

Plan à l'international pour L'entreprise INC – le marché américain

Table des matières

1. Présentation de L'entreprise INC
 - 1.1 Identification de l'entreprise
 - 1.2 Mission de l'entreprise
 - 1.3 Historique
 - 1.4 Actionnariat de l'entreprise
 - 1.5 Objectifs stratégiques de l'entreprise
 - 1.6 Capacités de l'entreprise à mener à terme son projet à l'exportation
 - 1.5.1 Capacités financières
 - 1.5.2 Expertise des dirigeants de l'entreprise
 - 1.5.3 Capacité de production
2. Le marché américain pour les produits de L'entreprise INC
 - 2.1 Description des segments de marchés
 - 2.1.1 Segment de marché X
 - 2.1.2 Segment de marché Y
 - 2.2 La compétition sur le marché américain
 - 2.2.1 Les produits
 - 2.2.2 Les politiques de prix
 - 2.2.3 La manière dont la compétition effectue la distribution
 - 2.2.4 Les politiques de service de la compétition
3. La stratégie de L'entreprise INC pour pénétrer le marché américain
 - 3.1 Produits offerts à l'exportation sur le marché américain
 - 3.1.1 Modèle A
 - 3.1.2 Modèle B
 - 3.2 La politique de prix pour le marché américain
 - 3.3 La stratégie de promotion aux États-Unis
 - 3.4 La stratégie de distribution des produits de l'entreprise INC aux États-Unis.
 - 3.5 La stratégie concernant le service à la clientèle
 - 3.5.1 Fiabilité des délais de livraison
 - 3.5.2 Le service après-vente
4. Le plan d'action aux États-Unis.
 - 4.1 La brochure
 - 4.2 Le site web
 - 4.3 Les missions commerciales de prospection
 - 4.3.1 Les visites à des foires
 - 4.3.2 Les visites de familiarisation avec une région
 - 4.4 Expositions à des foires commerciales
 - 4.5 les coûts pour réaliser le plan commercialisation aux États-Unis
 - 4.6 Les résultats attendus des efforts de commercialisation
5. Les résultats attendus des efforts de commercialisation
6. Annexes

Commentaires sur le plan à l'international

Plan à l'international pour L'entreprise INC – le marché américain

1. Présentation de L'entreprise INC

1.1 Identification de l'entreprise

Mettre toutes les coordonnées de l'entreprise en n'oubliant pas d'inclure le numéro d'entreprise du Québec émis par l'Inspecteur général des institutions financières du Québec (si votre entreprise à une charte provinciale).

1.2 Mission de l'entreprise

Un paragraphe sur la mission de l'entreprise, par ex : Être reconnu comme un fabricant d'articles prestigieux et exclusifs de qualité supérieur fabriqués à partir des meilleures essences de bois.

1.3 Historique

Un historique d'environ une page sur l'entreprise. Expliquer les réalisations de l'entreprise, les prix ou nominations qui ont été gagnés, la recherche et développement réalisée, etc. S'il y a eu des problèmes, ne pas s'étendre là-dessus; il ne faut pas les cacher mais bien montrer la capacité des dirigeants à relever ces défis.

1.4. Actionnariat de l'entreprise

Insérer un tableau nommant chaque actionnaire et son pourcentage de parts dans l'entreprise. Il faut également spécifier que l'entreprise est canadienne. S'il y a plusieurs entités consolidées ou non, les partenaires gouvernementaux traiteront comme s'il s'agissait d'une seule entité. Voici l'exemple de tableau l'actionnariat.

TABLEAU - ACTIONNARIAT DE L'ENTREPRISE X

Entité	Actionnaire	% de parts
Entreprise X	Mr. X	50
Entreprise X	Mr. Y	50
Entreprise Y	Mr. X	100

1.5 Objectifs stratégiques de l'entreprise à l'exportation

Une demi-page sur les raisons qui poussent l'entreprise à faire de l'exportation et les objectifs généraux poursuivis par cette démarche, décrits point par point.

Par exemple (Choisir parmi des exemples de la liste suivante) :

- Augmenter les ventes en profitant de l'essor du développement du marché des produits de marque privée au niveau international.
- Permettre à l'entreprise de continuer sa croissance en développant un nouveau marché non-exploité.
- Profiter de la tendance dans le développement de projets écotouristiques aux États-Unis;
- Réduire la dépendance de l'entreprise de ses ventes sur son marché intérieur.
- Diversifier ses clients pour réduire sa dépendance envers ses clients majeurs.
- Profiter d'économie d'échelle en maximisant la production de la filiale manufacturière
- L'entreprise se doit de développer de nouveaux marchés puisque celui du Québec est saturé.
- Réduire l'effet de revenus saisonniers du Québec en développant un marché qu'elle peut exploiter à l'année longue.
- S'attaquer à un marché dominé par son compétiteur et lui ravir des parts de marché.
- Permettre à l'entreprise de continuer sur sa lancée suite aux ventes exceptionnelles de l'année 20__ en développant un nouveau marché ayant un fort potentiel.
- Prendre des parts de marché de la compétition
- Réduire l'effet de ventes saisonnières au Québec et au Canada en développant un marché propice à une production de 12 mois par année.
- Permettre de faire travailler la main d'œuvre à l'année longue et réduire le taux de roulement des employés.
- Maximiser les récents investissements dans la nouvelle unité de production à Mirabel construite en fonction du développement de marché à venir.
- Profiter du lancement d'un nouveau produit unique et innovant pour conquérir de nouvelles parts de marché.
- Autres

1.6 Capacités de l'entreprise à mener à terme son projet à l'exportation

Cette section est très importante, de manière générale il faut être « vendeur » mais en restant crédible.

1.6.1 Capacités financières

(1/4 à une demi-page) Exposer les ressources financières que possède l'entreprise pour se lancer à l'exportation. Il s'agit de montrer que L'entreprise INC prend une part de risque, surtout dans le contexte que des aides financières vont être demandées à des partenaires (MDEIE, DEC, Investissement Québec et autres). Donner des données générales financières et faire un lien avec vos états financiers qui se retrouveront en annexe.

Les partenaires gouvernementaux ont besoin de connaître le chiffre d'affaires des deux dernières années, les bénéfices net et bénéfices non-répartis. Si l'entreprise est trop profitable, le minimiser.

1.6.2 Expertise des dirigeants de l'entreprise

Montrer l'expertise (formation, expériences, etc) des dirigeants responsables de l'exportation pour mener à terme ce projet d'exportation. Montrer qu'il y a un appui sans équivoque de la haute direction pour le projet à l'exportation. (1/2 page)

1.6.3 Capacité de production

Généralement il s'agit de démontrer que l'entreprise sera capable de répondre à la demande excédentaire car elle possède une capacité excédentaire de production. (3/4 pages).

2. Le marché américain pour les produits de L'entreprise INC

2.1 Description des segments de marchés

Il s'agit de montrer que vous avez fait vos devoirs et que vous connaissez les segments de marché les plus intéressants pour L'entreprise INC. Il s'agit de mettre des priorités. Ne mentionner que les segments de marchés qui seront sérieusement explorés dans les prochaines 2 années. C'est ici que les recherches peuvent être pertinentes. Il faut ici aussi être « vendeur » en allant chercher des arguments forts et pertinents sur la justesse de développer un segment de marché particulier plus qu'un autre. Des recherches payantes, peuvent s'avérer très intéressantes pour obtenir des articles de magazines ou de journaux américains. Généralement, deux pages par segment de marché. Il faut créer autant de sous-sections que de segments à explorer dans les prochaines 2 années...Attention à rester crédible... Seul Dieu (semble-t-il) a réussi à créer le monde en sept jours.

2.1.1 Segment de marché X

2.1.2 Segment de marché Y etc...

2.2 La compétition sur le marché américain

Ici il s'agit de montrer les pratiques de la compétition.

2.2.1 Les produits

Belle occasion de montrer l'unicité de votre produit.

2.2.2 Les politiques de prix

Dans les segments de marchés, quelles sont les politiques de prix et les termes de paiements usuelles.

2.2.3 La manière dont la compétition effectue la distribution

Décrire les canaux de distribution usuels du segment de marché visé.

2.2.4 Les politiques de service de la compétition

Décrire les politiques de service de la compétition (garanties, numéros 800, etc.) ou du segment de marché.

3. La stratégie de L'entreprise INC pour pénétrer le marché américain

Dans la section antérieure (2.2), on parlait de ce que faisait la compétition ou des pratiques usuelles dans les segments de marchés visés par L'entreprise INC. Il s'agira ici de montrer comment l'entreprise va se démarquer en faisant mieux que le marché ou aussi bien en suivant les pratiques usuelles du segment de marché visé. Très important d'être crédible dans les stratégies de marketing mix.

3.1 Produits offerts à l'exportation sur le marché américain

Décrire les avantages comparatifs des produits de l'entreprise, ce qui les rend si exceptionnels, n'oubliez pas que ce n'est pas seulement des qualités tangibles, l'exclusivité des modèles est, par exemple, un avantage comparatif dans certain cas. Vous pouvez présenter les caractéristiques des modèles et faites un lien avec votre catalogue de produits qui se retrouvera en annexe.

3.1.1 Modèle A

3.1.2 Modèle B

etc...

3.2 La politique de prix pour le marché américain

Quels seront les politiques de prix pour les revendeurs, les agents, ou autres intermédiaires? Quels seront les termes de vente? Quels seront les politiques avec les démonstrateurs? Etc.

3.3 La stratégie de promotion aux États-Unis

Comment allez-vous promouvoir vos produits, décrire précisément les outils et activités qui seront utilisés ou réalisés pour les 2 prochaines années.

3.4 La stratégie de distribution des produits de L'entreprise INC aux États-Unis.

Votre stratégie de distribution est intimement liée à ce que l'on appelle un modèle de vente. Réfléchissez à comment les consommateurs vont trouver votre produit, le voir et l'acheter. C'est très important pour déterminer les canaux de distribution à utiliser.

Parlez aussi des programmes incitatifs pour vos représentants à l'étranger. Soyez créatif, dans la

manière de donner des bonis ou dans la manière d'appuyer des représentants.

3.5 La stratégie concernant le service à la clientèle

3.5.1 La fiabilité des délais de livraison

Il s'agit d'assurer que l'entreprise a un bon système de livraison qui lui permet d'éviter les retards sur ses commandes reçus, entre autres, en se gardant des stocks suffisant pour palier à une croissance soudaine de la demande.

3.5.2 Le service après-vente

S'il y a un pépin, disons par exemple qu'un morceau est brisé, comment les consommateurs ou vos distributeurs pourront avoir du service après-vente. Quelles garanties sont offertes par L'entreprise INC?

4. Le plan de commercialisation aux États-Unis.

Il s'agit d'expliquer les démarches et les outils qui seront réalisés ou utilisés par L'entreprise INC pour percer sur le marché américain. Montrer que vous savez adapter vos outils promotion, ou que vous allez prendre les moyens pour adapter vos outils pendant la réalisation du plan de commercialisation. Indiquer les montants de chacune de ces démarches et faire un tableau récapitulatif à la section 3.6. Nous avons mis des exemples d'activités (3.1 à 3.4); cette liste n'est pas exhaustive.

4.1 La brochure

4.2 Le site web

4.3 Les missions commerciales de prospection

Les nommer et les décrire (au mieux de vos connaissances actuelles) et indiquer l'objectif de cette démarche.

4.3.1 Les visites à des foires

4.3.2 Les visites de familiarisation avec une région

4.4 Expositions à des foires commerciales

Les nommer et les décrire parfaitement (vous devriez bien les connaître) et indiquer l'objectif de ces expositions.

4.5 Production d'échantillons

4.6 Les coûts pour réaliser le plan commercialisation aux États-Unis

Insérer un tableau-résumé des dépenses prévues à la fin de la section

Exemple du format du tableau

Description des activités	Dates	Investissement	Partenaires	
			DEC	MDEIE
Exposition à la foire commerciale X	Septembre 20XX	X\$		
...		
...		
Total		X\$		

5. Les résultats attendus des efforts de commercialisation.

C'est dans les faits, la conclusion de votre document. Par expérience, il faut que cette section puisse être lue sans avoir lu le reste du document et que l'on comprenne comment vous allez vous y prendre pour percer le marché américain.

Il s'agit dans un premier temps de faire une récapitulation de toutes les forces de l'entreprise, les caractéristiques des segments de marché démontrant le potentiel des produits de L'entreprise INC et les stratégies qui font en sorte que la démarche à l'exportation a toutes les chances de réussir.

Dans un deuxième temps, conclure avec des pronostics de ventes réalistes.

Le tableau suivant devrait être rempli

	Fin de la dernière année financière	Fin de l'année financière en cours	Fin de la prochaine année financière	Fin de l'année financière subséquente
Ventes au Canada (\$)				
Ventes à l'exportation (\$)				
Ventes totales (\$)				
Marge brute (\$)				
Bénéfice net (\$)				
Fonds de roulement (\$)				
Fonds générés (\$)				
Emplois créés				

6. Annexes

Les états financiers des deux dernières années complétées et le plus récent bilan financier de l'entreprise doivent être en annexe. Les détails de l'étude de marché devraient également se retrouver en annexe.