

---

même personne, car la création d'une relation de confiance et de compréhension mutuelle exige beaucoup de temps si les interlocuteurs ne se voient que brièvement, une ou deux fois l'an. On peut obtenir une aide financière dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation, au sujet duquel on peut se renseigner auprès des Centres de commerce international (voir l'annexe A).

Pour ce genre de séjour promotionnel, il est préférable de se fixer des objectifs précis, tels les suivants :

- persuader le représentant ou le distributeur de vendre un nouveau produit;
- réviser le taux de commission;
- persuader le distributeur d'augmenter ses stocks;
- informer le représentant de l'utilité de participer à des foires commerciales;
- persuader le représentant d'absorber une plus grande partie des frais de promotion;
- fixer de nouveaux objectifs de vente pour l'année suivante.

Il est conseillé de toujours faire parvenir au représentant ou au distributeur une copie du rapport faisant état de l'entente convenue au sujet de l'un ou l'autre de ces objectifs. Si le représentant ou le distributeur n'en respecte pas les termes, on pourra lui rafraîchir la mémoire dans le cours de l'année. Il faut aussi témoigner sa reconnaissance au représentant ou au distributeur qui aura atteint les objectifs fixés au cours de la visite.

Pour tirer le maximum d'avantages de son séjour à l'étranger, l'exportateur aura intérêt à l'annoncer deux ou trois mois à l'avance et à s'informer auprès de son représentant ou distributeur pour vérifier si les dates choisies lui conviennent. Il devrait également prier son représentant de préparer une liste des personnes que tous deux pourront rencontrer, dans le but de renforcer des liens avec de bons clients ou de se créer de nouvelles relations.

Sachant que nombre de représentants agissent pour le compte de plusieurs entreprises, l'exportateur devrait ménager, au cours de la rencontre, le temps nécessaire pour que l'intermédiaire et le client puissent discuter de