

ÊTES-VOUS PRÊT À EXPORTER?

Si l'exportation peut propulser votre entreprise sur la route de la prospérité, elle peut aussi être un raccourci vers la banqueroute. Il est donc essentiel d'évaluer si votre entreprise possède les ressources nécessaires pour s'implanter dans un nouveau marché. Cette réflexion devrait porter sur plusieurs aspects et toucher à la situation financière de votre entreprise, à sa capacité de production, d'approvisionnement et d'innovation ainsi qu'à l'expertise et à la disponibilité du personnel dont l'équipe de marketing et des communications.

Un diagnostic à l'égard de l'exportation est une bonne manière de vérifier où vous en êtes dans votre démarche concernant les marchés en dehors du Québec. C'est un exercice qui concrétise une décision stratégique ou, du moins, une volonté de s'engager sérieusement sur des marchés extérieurs. L'outil qui suit vous permettra donc de mesurer où vous en êtes dans votre cheminement relativement à l'exportation et vous incitera surtout à entamer une réflexion concrète sur votre situation.

1. DIRECTION GÉNÉRALE

	Oui	Non	S.O.
Le plan d'affaires et la vision stratégique ont été élaborés.			
Les clients cibles ont été déterminés et une ou des études de marché confirment la demande pour vos produits.			
La direction est disposée à engager les ressources nécessaires pour mener à bien une stratégie d'exportation à long terme.			
L'entreprise ou les personnes-clés de la direction ont une expérience sur le plan international.			
Les produits ont été testés sur le marché cible (groupe témoin, dégustations, etc.).			
La direction est en mesure de modifier ou d'adapter ses produits en fonction du marché cible et peut fournir les ressources à cette fin.			

2. RESSOURCES HUMAINES

Le personnel concerné par la démarche et la gestion de l'exportation a une maîtrise fonctionnelle de l'anglais et d'autres langues, s'il y a lieu.			
Une personne qualifiée et capable de s'adapter a été désignée pour prendre en charge l'entrée sur le nouveau marché.			
La personne responsable des nouveaux marchés s'est rendue sur les lieux et est prête à y retourner.			
Le personnel concerné par la démarche et la gestion de l'exportation connaît les pratiques commerciales du marché cible.			
L'entreprise dispose d'un personnel suffisant pour répondre face à un accroissement de la demande.			

3. FINANCES

La situation financière de l'entreprise est saine.			
L'entreprise connaît le coût de revient de ses produits et a fixé les prix de ceux-ci pour les marchés cibles.			
Le financement peut être accru pour soutenir les exportations.			
Le budget alloué au développement du marché cible est établi.			
Le fonds de roulement est suffisant pour permettre d'investir dans des activités de développement et de promotion visant le marché cible.			
L'entreprise maîtrise les outils de financement des activités internationales et des activités de gestion de la variation du taux de change.			

4. PRODUCTION ET APPROVISIONNEMENT

L'entreprise peut faire face à une augmentation soudaine de la production et respecter les délais de livraison relatifs à ses clients actuels.			
Les normes du marché cible concernant le produit exporté sont connues et respectées.			
Le système de contrôle de la qualité (GFSI, SQF, etc.) est adéquat.			
Les aspects logistiques de l'exportation (transport, entreposage, douanes, etc.) sont maîtrisés et prêts à être mis en œuvre.			
Les fournisseurs respectent les délais de livraison et sont fiables.			
L'entreprise a un système de planification de la production.			

5. VENTES, MISE EN MARCHÉ ET COMMUNICATIONS

Le site Web a une section en anglais et les produits y sont présentés clairement.			
Les documents promotionnels sont de qualité et ils sont rédigés en anglais et dans d'autres langues s'il y a lieu.			
Il est possible de décrire les avantages concurrentiels de vos produits en quelques mots.			
Vous connaissez les modes d'entrée sur le marché cible, les façons de distribuer vos produits et vous avez établi comment rejoindre les clients.			
Vous assurez une veille concurrentielle : vous avez des connaissances sur la concurrence, les tendances et les différences entre les marchés couverts et visés.			
Vous connaissez les organisations de soutien aux entreprises exportatrices (gouvernements, associations de l'industrie, etc.).			

6. PRODUITS, INNOVATION ET TECHNOLOGIE

Vous avez réservé la marque de commerce dans le marché cible.			
L'entreprise a lancé de nouveaux produits au cours des trois dernières années.			
La technologie et le savoir-faire utilisés sont égaux ou supérieurs à ceux des concurrents.			
L'entreprise possède une culture d'innovation et de créativité et a mis sur pied un programme de développement de produits.			
Vous effectuez une veille technologique : vous êtes au fait des nouvelles tendances de l'industrie sur les plans technologique et organisationnel.			

Diagnostic à l'égard de l'exportation

Tous les éléments bleu foncé et plus de la moitié des éléments bleu pâle sont respectés, pour chacune des six fonctions de l'entreprise : vous êtes prêt à vous lancer sur un marché hors du Québec. Aucune faiblesse majeure ne laisse présager un échec de votre démarche.

Tous les éléments bleu foncé, mais moins de la moitié des éléments bleu pâle sont satisfaits, pour chacune des six fonctions de l'entreprise : vous êtes prêt à vous lancer sur un marché en dehors du Québec. L'entreprise présente toutefois quelques lacunes qui pourraient conduire à un échec à moyen terme. Il est donc essentiel de mettre en œuvre des solutions pour corriger ces lacunes et solidifier vos bases afin d'éviter que l'exportation ne soit plus qu'un mauvais souvenir dans quelques années.

Certains des éléments bleu foncé ne sont pas respectés, pour chacune des six fonctions de l'entreprise : vos faiblesses sont actuellement trop importantes pour pouvoir accéder à un marché à l'extérieur du Québec. Les risques d'échec sont très élevés, mais vos produits présentent peut-être un potentiel d'exportation intéressant.