

Les relations personnelles

Les Mexicains aiment faire des affaires avec les gens qu'ils connaissent. Ils ont besoin, en particulier quand il s'agit de services, d'instaurer une relation de confiance avant d'en venir aux affaires. Les premières discussions portent le plus souvent sur des sujets personnels, en particulier la famille, les amis et les voyages mais rarement sur des questions d'affaires importantes.

Les acheteurs mexicains de services placent le plus souvent la confiance envers leurs fournisseurs en tête des autres considérations d'achat. Cela veut dire que les nouveaux venus sur le marché doivent consacrer énormément de temps à devenir crédibles et à leur image avant de faire des propositions précises. Des réussites antérieures au Canada aident à acquérir cette crédibilité. Par contre, l'image est soumise à des perceptions plus superficielles. On pense en particulier à la qualité des brochures et de la papeterie ainsi qu'à la tenue et au comportement du vendeur. De bonnes compétences en communication constituent un actif important dans ce contexte. À plus long terme, une amitié réelle se développe souvent. Dans un milieu dans lequel la loyauté entre amis est une valeur culturelle forte, cela peut présenter des avantages importants pour les affaires. Se constituer un réseau de relations personnelles doit donc faire partie intégrante de la commercialisation du service.

Les contacts professionnels et les séminaires

Après les relations personnelles, le meilleur moyen de promotion est les références professionnelles de bouche à oreille données par les contacts qui ont établi votre crédibilité au Mexique. Les acheteurs institutionnels en particulier recherchent des références auprès de contacts mutuels. Les clients satisfaits sont un outil de vente très efficace et vous pouvez citer leurs propos dans vos brochures de promotion. Les techniques traditionnelles de commercialisation peuvent être efficaces avec des clients pris individuellement.

Une autre technique de promotion efficace est de faire des exposés à l'occasion de séminaires professionnels et d'activités de l'industrie. Les Mexicains sont particulièrement désireux d'en apprendre davantage sur les nouvelles technologies. Le Canada bénéficie d'une solide réputation d'excellence technologique et ce type de présence permet d'associer des fournisseurs donnés à des compétences canadiennes particulières.

Des outils de promotion comme les essais gratuits ou à tarif réduit, les premières consultations gratuites et les séminaires ou des publications également gratuits sont des outils populaires auprès des clients pris isolément. Une autre façon de faire la distinction entre votre société et ses concurrents est au niveau de la garantie.

Les documents promotionnels doivent être en espagnol. Il faut prendre soin de traduire correctement les noms commerciaux et les slogans.