

vos activités, puis lui préciser que vous vous intéressez à sa société et aux produits ou aux services de celle-ci. Vous pourrez alors tenter d'obtenir d'elle des informations sur la personne à contacter. Si cette réceptionniste persiste à obtenir plus de précisions sur l'objet de l'appel, il faudra toujours rester très courtois et répondre par une formule générale suivie d'une question comme dans l'exemple ci-dessous :

Canadien : Bonjour Madame (ou Monsieur). Pourrais-je, s'il vous plaît, parler au Licenciado Pérez Unda?

Réceptionniste : C'est à quel sujet?

Canadien : Nous cherchons une forme d'alliance stratégique au Mexique et j'aimerais savoir si votre entreprise commercialise des licences de fabrication de progiciels?

Répondez d'abord de façon générale à la question posée, puis enchaînez avec une question plus technique qui incitera peut être la réceptionniste à acheminer la communication à la personne désirée.

Pour composer avec la bureaucratie de la fonction publique, on aura avantage à faire appel à son réseau de contacts ou celui de son partenaire mexicain afin d'obtenir rendez-vous plus rapidement. Il y a également intérêt à connaître un membre influent de la fonction publique et à préciser que c'est lui qui vous a conseillé de téléphoner.

Quand prendre contact ?

L'étape suivante consiste à savoir à quel moment cette personne est la plus facile à rejoindre. Le moment idéal pour un premier contact dépend des habitudes de chaque dirigeant mais ils sont souvent plus accessibles et mieux disposés le matin et en début de semaine. Si le représentant canadien a un bon contact avec la réceptionniste, elle pourra peut-être le conseiller efficacement.

Recueillir le plus d'informations utiles

Plus on en sait à l'avance sur la personne qu'on désire rencontrer, et sur sa société, et plus on a de chances de parvenir à ses fins. Il sera en effet plus facile de retenir l'attention de son vis-à-vis et de susciter son intérêt.

Les Canadiens doivent retenir que, lors d'un premier contact avec un partenaire mexicain, ce ne sont pas leurs produits ou leur entreprise qu'ils doivent promouvoir d'abord mais eux-mêmes.

Une démarche de prospection improvisée a très peu de chances de réussir au Mexique. Les grandes différences culturelles, personnelles et d'affaires, imposent de plus à l'entreprise canadienne de redoubler d'efforts dans sa quête d'informations clés qui lui permettront de trouver à qui s'adresser efficacement et de préparer de bons arguments de vente.