

séminaire technique à Moscou. Il se pourrait que vous soyez tenu de faire cette présentation (au moyen de recours audio-visuels) (en russe) afin de provoquer une décision d'achat. Évitez de donner trop de renseignements "gratuits" et contentez-vous plutôt, afin d'appâter votre auditoire, de ne révéler que les avantages concernant l'efficacité, la productivité et la qualité.

- s) Suivi : la clé réside dans les rencontres personnelles. Rien ne peut remplacer les contacts directs réguliers. Une fois que la première vente est effectuée, un bon agent installé dans la région (à Moscou) ou en Europe de l'Ouest (p. ex., Suisse, Vienne, Helsinki ou Londres) peut être désigné avec le concours de la Direction commerciale de l'ambassade du Canada. Il est plus rentable de passer par un agent que de négocier directement du Canada. Si vous vendez déjà vos produits en Europe de l'Est ou à Cuba, par exemple, assurez-vous d'en informer votre partenaire soviétique car ce type d'activité soutient et renforce le niveau de confiance qu'il est indispensable d'atteindre.