
succès obtenus à l'échelle internationale. Faites en sorte d'obtenir la participation de votre représentant ou distributeur, car ce genre de publication est un excellent moyen de faire fructifier la transmission réciproque des nouvelles et des idées.

Le matériel publicitaire

Les documents publicitaires provenant du siège social ne conviennent pas tous au marché international. Parfois, on insistera sur des aspects qui ont plus ou moins d'importance selon les pays et selon la langue employée; un texte traduit n'a pas toujours la même efficacité. Pour vous assurer que votre matériel publicitaire garde son effet même à l'étranger, faites participer votre représentant. Recherchez ses conseils. Après tout, c'est lui le spécialiste de son pays. Incitez-le à prendre part à la rédaction des textes; lorsqu'il recevra la version finale à son bureau, il manifestera plus d'enthousiasme à l'utiliser.

Le téléphone, le télex et le télécopieur

Voilà trois appareils qui sont essentiels aux communications modernes et dont il faut apprendre à se servir à son avantage. Favorisez les entretiens téléphoniques entre votre personnel au Canada et vos représentants ou distributeurs, car ils assurent une approche beaucoup plus personnelle que ne le fait le courrier. N'oubliez pas, cependant, qu'il vaut mieux confirmer par écrit toute question d'intérêt commercial résolue par téléphone, surtout si l'emploi de langues différentes pourrait donner lieu à des interprétations fautives. Le télex et le télécopieur sont plus avantageux que le courrier, non seulement par leur rapidité supérieure, mais aussi parce qu'un lien aussi immédiat renforce, chez le représentant, l'impression qu'il a d'être très proche du siège social.

Comment tirer tous les avantages d'une visite personnelle à l'étranger

La visite personnelle est la pierre angulaire d'une relation exportateur-représentant réussie. Malheureusement, trop peu d'exportateurs se rendent assez souvent chez leurs intermédiaires. Ceux qui le font se rendent compte que de tels séjours leur permettent d'analyser les progrès réalisés, de résoudre ou de prévenir les problèmes et de stimuler l'effort de vente de leur représentant. Il est essentiel que ces visites soient toujours faites par la