

Distribution

Comment les importateurs du pays cible sont-ils organisés et comment préfèrent-ils travailler ? Quelle est leur marge bénéficiaire ou la commission généralement demandée ?

Il vous faudra beaucoup apprendre sur leurs manières favorites de mener des affaires car, si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait parfois jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent qui n'est pas aussi bien informé que vous.

La structure du marché local et la composition des acheteurs vous aideront à déterminer de quelle manière vous devriez distribuer votre produit. Vous faut-il un seul ou plusieurs représentants ?

Il est important de nommer le ou les représentants appropriés. Posez les questions suivantes : Sont-ils très motivés à vous trouver de nouveaux clients ? Connaissent-ils bien votre industrie ? Quels concurrents (pays ? sociétés ?) représentent-ils déjà ? Nommez, le plus tôt possible, le ou les représentants choisis parce que de

nombreux pays protègent légalement toute entente (même verbale) de représentation, et des changements ultérieurs peuvent coûter cher. Essayez de vous protéger autant que possible, par exemple, en nommant un ou des représentants pour une période d'essai définie (un an ?) pendant laquelle le représentant devra rencontrer certains objectifs, faute de quoi il pourra être remplacé.

Devriez-vous constituer un inventaire local ? Quels devraient être le volume et la fréquence de vos expéditions ? Vous devez vous renseigner sur la qualité et le coût du transport international et du transport intérieur, à partir du port d'entrée, ainsi que sur les possibilités de négocier le prix des produits pour des expéditions répétées. Si vous n'avez pas suffisamment de connaissances à ce sujet, des transitaires peuvent vous aider. (On peut obtenir un répertoire des transitaires auprès d'Industrie Canada, au (613) 954-5031.)