

-
- 3 Les critères mentionnés ci-haut permettent de dresser une liste des maisons de commerce qui semblent répondre aux besoins du fabricant, à partir des répertoires du MEIR, du Conseil des maisons de commerce canadiennes ou de l'AMCEQ, au Québec. On peut ensuite réduire cette liste en se renseignant sur la réputation et l'importance des maisons envisagées.

Les maisons de commerce accréditées par le Conseil des maisons de commerce canadiennes sont fortement recommandées car, pour en faire partie, elles doivent faire preuve d'une réputation éprouvée. Il ne s'agit cependant que d'un premier pas et les fabricants auraient tout intérêt à consulter d'autres sources d'information, comme des services d'informations financières, Dun and Bradstreet par exemple, des fournisseurs actuels et précédents et l'institution bancaire de la maison de commerce. Ces renseignements plus poussés faciliteront le choix final, tout en donnant au fabricant une meilleure idée des activités de la maison de commerce. De plus, le fabricant aura ainsi plus confiance dans la maison de commerce qu'il aura choisie et il pourra mieux définir ses objectifs et planifier sa stratégie.

6 *Création de liens efficaces avec une maison de commerce*

Le fabricant doit d'abord s'entendre clairement avec la maison de commerce sur les résultats escomptés. Il faut se consulter pour définir des objectifs réalistes quant au volume des exportations, aux marchés à rejoindre et aux stratégies. Il faut également discuter ouvertement de soutien à la commercialisation, d'exploration des débouchés et de promotion, sans oublier un calendrier pour vérifications périodiques et le contrôle du rendement. Avec une entente négociée en toute franchise dès le départ, les risques de malentendus sont d'autant plus réduits ultérieurement. La maison de commerce doit elle aussi indiquer clairement ce qu'elle attend du fabricant. L'intermédiaire n'est pas en mesure d'offrir de bons services sans le soutien du fabricant. Ce dernier devra s'engager à établir des prix concurrentiels, à se conformer aux normes relatives au produit et à rencontrer les exigences de livraison. On ne soulignera jamais assez que la relation entre le fabricant et la maison de commerce ne peut fonctionner que si les deux parties font tout leur possible pour en arriver à une association mutuellement rentable. Une fois l'esprit de coopération bien installé, après avoir défini les objectifs, les stratégies ainsi que les droits et les obligations de chacun, alors et alors seulement, l'on passe à la rédaction d'une entente.