

Faire des affaires au Japon : quatre étapes pour réussir

par Jason Krausert, directeur adjoint, Recherche et investissement, JETRO

Bien que le Japon ait toujours été considéré comme un marché difficile à pénétrer, le succès qu'y connaissent de nombreuses entreprises canadiennes — petites et grandes — prouve qu'une large gamme de produits canadiens peuvent se tailler une place intéressante sur le marché japonais. Voici quatre étapes à franchir pour abolir les obstacles qui peuvent se dresser devant les entreprises désireuses de pénétrer ce marché, la deuxième puissance économique du monde et le deuxième plus important partenaire commercial du Canada.

En premier lieu, vous devez vous demander si votre produit a des chances de se vendre au Japon. Le marché japonais est très concurrentiel. Le pays compte plus de 120 millions de personnes bien nanties et scolarisées qui recherchent la qualité et un bon service. Demandez-vous quel fut le succès de votre produit sur les autres marchés d'exportation. Si votre produit ne peut concurrencer ce qui se fait de meilleur, ou ne peut être adapté aux goûts et aux besoins propres aux consommateurs japonais, le Japon n'est peut-être pas un marché pour vous.

Comprendre le marché

L'étape suivante consiste à comprendre votre marché cible. Qui achète votre type de produit et pour quelles raisons? Que recherchent ces clients? Quels sont les canaux de distribution? Quel est l'environnement commercial? Le Japon connaît actuellement des changements sociaux et structurels qui peuvent avoir une incidence sur les sortes de produit que les consommateurs veulent se procurer ainsi que sur les techniques de distribution et de mise en marché les plus efficaces pour les fabricants et les détaillants.

Les présentations : un atout indispensable

Il faut ensuite trouver le bon partenaire. Les visites à l'improviste ne servent généralement à rien. Les relations sont de première importance et les présentations, indispensables. On peut, pour ce faire, profiter des foires commerciales, de ses clients, des succursales japonaises, des missions et autres activités gouvernementales, voire de ses amis et connaissances.

Des possibilités sous le soleil

(Suite de la page 4)

avant de récolter le fruit de vos efforts. La persévérance finira néanmoins par rapporter.

Pour plus de renseignements, communiquer avec David Cohen, ambassadeur du Canada, Athènes, Grèce, tél. : (30-1) 725-4011, fax : (30-1) 725-3994. Pour plus de renseignements sur les possibilités dans le domaine de l'éducation, communiquer avec Kathy Angelopoulou à l'ambassade.

Les présentations à d'éventuels partenaires japonais peuvent aussi se faire dans le cadre des programmes de promotion du commerce offerts par la Japan External Trade Organization (JETRO).

S'engager à long terme

Enfin, vous devez entretenir les relations d'affaires que vous avez établies et en tirer avantage. Il s'agit de l'étape la plus importante mais malheureusement souvent négligée. Au Japon, le commerce se fonde sur les relations à long terme. Vos partenaires japonais veulent savoir que vous serez toujours intéressé au marché l'année prochaine et l'année suivante. Communiquez régulièrement avec eux. Affichez votre intérêt pour le marché et le service à la clientèle en faisant bien comprendre à vos partenaires que vous vous souciez des besoins et des demandes des clients japonais. Soyez persévérant et patient car, souvent, le processus décisionnel est très lent au sein des entreprises japonaises. Sachez que malgré les délais, si votre produit est de calibre mondial, vous réussirez.

Vous pouvez compter sur notre aide

La Japan External Trade Organization offre toute une variété de services et de programmes. Par l'entremise de ses bureaux à Vancouver, Toronto et Montréal, vous avez accès aux bibliothèques publiques de l'organisation, à des études de marché, à des répertoires commerciaux ainsi qu'à d'autres sources d'information commerciales. De plus, l'organisation vous offre un test d'efficacité en japonais, langue des affaires, ainsi que des séminaires sur l'art de faire des affaires au Japon. Les programmes de la JETRO peuvent vous aider à déterminer la viabilité de votre produit sur le marché japonais et à créer des liens entre votre entreprise et d'éventuels partenaires japonais.

La JETRO est une organisation japonaise paragonnementale sans but lucratif et dont le siège social est à Tokyo. Elle vise à faire la promotion de relations commerciales et économiques mutuellement bénéfiques entre le Japon et d'autres nations.

Pour plus de renseignements sur les services et les programmes offerts par la JETRO, communiquer avec Jason Krausert, 181, University Avenue, bureau 1600, Toronto (Ontario), M5H 3M7, tél. : (416) 861-0000, fax : (416) 861-9666.