
Promotion

La commercialisation des exportations déborde la vente à l'étranger. La plupart des acheteurs étrangers s'attendent à un appui à la commercialisation qui va plus loin que la fourniture d'échantillons et de documents comme des brochures et des dépliants, et qui englobe la publicité et la participation à des foires commerciales. Les maisons de commerce voudront savoir quelles ressources le fabricant est disposé à fournir pour la promotion de ses produits à l'étranger. Pour revenir à l'exemple de l'association Beam-Overseas Projects, une campagne de publicité est actuellement conçue pour Beam en Arabie Saoudite. La partie canadienne devra fournir une contribution financière, qui sera assurée par Overseas Projects seule ou conjointement avec Beam. Overseas Projects voudra également savoir si Beam a préparé du matériel publicitaire qui pourrait servir en Arabie Saoudite.

Contrat

Un contrat est tout aussi nécessaire pour le commerce extérieur qu'il l'est dans le commerce intérieur. Il ne faudrait pas le considérer uniquement comme un moyen de protection légale, mais également comme un moyen de favoriser la meilleure compréhension possible entre les deux parties. Enfin, le fabricant ou la maison de commerce se souviendra qu'un contrat qui tente de tirer toutes les concessions possibles de l'autre partie n'est pas une réussite, mais plutôt un signe que l'entente ne marchera jamais. De fait, un contrat ne portera fruit que dans la mesure où il prévoit des modalités qui avantageront également toutes les parties contractantes.