

- la description des mécanismes et des installations de contrôle de la qualité
- le matériel de transport
- le volume annuel approximatif de vos ventes
- les noms de trois clients types
- votre statut financier.

## Visites réciproques

Plusieurs acheteurs vérifient personnellement les installations des nouveaux fournisseurs avant de s'engager dans des transactions continues. S'ils ne viennent pas d'office, il est conseillé de les inviter quand même.

Les acheteurs américains s'attendent aux visites fréquentes des vendeurs — plus encore que les acheteurs canadiens — même aux deux semaines à certaines périodes de l'année. Peu d'entreprises canadiennes ont assez de vendeurs pour se permettre ce luxe; la solution habituelle consiste à désigner un représentant du fabricant ou à vendre par l'entremise de courtiers des revendeurs ou de concessionnaires, selon les situations.

## Listes de prix

Il faut indiquer les prix de vos marchandises de deux façons : livrées à l'entrepôt ou à l'usine de l'acheteur ou à un bureau de douane américain; ou expédiées f.o.b. de l'usine canadienne à l'exclusion des taxes de vente et impôts indirects canadiens. Indiquez toujours vos prix en devises américaines, à moins qu'on ne vous demande explicitement le contraire. Les prix à destination doivent inclure les frais de transport, les droits douaniers américains et, le cas échéant, les frais de courtage et l'assurance. Les listes de prix doivent avoir la même présentation que les listes de prix américains; on ne peut s'attendre à ce que les acheteurs comprennent ou acceptent avec sympathie les droits douaniers et autres questions particulières aux transactions internationales. Ces problèmes ne concernent que l'exportateur canadien, et sont la "rançon" des exportations.

Il se peut que les exportateurs canadiens ne puissent renégocier leurs premiers prix aussi facilement qu'au Canada. Les acheteurs américains, à l'encontre des Canadiens, doivent serrer de très près leurs échéanciers et respecter la marge établie des prix. Ainsi, il leur faut bien souvent s'en tenir à l'offre initiale des exportateurs canadiens.