

- Dans une entreprise du secteur public, la lourdeur bureaucratique ajoutera au temps nécessaire pour rejoindre la personne voulue.

Voilà pourquoi il importe de trouver le nom et le titre du véritable preneur de décisions, c'est-à-dire de la personne à qui s'adresser. On pourra contacter des clients, des fournisseurs (offrant des produits non concurrentiels), des consultants et même des employés de l'organisation visée pour trouver ces renseignements.

### Le premier contact

Lors des premiers contacts avec un Mexicain, on évitera la télécopie, la poste et le courrier électronique. N'oublions pas que le contact humain est essentiel et incontournable pour susciter l'intérêt et gagner la confiance des Mexicains.

Un fabricant canadien de portes et fenêtres qui voulait exporter ses produits au Mexique a décidé de chercher un distributeur mexicain. Après une semaine de recherche de noms et de coordonnées de distributeurs éventuels, il a envoyé des télécopies en anglais à une trentaine d'entre eux en leur expliquant ses intentions et en faisant appel à leurs services sur le terrain. La seule réponse reçue est venue près de deux mois plus tard et ne faisait aucunement allusion aux produits que proposait le fabricant de portes et fenêtres.

Dans les PME mexicaines, le télécopieur remplace mal les communications verbales. Il importe de savoir que ce sont souvent les secrétaires et les réceptionnistes qui s'occupent du télécopieur, ce qui leur permet de faire le tri des télécopies à transmettre à leur patron. Il se peut donc que votre message ne parvienne jamais à son destinataire. Une conversation (téléphonique ou en personne) entre le responsable de l'entreprise canadienne et son prospect mexicain constitue sans doute la meilleure approche, en particulier lorsque le Canadien est en mesure de mentionner qu'il a été référé par un Mexicain de bonne réputation et connu du destinataire.

Une entreprise canadienne qui prend contact pour la première fois avec un homme d'affaires mexicain a intérêt à faire état de sa nationalité. Non seulement les Canadiens ont-ils une bonne image au Mexique mais le fait de venir d'un pays étranger, autre que des États-Unis, et de s'exprimer en espagnol avec un certain accent suscitent souvent la curiosité chez les Mexicains. On pourra se présenter de la sorte :

Buenos días (ou Buenas tardes), habla el Sr. Daniel Martin de la compañía XYZ de Canada...»  
(Bonjour, ici Daniel Martin de la société XYZ du Canada...).

Sachant que vous êtes canadien, il est fort probable la personne qui répond s'efforcera d'acheminer la communication au destinataire.

Au Mexique, comme ici, les secrétaires de direction et les réceptionnistes filtrent les communications pour permettre aux dirigeants de se consacrer aux priorités de l'entreprise. Il ne faut pas les percevoir comme un obstacle mais plutôt comme une aide pour accéder à la bonne personne et pour recueillir des renseignements importants. Il est aussi bon de se souvenir qu'elles sont beaucoup plus sensibles aux marques de courtoisie et de respect que leurs homologues canadiennes.

Il faudra donc tenter d'établir un rapport harmonieux avec cette personne, engager une conversation en lui indiquant votre nationalité et la nature de