

VIII. Fournisseurs

- A. Combien de fournisseurs représentez-vous?
- B. Avez-vous une carte de produits?
- C. Seriez-vous prêt à nous en donner une copie?

IX. Mise en marché et promotion des ventes

- A. Seriez-vous prêt à nous aider à recueillir des renseignements sur le marché que nous pourrions utiliser pour effectuer des prévisions?
- B. Offrez-vous ce genre de service aux autres fabricants?
- C. De quels médias vous servez-vous pour promouvoir les produits que vous représentez?
- D. Si vous recourez au service postal, combien de noms compte votre liste d'expédition?
- E. Quel type de brochure utilisez-vous pour décrire votre agence?

X. Services spéciaux

- A. Votre agence offre-t-elle d'autres services, par exemple soumettre des prix, formuler des propositions et éduquer la clientèle?
- B. Recourez-vous à un système de rapports sur les ventes?
- C. Dans l'affirmative, peut-on consulter les dossiers?
- D. Voyez-vous l'agence comme une entreprise de vente et de service?
- E. Avez-vous cerné les points forts de l'agence?

XI. Avez-vous dressé des plans d'urgence pour assurer la continuité de l'agence?

XII. Références

- A. Banques
- B. Commettants
- C. Clients

* Tous droits réservés. Texte reproduit avec la permission de la MANA, 23016 Mill Creek Road, P.O. Box 3467, Laguna Hills, California 92654; tél. : (714) 859-4040. Tiré du MANA Research Bulletin No. 534, *Pre-Screening Prospective Principals and Agents: Some Guidelines*.