

Les salons professionnels et les missions peuvent être de bonnes occasions de rencontrer des clients possibles et d'examiner des possibilités. Faites ce qui suit avant, pendant et après les salons professionnels et les missions afin d'augmenter vos chances de faire des affaires.

1. Planifiez.

a) Analysez comment la mission commerciale se prête à votre plan global de commercialisation.

b) Connaissez votre industrie aux États-Unis, incluant sa structure, les tendances, les concurrents, les associations industrielles, etc.

c) Établissez des cibles précises d'expansion aux États-Unis, incluant des cibles pour la mission commerciale.

d) Établissez une liste de questions pour lesquelles vous voulez que la mission commerciale vous fournisse les réponses et envoyez-la au délégué commercial afin de faciliter la planification.

2. Avisez les parties concernées de votre séjour dans leur région.

Profitez au maximum de votre temps à l'étranger en prévenant vos contacts par écrit à l'avance, incluant vos clients et vos partenaires stratégiques possibles et les associations industrielles. Indiquez vos contacts au délégué commercial bien avant la venue de la mission.

3. Planifiez votre suivi avant de quitter le Canada.

La charge de travail sera épouvantable à votre retour et pourrait retarder le suivi nécessaire pour une période indéterminée. Préparez avant de partir des lettres types de suivi qui vous aideront à répondre rapidement et chargez du personnel de soutien de vous aider à faire le suivi.

4. Apportez beaucoup de cartes d'affaires et de documentation sur votre société.

Vous voudrez laisser des rappels visuels de votre société et de ses services. Assurez-vous de ne pas manquer de matériel.

5. Envoyez des professionnels.

Comme vous n'aurez pas de produit à démontrer dans les foires commerciales, faites-vous représenter par des employés professionnels qui savent comment tenir un stand.

6. Préparez-vous à de longues journées.

Le monde des affaires américain entreprend la journée avec des déjeuners d'affaires et la termine avec des soupers d'affaires. Profitez-en pour établir des contacts à l'extérieur de votre stand ou de la mission. Au stand, prévoyez demeurer debout et entretenir activement la conversation pendant toute la durée du salon. Observez les pratiques et les expositions de vos concurrents.

7. Soyez prêt à agir.

Profitez au maximum de votre temps à l'étranger en cherchant de nouvelles pistes de clients éventuels ou en faisant des visites impromptues durant vos temps libres. Si d'autres sociétés sont prêtes à entrer dans les détails, vous devez savoir quels sont les engagements que vous pouvez prendre sur le terrain au nom de votre société.

8. Trouvez des possibilités d'établir une présence stratégique pendant que vous êtes sur les lieux.

Vous devriez si possible quitter les États-Unis avec les noms de partenaires stratégiques possibles et des possibilités d'établir une adresse et un numéro de téléphone locaux.

9. Suivez toutes les pistes possibles.

À votre retour au Canada, faites le suivi auprès de toutes les parties dans les 24 heures. Vous ne savez jamais qui pourrait vous mettre un jour en rapport avec d'autres clients. Ne soyez pas désappointé si vous ne trouvez pas immédiatement des nouveaux clients à l'occasion d'un salon ou d'une mission. Prévoyez des visites régulières dans la région.

10. Faites le suivi auprès du délégué commercial.

Les délégués commerciaux peuvent vous aider efficacement seulement lorsqu'ils savent ce que vous faites. Vous les aiderez en les tenant au courant.