

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

La visite de prospection

Nous avons vu que sans quitter le Canada et sans débours excessif, l'exportateur peut effectuer une recherche documentaire sérieuse qui lui fournira de très nombreux éléments pour compléter son étude de marché.

Après avoir interrogé toute la documentation disponible, les experts des Centres du commerce international, les experts sectoriels et géographiques des gouvernements fédéral et provinciaux et obtenu des délégués commerciaux à l'étranger des réponses à des questions précises, certaines données relatives au marché visé exigent une visite personnelle dans le pays concerné. Sauf si vous avez remis votre mise en marché entre les mains de consultants en marketing international ou de maisons de commerce international.

La visite de prospection, différente du voyage d'implantation ou de promotion, a pour but :

- la confirmation des éléments recueillis dans l'étude faite au Canada,
- la découverte de nouveaux éléments,
- l'évaluation du marché, et
- la recherche des moyens pour mettre en oeuvre son exploitation.

Cette visite de prospection se décompose en deux étapes :

- La préparation au Canada et dans le pays visé.
- Les prises de contacts.

La préparation au Canada et dans le pays visé

Au Canada - En plus de se procurer passeport, visas et billets d'avion, il faut vous munir d'une solide documentation sur votre société et sur vos produits, y inclus leur prix (CIF) à destination (droits et taxes locaux inclus). Votre prix usine n'est d'aucune utilité pour un client éventuel.

Ayez les réponses à toutes les questions qui peuvent surgir de manière à ne pas devoir remettre des réponses à plus tard.

La présentation d'échantillons est idéale si votre produit le permet

Dans le pays visé - Il faut s'accoutumer à penser en fonction de la mentalité du pays, et cesser de penser "canadien".

Il faut d'une part prévoir et organiser son programme le plus possible tout en se gardant assez de souplesse pour réagir en

fonction de vos découvertes sur place. Demandez l'avis et l'aide du délégué commercial en lui rendant visite dès votre arrivée. Il est indispensable de vous connaître pour bien travailler ensemble à long terme. Il vous assistera dans la phase finale de l'organisation de votre visite, avant votre départ du Canada.

Tenez compte des contraintes linguistiques, climatiques, culturelles et religieuses de vos interlocuteurs. Ne vous attendez pas automatiquement à ce qu'ils parlent votre langue.

Etablissez un plan de prospection et menez-le à terme, même si votre deuxième rendez-vous semble vous avoir permis de découvrir le partenaire qui vous paraît idéal. Même dans le domaine de l'exportation, la nuit porte conseil et un certain recul vous aidera à réaliser ce qui a le plus besoin de vos produits n'est pas nécessairement le meilleur distributeur.

Etablissez un ordre du jour et un objectif clair pour chacune de vos rencontres. Préparez des questionnaires écrits. Allez au bout de vos questions. De retour au Canada, il sera trop tard pour obtenir des précisions.

Les prises de contact

Les personnes à contacter doivent être choisies avant de quitter le pays et doivent avoir reçu votre documentation générale avant votre arrivée. Votre étude de marché vous permettra de déterminer qui voir; le délégué commercial vous aidera à compléter ou à ajuster votre liste, avant votre départ.

Renseignez-vous sur la notoriété de vos interlocuteurs avant votre visite, avec l'aide de l'ambassade ou de Dun and Bradstreet. Ces renseignements peuvent sembler longs et fastidieux à obtenir. Ils vous éviteront cependant des désagréments ultérieurs et vous permettront une approche plus personnalisée et plus efficace de vos futurs partenaires.

Une attention très particulière sera accordée à l'expédition personnalisée, dans la langue de votre interlocuteur, d'une bonne documentation générale sur votre société. Cette documentation doit préciser pourquoi vous excellez dans votre domaine.

Qui peut faire la visite de prospection ? Tout cadre à l'esprit ouvert qui connaît parfaitement l'entreprise et son produit.

Une visite de prospection peut aussi être envisagée dans le cadre d'une mission commerciale ou de la participation à une foire. Je traiterai de ces possibilités dans un prochain article.

La préparation méticuleuse est la clé du succès d'une visite de prospection.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) des Affaires extérieures et commerce extérieur Canada (AECEC) offre un appui financier pour ces visites. Plusieurs programmes provinciaux sont également disponibles.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamuré**

CANADEXPORT

Rédacteur en chef :

René-François Désamuré

Rédacteur en chef adjoint :

Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Mai Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 65 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : (613) 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : **CANADEXPORT** (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330