

Chapitre 3

Identification des agents commerciaux

Nature des agences commerciales américaines

Beaucoup de chefs d'entreprise canadiens qui liront la présente publication cumulent une expérience considérable avec les représentants qui écoulent leurs produits au Canada. Les recommandations générales énoncées au chapitre 2 leur seront donc familières. Les représentants et les agents commerciaux indépendants du Canada fonctionnent d'une manière fort semblable à celle des agents commerciaux américains.

Toutefois, la taille du marché américain et l'éventualité de ventes considérablement plus importantes que celles possibles au Canada compliquent l'identification d'un agent apte à représenter l'entreprise. La première tâche consiste à comparer la capacité de production de l'usine à la demande probable sur le territoire du représentant. Les agents commerciaux désirent que l'on réponde rapidement à leurs commandes. Les retards de livraison sont le meilleur moyen de perdre un client. Il vaut donc la peine de faire un effort pour trouver l'agent ou l'agence convenables.

Sources d'information sur les agents commerciaux

Comment parvient-on à localiser les agents susceptibles de représenter le mieux un produit et une entreprise canadienne aux États-Unis? Faites le profil de l'agent idéal tel que vous le percevez. Ensuite, déterminez les sources qui vous renseigneront de la façon la plus efficace possible sur plusieurs agents éventuels qui se spécialisent dans votre secteur. En voici quelques-unes.

1. Contacts au gouvernement

La première chose à faire consiste à communiquer avec le consulat canadien ou bureau satellite de la région des États-Unis à laquelle on envisage s'attacher (voir annexe 6). Écrivez à la division commerciale en donnant un aperçu de vos projets. Le chapitre 2 indique les points principaux à mentionner dans

la lettre. Les délégués commerciaux du consulat gardent une liste des agents, des distributeurs et des courtiers de leur territoire.

Renseignez-vous sur les colloques du « Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États frontaliers américains » (NEBS). Ce programme permet aux représentants d'environ 20 entreprises de se rendre à un point d'entrée américain où leur seront présentées toutes les étapes du processus d'exportation. Sur place, des spécialistes aborderont divers sujets comme la documentation nécessaire, les procédures relatives au passage des douanes américaines, l'assurance, les agents commerciaux et les distributeurs, le prix des produits exportés, l'entreposage, la perception des comptes et le reste. Un agent du consulat canadien le plus près sera également sur les lieux pour vous aider à élaborer une stratégie commerciale adaptée aux besoins particuliers de votre produit.

Les missions organisées dans le cadre de ce programme transitent par Seattle (pour la Colombie-Britannique et l'Alberta), Minneapolis (pour la Saskatchewan et le Manitoba), Detroit et Buffalo (pour l'Ontario et le Québec) et Boston (pour les provinces de l'Atlantique et le Québec).

Un autre programme, appelé « Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États-Unis » (NEXUS), a été mis sur pied à l'intention des personnes qui ont réussi le programme précédent afin qu'elles puissent approfondir leur connaissance du marché américain, par exemple en sondant les États du sud-est et du sud-ouest.

Le directeur régional des services au commerce du Centre du commerce international de votre région (voir annexe 7) de même que les représentants des services provinciaux d'expansion du commerce (voir annexe 8) vous expliqueront les critères d'admission à ces deux programmes.