

Il importe beaucoup que la promotion des ventes soit dynamique surtout si on utilise un représentant local. Même si celui-ci connaît bien le marché, comme il vend toute une gamme de produits, il favorisera naturellement ceux qui sont le mieux soutenus par la maison mère. Les techniques de vente sont les mêmes qu'au Canada.

Finalement, la qualité du produit est un facteur important, mais les néo-zélandais sont aussi sensibles aux prix. C'est surtout le cas pour les marchés de l'État, mais c'est aussi vrai pour les contrats industriels.

CROISSANCE PRÉVUE

La déréglementation des marchés néo-zélandais de la radiodiffusion et des télécommunications et l'abolition du monopole de la société d'État Télécom Corporation dans plusieurs domaines contribueront à une croissance immédiate dans ces secteurs. Ces politiques ont fortement stimulé la demande, surtout celle des produits de consommation, et le marché n'est pas encore parvenu à maturité. On trouvera d'autres renseignements sur la déréglementation dans le rapport intitulé "La déréglementation des télécommunications en Nouvelle-Zélande" (Annexe I).

Le tableau ci-dessous indique les taux de croissance que nous prévoyons dans ce secteur.

Secteur des télécommunications - Taux de croissance annuels moyens

1988-1989	1990-1991	1991-1992
22.5%	32.0%	31.8%

On prévoit que, dans presque tous les secteurs, à l'exception de celui du matériel de radiodiffusion et multimédia, les taux de croissance dépasseront les 20 p. cent, comme l'indiquent les tableaux ci-dessous.

Matériel de l'abonné - Taux de croissance moyen

1988-1989	1990-1991	1991-1992
21.0%	19.6%	24.6%