

décrivent la compagnie plutôt que les avantages comparatifs du produit. Mettez l'accent sur les chiffres et les données pour convaincre les ingénieurs et les spécialistes que votre produit est supérieur sur le plan technique et qu'il pourrait contribuer à la réalisation des objectifs. L'Académie des sciences s'est ajoutée récemment aux organismes qui donnent traditionnellement accès au marché, à savoir : le ministère du Commerce extérieur et ses organismes (pour les produits de base en particulier), les ministères responsables des industries (pour la machinerie et l'équipement) et le Comité d'État de la science et de la technologie (pour la technologie de pointe et la technologie clés en main en général).

- o) Tactiques de l'acheteur : négocier avec des bureaucrates de niveau moyen ou inférieur est une perte considérable de temps et d'argent. En Union soviétique, vos frais initiaux seront plus élevés que dans la plupart des économies de marché, mais pour certaines compagnies, le profit à long terme justifie l'effort. Il est important de gravir les échelons de la hiérarchie aussi vite que possible pour s'adresser au niveau ministériel, où se prennent les décisions importantes, surtout en ce qui concerne les gros contrats. Vous pourrez être amené à négocier en étant soumis à d'importantes contraintes, tant sur le plan financier que sur celui des délais, alors que les Soviétiques se plaisent à contredire leurs offres. Par exemple, un des scénarios suivants pourrait se présenter :
 - i) les Soviétiques négocient d'abord avec le plus faible ou le moins expérimenté des concurrents en vue de fixer les conditions de base pour d'autres négociations;
 - ii) ils vous révèlent les offres de vos concurrents;
 - iii) ils ont presque toujours le temps de leur côté et ne se sentent pas comme vous soumis à des délais serrés;
 - iv) les équipes de négociateurs peuvent changer complètement et souvent, à n'importe quelle étape des discussions;
 - v) la partie soviétique essaiera d'abord d'établir les tarifs et ensuite d'ajouter plusieurs autres exigences. En conséquence, vous ne devriez jamais fixer votre prix définitif avant qu'il y ait accord complet sur chaque point;