

L'exemple le plus notoire d'échec en ce domaine est l'automobile Nova. En espagnol, cela veut dire «ne marche pas».

### ***Les foires commerciales***

Les foires et les événements commerciaux sont très courus au Mexique, surtout parce que de nombreux acheteurs n'ont pas les ressources voulues pour se rendre à l'étranger y chercher des fournisseurs. Nombre de sociétés canadiennes qui ont réussi au Mexique indiquent que ces événements, souvent parrainés par le Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) leur ont permis de se présenter au Mexique. Une société canadienne peut participer à titre d'exposant si elle peut supporter les coûts et si elle est prête à répondre à la quantité de demandes d'information qui peuvent suivre. Les petites entreprises peuvent avoir recours au stand du Canada à de nombreuses foires commerciales comme point de départ de leurs activités et cela est beaucoup moins coûteux. Quelle que soit la solution retenue, les foires commerciales peuvent permettre d'établir des contacts avec des clients et des partenaires éventuels. Une autre technique efficace est d'y participer comme orateur ou d'assister à des séminaires techniques à l'occasion de ces foires commerciales.

### ***La presse, la commercialisation directe et Internet***

La télévision, la radio et la presse écrite sont bien développées au Mexique. En réalité, on estime que la télévision est le moyen de communication le plus efficace pour la commercialisation des services. Le télémarketing et les autres techniques de commercialisation directe ne sont pas encore développés au Mexique. Les campagnes de sollicitation par lettre présentent un intérêt limité, surtout parce que le système postal est peu fiable et parce que les clients n'y sont pas habitués.

Même si les établissements mexicains d'enseignement sont reliés depuis longtemps à Internet, l'accès commercial est encore relativement récent. De nombreux Mexicains ont maintenant accès à des ordinateurs, mais il est courant que les ordinateurs et les adresses de courrier électronique soient partagés. Cela pose le problème de la confidentialité. De plus, dans les organisations traditionnelles, les employés utilisent les ordinateurs et transmettent les messages aux principaux décideurs. L'Internet n'est pas encore perçu comme un moyen informel de communication et d'échange comme dans de nombreux autres pays. Certains Mexicains sont horrifiés par les fautes de frappe et d'orthographe et les autres signes de relâchement qu'ils voient dans les messages transmis par courrier électronique. Les Canadiens devraient utiliser un style de rédaction officiel, garder à l'esprit que ce type de communication n'est pas nécessairement confidentiel et ne pas s'attendre nécessairement non plus à une réponse immédiate.