

Le processus de sélection préliminaire devrait vous conduire :

- 1) à faire correspondre généralement le territoire prospecté par l'agent et la région que vous désirez exploiter. Toutefois, il n'est pas essentiel que les deux se confondent. L'agent pourrait accepter certains ajustements en fonction de vos besoins, en étendant ou en réduisant les limites de son territoire;
- 2) à examiner les produits dans lesquels l'agent se spécialise et(ou) le secteur qu'il dessert pour déterminer s'il y a compatibilité avec le rôle que vous comptez jouer sur le marché;
- 3) à mener une enquête sur la réputation de l'agent et son efficacité de vendeur au sein de l'industrie.

Compte tenu de l'éloignement, il est possible qu'une partie de ce travail se fasse au téléphone. Dans ce cas, ne jugez pas la valeur d'un candidat au son de sa voix ou à la rapidité avec laquelle il vous dit ce que vous désirez entendre. Ne vous servez de l'appel que pour rassembler des renseignements factuels. Pour traiter équitablement tous les agents et avoir une base de comparaison suffisante, questionnez tous les agents de la même façon.

Peu importe la méthode de sélection retenue, vous voudrez sans doute aborder les quelques points qui suivent. Il suffit d'adapter la liste en fonction de ses besoins, en ajoutant ou en supprimant certains points :

Points importants à examiner avec un agent éventuel

I. Taille de l'agence

Rappelez-vous que les agences les plus grandes ne sont pas nécessairement les meilleures. Si l'agence possède un personnel trop nombreux ou si elle représente un trop grand nombre de commettants, il est possible que les employés ne fassent que prendre les commandes plutôt que d'exercer les fonctions de représentants commerciaux. La taille est moins importante que ne le sont d'autres facteurs. Par exemple, une agence de taille modeste est souvent plus avide d'affaires que l'agence plus importante. Si une agence est à même de faire justice à vos produits, ne l'éliminez pas du fait de sa taille.

- A. Combien de vendeurs comptez-vous sur le terrain?
- B. Faites-vous affaire avec des sous-traitants?
- C. Le propriétaire s'occupe-t-il activement de la vente?
- D. Combien y a-t-il d'employés de bureau?
- E. Décrivez les plans d'expansion à long terme.
- F. Seriez-vous prêt à étendre vos activités pour répondre aux besoins d'un nouveau client?
- G. Dans l'affirmative, de quelle façon?
- H. L'agence est-elle une société, une association ou une entreprise à propriétaire unique?
- I. Combien de bureaux compte-t-elle?
- J. Envisagez-vous d'ouvrir de nouveaux bureaux?

II. Croissance

- A. Depuis combien de temps l'agence existe-t-elle?
- B. Décrivez la progression des ventes depuis sa création.
- C. Quel est le chiffre d'affaires actuel?
- D. Quel est le chiffre d'affaires par représentant extérieur?
- E. Quels sont vos objectifs de vente pour l'an prochain?

III. Territoire

- A. Décrivez le territoire couvert par l'agence.
- B. Seriez-vous prêt à l'agrandir?
- C. Dans l'affirmative, de quelle manière?

IV. Produits

- A. Combien de gammes de produits représentez-vous?
- B. Les gammes sont-elles compatibles avec la nôtre?
- C. Pensez-vous qu'il pourrait y avoir conflit ou concurrence?
- D. Seriez-vous prêt à changer de marché?
- E. Dans l'affirmative, de quelle façon vous occuperiez-vous de la nouvelle gamme de produits?
- F. Quel devrait être le chiffre d'affaires minimum pour que vous acceptiez de représenter le produit?

V. Installations et équipement

- A. Avez-vous un entrepôt?
- B. Dans l'affirmative, de quelle taille?
- C. Comment contrôlez-vous les stocks?
- D. Êtes-vous informatisé?
- E. Dans l'affirmative, décrivez les installations.
- F. Quels moyens de communications utilisez-vous (p. ex. TWX, télex, watts, etc.)?

VI. Lignes de conduites

- A. Décrivez les avantages sociaux, les indemnités et les programmes de formation dont bénéficie le personnel des ventes.
- B. Poursuivez-vous un programme spécial d'encouragement ou d'intéressement?
- C. Comment contrôlez-vous le rendement?
 1. Volume des ventes
 2. Efficacité
 3. Degré de satisfaction
 4. Réputation
 5. Rapports
- D. Seriez-vous prêts, vous ou vos vendeurs, à assister à des colloques à l'usine?
- E. Dans l'affirmative, quels frais vous attendriez-vous à voir assumer par le fabricant?
- F. Quelle est votre attitude en ce qui concerne les visites sur le terrain par les employés du fabricant?