

DÉLIMITER LA RECHERCHE D'UN PARTENAIRE

Une bonne approche est de préparer le profil de plusieurs candidats différents, de les interroger et de choisir celui qui convient le mieux. Si vous n'êtes pas convaincu d'avoir trouvé l'agent ou le distributeur qui convient, recommencez votre recherche et révisez votre approche. Ne vous sentez pas pressé de prendre une décision; il vaut mieux prendre son temps ou changer de voie que de se lancer dans une entreprise importante avec un partenaire inadapté.

En règle générale, vous devriez chercher quelqu'un ayant des capacités complémentaires aux vôtres. Si votre préoccupation première est de trouver un agent ou un distributeur, une façon d'entamer la sélection est de préparer une feuille comme celle ci-dessous, précisant les caractéristiques de votre société et celles attendues de votre partenaire, et d'utiliser la seconde feuille pour vous concentrer sur vos activités.

FEUILLE DE COMPARAISON POUR CHOISIR UN AGENT OU UN DISTRIBUTEUR

CARACTÉRISTIQUES DES PARTENARIATS DÉFICIENTS⁵

- Négocier uniquement sur la base du prix.
- Ne pas tenir ses promesses.
- Négocier pour négocier — ne pas prendre d'engagement à long terme.
- Avoir une équipe dont les compétences des membres sont mal réparties.
- Adopter une attitude d'opposition dans la relation.
- Les difficultés des fournisseurs peuvent entraîner des problèmes, pas des solutions.
- Rédiger des contrats détaillés ne laissant pas place à des modifications.
- Ne pas s'intéresser beaucoup aux avantages du fournisseur.
- Ne pas être ouvert aux suggestions du fournisseur.
- Ne pas être désireux de partager des renseignements.
- Aucun processus de gestion conjointe.
- Pas de soutien actif des dirigeants.
- Avoir la réputation de frustrer les autres fournisseurs.

Élément	Votre société	Agent ou distributeur éventuel
Chiffre d'affaires		
Nombre d'employés		
Gammes de produits		
Avantages concurrentiels		
Expérience dans l'industrie		
Valeur des relations existantes		
Faiblesses		
Capacités		
Compétences et ressources techniques		
Ressources financières		
Rôle envisagé		

⁵ Lewis, Jordan, *The Connected Corporation, How Leading Companies Win Through Customer-Supplier Alliances*, New York, The Free Press, 1995, p. 22.