

Vous devriez entrer en contact avec plusieurs agents ou distributeurs et vérifier leurs références afin de vous assurer des services d'une entreprise renommée. Veillez aussi à vous protéger en concluant un accord à court terme à titre d'essai. Si à l'issue de cet essai le candidat ne répond pas à vos exigences, vous pourrez modifier votre stratégie.

Maisons de commerce

Les maisons de commerce sont des intermédiaires établis au Canada qui s'occupent de la commercialisation de biens canadiens à l'étranger. Une maison de commerce qui offre toute la gamme des services couvre de nombreux aspects de l'exportation : étude du marché étranger, organisation du transport, recrutement des agents ou distributeurs, exposition de produits à des foires commerciales, publicité et documentation.

Certaines maisons de commerce, qui font office de « commettants » ou de « négociants », achètent des produits directement à des fournisseurs canadiens, tandis que d'autres agissent à titre d'agents et vendent à commission. Certaines maisons se spécialisent dans un secteur particulier, comme l'agro-alimentaire ou les télécommunications, alors que d'autres concentrent leur activité sur certains marchés étrangers.

Les nouveaux exportateurs qui ne souhaitent pas vendre directement aux clients étrangers ou qui ne tiennent pas à se trouver un agent ou un distributeur à l'étranger vont souvent recourir aux services des maisons de commerce.

Vente directe

Comparativement à la vente par l'intermédiaire d'un agent ou d'un distributeur, la vente directe permet souvent d'accroître la marge bénéficiaire de l'exportateur tout en offrant des prix plus bas aux clients étrangers. Le vendeur, pour sa part, peut tirer parti des relations plus étroites qu'il entretient avec les

utilisateurs. Toutefois, la distribution directe n'a pas que des avantages. Les gens d'affaires qui ne peuvent pas compter sur les services d'un intermédiaire à l'étranger devront prendre le temps de se familiariser avec le marché qui les intéresse et avec le processus de l'exportation. Mettre sur pied une équipe de vente sans intermédiaire sur le marché représente un investissement considérable de temps, d'énergie et surtout d'argent.

Partenariats

L'exportateur peut aussi former un partenariat à l'étranger, qui l'aidera à surmonter les difficultés que pose le commerce international.

Il y a beaucoup d'avantages à conclure un accord de partenariat. En effet, le partenaire présent sur place peut accomplir des tâches que ne peut effectuer l'exportateur depuis son pays, par exemple offrir l'expertise voulue, donner des conseils et nouer des relations, autant de facteurs déterminants pour la réussite.

Un partenariat bien géré offre des avantages concrets tant à l'exportateur qu'à son partenaire :

- les deux parties concentrent leur énergie sur leurs compétences et aptitudes respectives;
- les partenaires se partagent les risques;
- les deux parties peuvent acquérir des compétences dans de nouveaux domaines;
- la mise en commun des idées et des ressources permet aux deux parties de suivre l'évolution du marché;
- les petites entreprises peuvent profiter d'économies d'échelle;
- s'il a des partenaires sur place, l'exportateur peut tenter une percée sur plusieurs marchés à la fois;
- les entreprises peuvent avoir accès à des techniques, à des capitaux ou à des marchés qui ne leur seraient pas accessibles autrement;
- les deux parties peuvent tirer un avantage concurrentiel de la synergie inhérente à l'association.