
Selon Jack Martell, président de Martell Exporting Ltd., le négociant et le fabricant devront s'entendre clairement sur les grands points suivants avant de s'engager dans quelque transaction que ce soit.

Produits à commercialiser

Les fabricants vendent habituellement plusieurs gammes de produits. Il faut décider quelles gammes et quels produits de chaque gamme seront exportés en premier, et lesquels le seront plus tard. Pour l'entreprise, cela dépendra de sa capacité d'exportation et de la compétitivité internationale de chaque produit. Le négociant doit se laisser guider par la connaissance de son produit, par la gamme de produits dont il s'occupe et par sa perception de la demande de ce produit sur les marchés extérieurs. Les décisions dans ce domaine devraient donc être prises conjointement par les producteurs et les négociants.

Connaissance des produits

Un fabricant s'attendra à ce que son personnel local de marketing et de vente connaisse parfaitement bien ses produits. Autrement, il aurait raison de craindre que ce ne soient de mauvais vendeurs. Il n'y a pas de raison que le fabricant attende moins de sa maison de commerce. Une maison de commerce est après tout son outil de commercialisation à l'étranger. Un bon négociant tentera donc de bien se familiariser avec les produits qu'il représente, y compris ses spécifications et le procédé de production. Cette connaissance impressionnera les acheteurs potentiels et sera utile lorsqu'on discutera d'adaptations du produit aux marchés étrangers.

Territoires

Avant d'exporter, les fabricants devraient chercher quels marchés offrent le meilleur potentiel et contacter des maisons de commerce qui connaissent bien ces marchés, qui ont une compétence adéquate pour ce type de produit et qui s'y intéressent. Lorsqu'une maison de commerce a été choisie, il faudrait en venir à une forme quelconque d'accord concernant les marchés cibles. Il y a deux grandes raisons pour ne pas accorder d'exclusivités de distribution à des maisons de commerce. Premièrement, la plupart de ces maisons sont assez spécialisées et n'ont pas la même connaissance de tous les marchés. Deuxièmement, il se peut que les fabricants agissent déjà comme exportateurs indépendants sur certains marchés ou qu'ils prévoient le faire à l'avenir.