

- Est-ce qu'ils acceptent de partager les frais pour permettre aux représentants de commerce d'assister à des colloques?

Profil du client

- Quels types de clients ont-ils en ce moment?
- Les intérêts de cette clientèle sont-ils compatibles avec votre famille de produits ou de services?
- Quels sont leurs plus gros clients?
- Quel pourcentage du total des recettes brutes ces gros clients représentent-ils?

Mandants représentés

- Combien de mandants représentent-ils actuellement?
- Seriez-vous leur fournisseur principal?
- Si vous n'êtes pas le fournisseur principal, quel pourcentage du chiffre d'affaires représenteriez-vous? Comment ce pourcentage se compare-t-il aux autres fournisseurs?

Orientation promotionnelle

- Peuvent-ils vous fournir des renseignements sur les marchés?
- Est-ce qu'ils utilisent les médias pour stimuler les ventes? Dans l'affirmative, lesquels?
- Quel pourcentage de leur budget est accordé à la publicité et comment est-il distribué?
- Aurez-vous à partager les frais de publicité? Dans l'affirmative, comment établiront-ils ces frais?
- S'ils utilisent le publipostage direct, combien de clients potentiels ont-ils inscrits sur leur liste de publipostage?
- Quelle documentation utilisent-ils pour décrire leur entreprise et les familles de produits ou de services qu'ils représentent?
- Peuvent-ils traduire vos textes publicitaires au besoin?
- Ont-ils leur propre site Web?

Source : Adapté avec permission de Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, « Prêt à exporter ».

DISTRIBUTEURS ÉTRANGERS

Contrairement aux agents, les *distributeurs* achètent votre produit ou votre service et le revendent à leurs clients locaux. Souvent, ils établissent le prix de vente, fournissent le financement aux acheteurs et s'occupent des garanties et du service.

De plus, le distributeur est souvent en mesure de fournir le service après-vente sur le marché étranger. Par contre, en faisant appel aux services d'un distributeur étranger, vous risquez de réduire votre marge bénéficiaire et de perdre le contrôle de votre produit et/ou de votre prix.

CHOISIR UN AGENT OU UN DISTRIBUTEUR

Il existe de nombreuses sources commerciales de renseignements utiles pour vous aider à choisir l'agent ou le distributeur étranger qu'il vous faut : les bureaux commerciaux canadiens à l'étranger, les associations, les conseils de chefs d'entreprises et les banques. Les exportateurs canadiens et vos clients éventuels à l'étranger peuvent aussi vous suggérer des agents ou des distributeurs.

Dressez une liste des candidats susceptibles de vendre ou de distribuer votre produit ou votre service et allez les rencontrer en personne. Entamez des discussions avec plusieurs d'entre eux et vérifiez leurs références afin de vous assurer qu'ils ont bonne réputation. Pour vous protéger davantage, vous pourriez conclure une entente provisoire à temps limité. Si l'intermédiaire étranger ne satisfait pas vos attentes, vous serez libre d'en trouver un autre lorsque la période d'essai sera écoulée.

MAISONS DE COMMERCE

Les *maisons de commerce* sont des intermédiaires canadiens qui vendent vos produits ou vos services à l'étranger. Une maison de commerce à service complet s'occupe de nombreuses tâches liées à l'exportation : étude de marché, modalités de transport, nomination de distributeurs ou