



## L'approche

### L'approche

- Qui contacter?
- Le premier contact
- Quand prendre contact?
- Recueillir le plus d'informations utiles
- La connaissance de l'interlocuteur
- La présentation de l'entreprise et de ses services



---



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international  
Department of Foreign Affairs and International Trade

19 de 22

### Qui contacter?

Qui prend les décisions au sein des entreprises mexicaines? Comme pour toute transaction commerciale, il est inutile de vanter les mérites de ses produits ou de ses services à un interlocuteur qui ne prend pas part à la décision ou qui n'y joue aucun rôle.

- Dans une PME mexicaine, il faudra généralement s'adresser au principal dirigeant qui sera le plus souvent l'un des principaux actionnaires, sinon le seul. L'exercice du pouvoir réel est très concentré dans les entreprises mexicaines.
- Il se peut également que le dirigeant de la PME mexicaine réfère le Canadien à une autre personne ou un autre service avec qui poursuivre la discussion. Un employé ainsi mandaté par sa haute direction prendra sa tâche très au sérieux. Il faudra cependant veiller à ce que ce dirigeant soit mis au courant de l'évolution des pourparlers car c'est lui qui prendra la décision finale.
- Dans les grandes organisations, le choix du premier contact dépendra de l'objectif visé. Selon qu'on voudra constituer une alliance stratégique ou simplement vendre son produit, on ne s'adressera pas à la même personne. Il faut dès le début trouver le véritable preneur de décision. Sans cela, on risque de présenter son projet à un interlocuteur mexicain qui ne se montrera intéressé que par politesse. S'il décide ensuite de vous référer à la bonne «cible», cette dernière pourra hésiter à vous recevoir, s'offusquant de n'avoir pas avoir été contactée la première, ce qui témoigne à ses yeux d'une mauvaise connaissance de son entreprise.

Au Mexique, les titres des personnes peuvent parfois nous induire en erreur. Le directeur des achats d'une entreprise n'aura pas nécessairement une influence déterminante sur l'adoption d'un nouveau produit si la décision relève du président ou du directeur de l'usine. Toutes ces informations supposent une analyse préalable de l'entreprise cible.