

Le Diagnostic Export est une étape fondamentale lors du processus d'exportation. Il permet à l'exportateur de prendre connaissance des avantages concurrentiels de son entreprise et de ses objectifs et priorités d'exportation en tant que gestionnaire. En réalisant le diagnostic export de cette fiche l'exportateur consolide sa capacité de réussir aux Etats-Unis.

LES AUTRES FICHES EXPORT

- > Conquerissez les marchés américains
- > Etablir un prix de vente à l'exportation
- > La logistique export sur les USA
- > Votre réseau de distribution aux Etats-Unis
- > Financer vos exportations
- > ...

“ *Penser international,
penser futur,
Penser avant les autres.
Et agir de même.* ”

Robert Maxwell

Solex-usa.com

NOTRE MISSION

Servir d'interface locale entre votre service export et vos clients américains au niveau de l'information, du suivi commercial et du soutien logistique. Nous vous aidons à mettre en place une stratégie de relation client, renforcer votre efficacité commerciale, développer une politique de fidélisation, piloter votre cycle de vente et la rentabilité de vos clients.

PLATE—FORME DE SERVICES À LA CARTE

DOMICILIATION

CENTRE D'APPELS

ASSISTANCE BILINGUE

Avec Solutions Export USA votre implantation aux Etats-Unis est simple, rapide et économique. N'attendez pas pour vous procurer votre Centre d'Affaires Américain. Contactez-nous aujourd'hui pour une estimation gratuite.

Tél France: 01.76.66.03.14 / Tél USA: (00)1.202.391.0022

contact@solex-usa.com

A.P.I. - USA
PARTENAIRE EXPORT
CARANA
CORPORATION
export.enligne-fr.com



« En choisissant Solutions Export USA vous avez l'assurance d'opter pour une solution répondant au mieux à vos besoins et en adéquation permanente avec les exigences du marché américain »

Solutions Export USA

Réalisez votre

Diagnostic Export



Avant d'amorcer une activité export sur les Etats-Unis, il est primordial pour l'entreprise de questionner son aptitude à exporter. Le Diagnostic Export permet d'évaluer l'avantage concurrentiel, les ressources humaines, financières et structurelles ainsi que les objectifs et priorités de l'entreprise. L'analyse de ces éléments détermine la capacité d'exportation de l'entreprise et ses chances de réussite sur le marché américain. Voici le cheminement à suivre pour réaliser votre diagnostic export.

1 L'ENTREPRISE doit posséder une solide expérience des affaires, commercialiser un produit reconnu sur le marché français et maîtriser ses flux financiers. Les questions posées visent, par exemple, le nombre d'années d'existence de l'entreprise, la croissance de son chiffre d'affaires, le nombre d'employés à son service, sa capacité d'emprunt et de production au cas où elle ferait face à une augmentation conséquente de la demande pour son produit.

2 LES MOTIFS D'EXPORTATION détermineront une grande partie de votre réussite. Il est important de questionner le besoin d'exporter: si la demande sur le marché français est en déclin, exporter n'est peut-être pas la solution au problème. *Vos possibilités d'expansion en France sont-elles limitées? Voulez-vous optimiser votre capacité de production?*

3 LES OBJECTIFS D'EXPORTATION sont primordiaux pour l'entrée de votre produit sur le nouveau marché. Il faut identifier le segment de marché et/ou la région qui représente le plus grand potentiel de développement pour votre société et prévoir en combien de temps l'argent investi sera récupéré. Une connaissance approfondie du marché ciblé permettra d'établir des objectifs clairs et réalistes (cf. fiche: **CONQUERISSEZ LES MARCHÉS AMÉRICAINS**).

4 LE PRODUIT doit avoir un avantage concurrentiel qui lui permette de se démarquer par rapport aux produits existants sur le marché Américain. Cette étude touche autant l'aspect intrinsèque du produit (design, innovation, qualité, ...) que son aspect extérieur (emballage, étiquetage, ...). *En quoi votre produit se distingue-t-il de*

ceux de vos 3 principaux concurrents sur le marché Américain ciblé?

5 LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION doit permettre à votre produit d'être livré à la clientèle ciblée à l'endroit stratégique, à temps et à un coût acceptable. Pour atteindre un maximum de consommateurs au moindre coût, il faut identifier la meilleure stratégie de distribution en prenant en compte stockage et transport (cf. fiches: **VOTRE RÉSEAU DE DISTRIBUTION AUX ETATS-UNIS** et **LA LOGISTIQUE EXPORT SUR LES ETATS-UNIS**).

6 LA STRATÉGIE DE PRIX doit permettre de rester compétitif. Il ne faut rien laisser au hasard: la culture d'affaires, la perception du produit, la concurrence, la taille et le potentiel du marché, la stratégie marketing, les coûts fixes et les coûts variables sont toutes les composantes à considérer dans le calcul du tarif export (cf. fiche: **ÉTABLIR UN PRIX DE VENTE À L'EXPORT**).

7 LA STRATÉGIE MARKETING est primordiale pour augmenter les chances de réussite de l'entrée du produit sur le marché américain. L'entreprise doit accompagner toutes ses démarches d'une stratégie de promotion adaptée aux valeurs culturelles et aux pratiques commerciales américaines. *Disposez-vous d'une brochure en anglais avec photo, d'un site internet? Participez-vous à un salon professionnel?*

8 L'EXPÉRIENCE PERTINENTE de l'entreprise en France et à l'export doit servir à prendre les bonnes décisions afin d'assurer la réussite de sa stratégie export. Les questions posées doivent permettre de prendre des décisions par rapport aux succès et aux échecs passés. *Quels sont vos expériences avec le marché nord-américain et la culture des affaires anglo-saxonnes?*

9 LA VOLONTÉ STRATÉGIQUE DU MANAGEMENT de développer son activité sur les Etats-Unis doit être incontestable sans quoi les chances de réussite sont compromises. Les décisions qui seront prises par la personne en charge du développement des ventes aux Etats-Unis doivent être approuvées par la direction sinon le projet export n'avancera jamais. *La direction est-elle prête à vous donner les moyens nécessaires à la réussite de votre stratégie export?*