

- Canadien : Ah ! Je vois. Seulement, il ne faut pas oublier que mes composantes vont permettre à vos machines d'atteindre une capacité de production supérieure qu'avec celles de votre fournisseur actuel et j'offre en plus des options qui permettront une automatisation accrue de vos procédés d'emballage.
- Mexicain : Je n'ai pas besoin de ces options d'automatisation puisque la main-d'œuvre chez nous est abondante et abordable.
- Canadien : Très bien ! Alors dans ce cas si je retire cette composante d'automatisation je peux ainsi soustraire la somme de 700 \$ du prix qui s'établit désormais à 1 800 \$.
- Mexicain : Mais à 1 800 \$ votre prix est à peu près identique à celui de USPAK. Je ne vois aucun intérêt à changer de fournisseur? Il faudrait que votre prix soit encore plus bas.
- Canadien : Bien sûr. Je comprends votre point de vue... Écoutez ! Quelles conditions de crédit avez-vous avec USPAK?
- Mexicain : Je paie par lettre de crédit, au moment de l'achat.
- Canadien : Voici ce que je peux vous offrir : puisque je suis intéressé à vous avoir comme client, je vous propose donc un règlement par lettre de crédit à paiement différé de 30 jours, si bien entendu vous acceptez de prendre en charge les frais d'installation de l'équipement.
- Mexicain : Ça me paraît intéressant... il faudrait que j'y pense.

Au lieu de céder sur le prix et de vendre un produit répondant plus ou moins aux besoins du client, il vaut mieux chercher à adapter le produit, dans la mesure du possible, et trouver une solution originale à la satisfaction des deux parties. Évidemment, plusieurs autres éléments peuvent entrer en considération lors de la négociation, notamment l'assistance technique, le support promotionnel, les pièces de rechange...

Il faut se souvenir que les dirigeants mexicains sont très sensibles au prix, aux conditions de crédit et aux possibilités de réduction des coûts ou d'augmentation des revenus. L'exemple ci-dessus témoigne également de l'importance pour le Canadien de connaître les produits et stratégies de la concurrence afin de pouvoir y réagir.

Une des causes fréquentes de l'échec des négociations avec les sociétés mexicaines est l'absence de suivi de la part des entreprises canadiennes. Lorsque les négociations durent plusieurs semaines ou plusieurs mois, il faut entretenir les relations avec l'homologue mexicain et répondre à toutes ses questions jusqu'à la fin des pourparlers, c'est-à-dire jusqu'à l'acceptation ou non de la proposition. Entamer des discussions avec un client mexicain éventuel pour le négliger par la suite risque non seulement de nuire au projet mais aussi de compromettre toute tentative ultérieure de pénétration de ce marché.