

Pour vendre aux États-Unis, les sociétés canadiennes doivent être prêtes à :

- 1) rechercher continuellement des débouchés;
- 2) créer d'emblée une impression positive plus forte que ce à quoi on s'attend au Canada;
- 3) demeurer en concurrence active avec les fournisseurs américains pour les prix, la livraison et la relance.

L'approche initiale

La meilleure façon de se faire connaître est d'effectuer une visite personnelle. On pourra désigner plus tard un représentant ou un distributeur, mais les acheteurs importants tiennent habituellement à rencontrer leurs fournisseurs personnellement.

Il est souvent nécessaire de prendre rendez-vous avec les acheteurs. Pour des raisons de politesse, il convient ordinairement de commencer par le directeur des achats ou son équivalent et, par son intermédiaire, d'entrer en contact avec les acheteurs après avoir pris rendez-vous.

Il importe de procéder à une présentation complète dès la première visite. Il faudra donc se munir de documentation, de devis, d'échantillons, si possible, et d'une liste complète des prix, de même que des renseignements sur la livraison et le contrôle de la qualité dont a besoin un acheteur pour comparer les fournisseurs entre eux. Beaucoup d'acheteurs gardent des dossiers à jour sur leurs fournisseurs; on créera donc une impression favorable si l'on fournit dès la première visite, un résumé où figurent les renseignements suivants :

- vos nom, adresse et numéro de téléphone;
- nom, adresse et numéro de téléphone du représentant local, s'il y a lieu;
- date de fondation de la société;
- importance de l'usine;
- nombre d'employés;
- principaux produits;
- emplacement de l'usine;
- description du matériel et des installations de production;
- moyens de transport;
- volume approximatif des ventes annuelles;
- liste de clients représentatifs;
- solvabilité de la société.