


Renseignements sur des secteurs ou des produits particuliers

Après avoir recueilli des renseignements généraux sur le Mexique, vous voudrez sans doute avoir un avant-goût du monde des affaires au Mexique. L'étape suivante consiste à vous concentrer sur les données concernant des secteurs précis. Heureusement, des rapports détaillés sur les produits sont disponibles au Canada. On ne devrait envisager d'effectuer une étude de marché au Mexique qu'après avoir épuisé les ressources qu'offre le Canada sur le plan des services du système Fax-Back, des bases des données et de la banque CD-ROM.

Il importe de repérer les éventuels distributeurs ou partenaires mexicains. Ils peuvent contribuer dans une large mesure à déterminer la stratégie de commercialisation, à recueillir des renseignements et à établir des contacts au Mexique. Une société mexicaine dispose de renseignements sur les tendances et les facteurs importants du marché local. Les études de marché mentionnées dans le présent guide donnent généralement la liste de ces personnes-ressources clés du Mexique.

Le symbole  dans les sections sur les organismes à contacter du présent guide, pages 8 à 15, indique des sources de renseignements sur des secteurs ou des produits particuliers.

La figure 2 illustre comment obtenir des renseignements sur des secteurs précis. La recherche doit porter sur les acheteurs, les concurrents et le produit lui-même. Les réponses à ces questions serviront à terme à établir une stratégie de commercialisation.

«Il était temps de me rendre sur les lieux...»

«Notre analyse des renseignements généraux sur le marché a révélé que le Mexique représentait un potentiel réel pour notre société. J'avais lu les études de marché mises à la disposition du public par notre gouvernement et j'avais eu recours aux services du système Fax-Back du Conseil des investissements du Mexique et du département du Commerce des États-Unis. J'ai décidé qu'il était temps de me rendre sur les lieux». À son arrivée, Mme Lisa Jong, vice-présidente de Sunright Products, a rencontré l'agent de commerce de l'ambassade canadienne chargé de son secteur. «L'agent s'est ajouté à ma liste de personnes-ressources de l'industrie. Il était essentiel de rencontrer en personne les agents mexicains compétents. Je me félicitais d'avoir préparé une liste avant ma visite. La première réunion a été couronnée de succès; le Mexicain a été impressionné

par ma connaissance du marché de son pays et m'a présenté à d'autres personnes clés...»

ÊTES-VOUS PRÊT À ÉTABLIR UNE STRATÉGIE DÉTAILLÉE D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ?

Acheteurs

- Les segments de marché sont-ils semblables?
- Les circuits de distribution sont-ils similaires?
- Le comportement en matière d'achat est-il semblable?
- Comment présenter aux acheteurs des renseignements sur mon produit ou service?

Concurrents

- Y-a-t-il un intervenant dominant?
- Quelle est la base de la concurrence (prix, produit, qualité)?
- Quelle sera la réaction des concurrents à mon arrivée?

Produit ou service

- Est-il nécessaire d'adapter le produit?
- Comment le produit devrait-il être positionné?
- Quel est le prix qui convient?

Distributeur ou partenaire

- Où peut-on en trouver un?
- Quel rôle jouera-t-il?
- Ses renseignements sont-ils précis?