

- i) Vive les grandes sociétés : les acheteurs soviétiques donnent la préférence aux grandes sociétés occidentales car ils se sont rendu compte qu'il est plus facile et plus commode de traiter avec des partenaires moins nombreux mais offrant une grande variété de produits, et avec lesquels une confiance s'est établie sur une longue période. En outre, les grandes compagnies sont financièrement plus solides, ce qui leur permet de faire face à des frais de marketing plus élevés et de supporter des délais plus longs avant de rentabiliser leurs investissements.
  
- j) Manque de coordination : en général, vous constaterez que le client potentiel n'a ni objectifs ni priorités clairs, et qu'il se montre indécis. En outre, il est souvent difficile aux Soviétiques de savoir qui détient le pouvoir décisionnel au sein des administrations responsables de l'industrie et de l'agriculture. Parfois, la division commerciale de l'ambassade sert de lien entre l'acheteur et l'utilisateur, en faisant valoir les possibilités d'un nouveau produit.
  
- k) Les négociations : votre entreprise devrait envoyer une équipe de négociateurs spécialisée dans chacun des aspects des négociations. Par exemple, les clauses techniques devraient être confiées à un ingénieur, et les questions commerciales ou juridiques, à un expert en contrats qui connaît bien les lois soviétiques. Dans la plupart de cas, l'équipe de négociateurs se compose de deux personnes et, dans certains cas, d'une troisième qui agit comme avocat. Dans certaines circonstances, il est conseillé d'être accompagné d'un interprète ou d'une personne prenant des notes. Le groupe canadien devrait avoir les pleins pouvoirs de négocier des accords juridiquement valides, même si les discussions prennent une tournure imprévue. Il sera parfois nécessaire que des cadres supérieurs soient présents dès le début des entretiens, ou encore, que de hauts responsables se tiennent prêts à intervenir en cas d'impasse. La partie soviétique se compose habituellement de représentants de l'OCE et des utilisateurs, ainsi que d'un interprète ou secrétaire, lequel fait aussi fonction d'agent du protocole, escortant les délégations dans les salles de réunions.
  
- l) Délégués commerciaux étrangers : les négociateurs soviétiques sont maintenant plus instruits, plus jeunes, plus pragmatiques et plus directs, ce qui