

faire connaître votre réputation sur les marchés mondiaux, énumérer vos principaux clients et faire valoir les avantages d'une collaboration avec votre entreprise. L'efficacité de cette présentation influera directement sur vos ventes et sur la qualité de vos contrats de représentation. Il est possible d'obtenir, auprès du Centre du commerce international le plus près, une liste des renseignements de base requis.

## **VISEZ UN SEUL MARCHÉ À LA FOIS**

Beaucoup d'entreprises canadiennes tirent parti de la technologie moderne pour envoyer des demandes de renseignements sur les exportations à chacun des délégués commerciaux du Canada à l'étranger – ils sont plus de 120. Comme il est impossible d'assurer un suivi efficace de toutes les possibilités ou de tous les contacts établis par les délégués commerciaux, il s'agit donc d'une perte de temps tant pour les entreprises que pour les délégués commerciaux.

Il faut développer un seul marché à la fois et attendre d'avoir établi un mécanisme de distribution efficace avant de s'attaquer au marché suivant. Pour la plupart des sociétés canadiennes qui en sont à leurs premières armes dans le domaine de l'exportation, le marché américain est le plus familier et habituellement un point de départ logique.

## **ENVOYEZ DE LA DOCUMENTATION SUR VOS PRODUITS**

Le délégué commercial doit disposer de documents promotionnels (cinq exemplaires) pour procéder à une étude préliminaire du marché. Lorsque vous visiterez la région et que le délégué commercial prendra des rendez-vous en votre nom, il faudra alors lui en fournir d'autres exemplaires.

L'anglais est la langue la plus utilisée pour le commerce, mais c'est au mieux la deuxième langue dans bien des pays. Si possible, vos documents promotionnels devraient être traduits dans la langue dominante du marché visé. Le délégué commercial vous renseignera sur la façon de procéder pour faire faire la traduction sur place.