

CONSEILS

En tant que personne d'affaires dont le commerce est couronné de succès, vous possédez de l'expérience dans les domaines de la vente et de la commercialisation de vos produits ou services au Canada. Cette section traite des différences, dont certaines sont évidentes et d'autres pas, entre la vente sur le marché local et la vente à l'étranger.

Dans cette section, les conseils sont fondés sur l'expérience de gens d'affaires expérimentés, alors que ceux-ci faisaient encore leurs débuts sur les marchés d'exportation. Ils sont fondés sur leurs essais, leurs erreurs et leurs succès. La liste est loin d'être complète. Toutefois, cette section revoit ce que vous avez déjà établi, mais qui pourrait peut-être vous échapper dans votre empressement à exporter.

Communications avec l'étranger

Que ce soit par téléphone, télex, télégramme, télécopieur ou courrier, on ne communique que rarement par chiffres. Le langage reste le meilleur moyen de communi-

La combinaison d'objectifs clairs, avec une équipe compétente et motivée, nous a permis de faire ce que nous avons fait.

cation; et, autant que possible, utilisez la langue de votre correspondant; c'est une question de courtoisie qui permet de communiquer plus facilement. Si vous devez utiliser le français ou l'anglais, soyez clair, simple et direct. Évitez les expressions idiomatiques, familières et populaires nord-américaines. Vous risquez de laisser vos interlocuteurs perplexes.

L'acheminement de la lettre est le mode le plus ancien de communication à distance; il peut être lent, mais il est généralement fiable. Une lettre permet de conserver de façon permanente et tangible la communication entre l'expéditeur et le destinataire. Autant que possible, communiquez par lettre et confirmez par écrit les ententes et les décisions formulées au téléphone. Les règles habituelles de correspondance commerciales suivies au Canada s'appliquent aux communications avec l'étranger. Voici quelques conseils.

- Votre papier à en-tête doit indiquer clairement la raison sociale, l'adresse et le code postal, les numéros de téléphone et de télex de votre entreprise ainsi que le mot «Canada».
- Si vos en-têtes de lettres donnent une liste de toutes les succursales de votre entreprise au Canada, précisez clairement l'adresse à laquelle la réponse devrait être envoyée.
- Si vous ne voulez pas que votre lettre soit envoyée par bateau, n'oubliez jamais de coller une étiquette «par avion» lorsque les lettres sont destinées à l'étranger.
- Signez toujours vos lettres personnellement (et lisiblement); vos clients étrangers veulent savoir avec qui ils font affaire.
- Si vos voyages vous retiennent en dehors du bureau pendant de longues périodes, confiez à quelqu'un la responsabilité de répondre au courrier reçu en votre absence.

Télex, télégramme, télécopieur

Lorsque vous communiquez par télex, télégramme ou télécopieur, veuillez prendre note de ce qui suit.

Résistez à la tentation d'utiliser un style télégraphique pour économiser quelques sous. Ce que vous économisez en frais de transmission sera demesuré par rapport au coût des malentendus éventuels. Votre message doit