

plus d'importance qu'elles ne le feraient au Canada;

- 3) fixer des prix concurrentiels, surveiller soigneusement la livraison et assurer la relance.

## Premières démarches

La meilleure façon de vous présenter est de vous rendre sur place. On peut toujours nommer plus tard un représentant ou un distributeur, mais la plupart des acheteurs américains préfèrent d'abord rencontrer personnellement leurs fournisseurs éventuels.

Il est souvent nécessaire de prendre rendez-vous avec les acheteurs proprement dits. Pour respecter le bon usage, il convient d'ordinaire de commencer par le directeur des achats ou son équivalent et, par son entremise, de rencontrer les acheteurs réels. Dans ce cas, il est préférable de faire parvenir un préavis.

Il est important de donner une idée de tout ce que vous avez à vendre au premier contact : documentation, spécifications, échantillons si possible, et tous les renseignements qu'il faut à l'acheteur quant aux prix, à la livraison et au contrôle de la qualité pour qu'il puisse comparer votre marchandise à celle de ses fournisseurs habituels. Beaucoup d'acheteurs tiennent des fiches à jour sur leurs fournisseurs. Vous ferez bonne impression si vous pouvez fournir un sommaire des points suivants au moment de la première visite :

- les nom, adresse et numéro de téléphone de votre compagnie;
- les nom, adresse et numéro de téléphone de votre représentant local, le cas échéant;
- la date d'établissement de votre entreprise;
- les dimensions de votre usine;
- le nombre d'employés que vous embauchez;
- vos principaux produits;
- la situation géographique de votre usine;
- une description de vos installations et de votre matériel de production;
- les moyens de transport dont vous disposez;
- le volume approximatif de vos ventes annuelles;
- une liste des clients que vous croyez représentatifs;
- vos états financiers et votre cote de crédit.

Avant de visiter ce marché, nous vous conseillons