



Clés d'accès au marché Nord Américain

29 mars 2018

Recommandations

- Dynamisme du marché
- Caractère des nord américains
- Clés de réussite
- Le sales pitch



- **Excellence technologique.**
- **Innovation.**
- **Une économie dynamique et très accessible pour les PME et Startups .**
- **Flexibilité du marché du travail.**
- **Toujours aux premiers rangs de la compétitivité mondiale.**
- **Une reference incontournable pour vendre à l'international**

Caractère des Nord américains

- Ouverts
- Positifs
- Authentiquement curieux et toujours à l'affût des dernières nouveautés
- Respectueux de votre temps
- Pragmatiques

Mais ils sont aussi...

- Sur-sollicités
- Impatients
- Demandeurs d'informations organisées et complètes
- Éduqués avec des repères culturels différents des nôtres

- Etre innovant
- Les Français ont une approche marketing souvent tournée vers le produit, alors que les Américains ont une approche marché.
- Savoir s'entourer de personnes compétentes
- Adapter sa structure et définir un budget « États-Unis ». L'entreprise doit s'assurer, tout d'abord, qu'elle a les moyens financiers et humains pour s'internationaliser.
- Évaluer le potentiel du marché et le comprendre, une nécessité pour bien se préparer.
- Développement d'une stratégie marketing/vente adaptée au marché.

- Adapter son offre et se fixer des priorités géographiques.
- Combiner différents outils de communication en s'adressant aux médias traditionnels et aux nouvelles formes de médias (marketing viral).
- Investir durablement, être présent.
- La construction d'un « network » est une pratique indispensable aux Etats-Unis; la clé pour connaître et se faire connaître.

- **En Amérique du Nord, la culture du « sales pitch » domine.**
- **Présentez en moins de cinq minutes** qui vous êtes, ce que vous faites, ce que vous recherchez, pourquoi vous êtes meilleur que vos concurrents et **quel sera le bénéfice financier que votre interlocuteur pourra en tirer.**
- **Privilégier les arguments liés au rapport qualité-prix:** Les nord-américains adoptent davantage une culture marchande et ne désirent généralement pas connaître l'ensemble des détails techniques de votre produit. Ils veulent plutôt savoir ce que votre produit peut leur rapporter financièrement.
- **Évitez les discours trop techniques et trop longs** à moins que votre interlocuteur vous pose des questions sur des aspects très précis du produit.
- **Préparez-vous à répondre à des questions sur la qualité, le prix** (faites-vous préciser en quelle monnaie les offres doivent être faites : dollars canadiens ou euro), les réductions, le transport, **les délais...**
- L'échange de cartes de visite est une étape primordiale de la rencontre. **Amenez avec vous des cartes claires bilingues en nombre suffisant.**



Business France en Amérique du Nord

Au service de vos
projets à l'export

northamerica@businessfrance.fr





Pour plus d'informations : www.businessfrance.fr