

3. Le fournisseur doit effectuer régulièrement des visites de vente au Chili puisque l'acheteur préfère traiter directement avec le fournisseur, le plus souvent possible mais surtout pour les gros achats. Des contacts réguliers montreront aux Chiliens qu'un engagement a été pris de soutenir ce marché.
4. Le fournisseur devrait s'affilier à une société locale qui fabriquerait les composants et/ou des pièces de rechange pour son équipement. Le fournisseur peut ainsi se donner un avantage au niveau du prix en utilisant la main-d'oeuvre locale, et prouver aux clients potentiels qu'il a une opération locale de production de parties ou de pièces. Une coentreprise avec une société chilienne serait pour lui le meilleur moyen de se donner son propre réseau de marketing.
5. Le fournisseur devrait faire tous les efforts pour utiliser des parties, des pièces et des composants standard dans son équipement de façon à en faciliter le remplacement et la maintenance sur place.
6. Pour améliorer ses perspectives de vente, le fournisseur doit mettre en place, s'il y a lieu, des programmes de formation à l'exploitation. Il doit s'assurer que les allégations de rendement concernant son équipement sont validées par les utilisateurs.
7. Le fournisseur devrait être disposé à répondre aux exigences techniques et aux questions du client.
8. Les fournisseurs d'équipements coûteux devraient prévoir des montages financiers pour la location-bail ou la vente de leur équipement au Chili. Les aspects financiers d'un achat sont fondamentaux sur un marché aussi concurrentiel. Les acheteurs rechercheront habituellement les crédits les plus avantageux que peut offrir le gouvernement du pays du fournisseur. Les acheteurs plus importants pourront s'adresser directement aux consortia bancaires internationaux pour obtenir des facilités de financement plutôt que de demander un crédit local habituellement consenti à des conditions plus restrictives et onéreuses. Les acheteurs moins importants peuvent demander un crédit direct aux fournisseurs, qui pourraient avoir plus facilement accès à des conditions préférentielles.
9. Les essais de matériel coordonnés par le biais d'une entité comme *Fundacion Chile* constituent une excellente stratégie de vente pouvant aider le fournisseur à valider les allégations de rendement concernant son équipement.

5.2 Choix d'un représentant commercial

Le choix d'un représentant commercial devrait être fait soigneusement par le consultant ou le fournisseur de matériel. Même si les stratégies précédemment