

son. De tels facteurs peuvent également inciter les importateurs américains à acheter des produits canadiens selon les mêmes modalités que dans le cas de leurs fournisseurs américains. Les exportateurs canadiens devraient néanmoins faire tout leur possible afin de faire accepter leurs produits en ce qui a trait à la conception et à la qualité.

Les entreprises canadiennes qui désirent vendre aux États-Unis doivent être prêtes à:

- 1) rechercher sans cesse des débouchés;
- 2) attacher plus d'importance qu'au Canada au fait de créer une impression favorable dès le premier abord; et
- 3) se montrer aussi compétitifs que les fournisseurs américains en matière de tarifs, de livraison et de suivi.

## L'approche initiale

La meilleure façon de vous faire connaître est d'effectuer une visite personnelle. Vous pourrez par la suite désigner un représentant ou un distributeur, mais d'habitude les gros acheteurs tiennent à rencontrer leurs fournisseurs personnellement.

Bien souvent, il est nécessaire de prendre rendez-vous avec les acheteurs; il est généralement préférable, par politesse, de commencer par le directeur des achats (ou son équivalent) et, par son entremise, d'entrer en contact avec l'acheteur. Il convient aussi, en pareil cas, de prévenir l'intéressé de votre visite.

Il importe de faire une présentation complète de vos produits dès la première visite. Vous devez ainsi vous munir de documentation, de devis, d'échantillons si possible, et de tous les renseignements utiles sur les prix, la livraison et le contrôle de la qualité, dont l'acheteur a besoin pour évaluer vos capacités par rapport à celles de ses fournisseurs habituels. Beaucoup d'acheteurs tiennent des dossiers à jour sur leurs fournisseurs. Votre client éventuel sera favorablement impressionné si, à votre première visite, vous lui présentez un document résumant les renseignements suivants:

- vos nom, adresse et numéro de téléphone;
- nom, adresse et numéro de téléphone du représentant local, s'il y a lieu;