

de difficulté à prendre une décision rapide.

- Il vaut mieux obtenir la décision de la douane sur le produit avant de visiter la région-cible.
- Si les références (comptes rendu de la presse etc.) sont incluses dans la documentation informative, le client pourra évaluer plus facilement et plus rapidement la possibilité de commercialiser les produits.
- Il est bon de s'assurer que le produit remplit toutes les conditions exigées par les autorités (voltage, sécurité, étiquetage etc.).

La communication rapide

La poste est souvent lente. Par exemple, une lettre par avion met 14 jours pour arriver à son destinataire en Australie. Pour un échange de quatre lettres, il faut donc compter deux à trois mois avant que les négociations sérieuses commencent. Aussi est-il important de donner une information complète dès le premier contact. Il ne faut pas oublier d'inclure les numéros de télécopieur, téléphone, télex, de courrier électronique etc. sur l'en-tête des lettres, les brochures, les cartes de visite et de les mentionner dans la correspondance.

Il faut donner suite par les moyens les plus rapides, c'est à dire le téléphone ou le télécopieur. La plupart des hommes d'affaires, qu'ils soient des agents, des distributeurs ou des clients, évaluent le professionnalisme et le sérieux du service par l'empressement du vendeur pour répondre à une lettre ou une demande de renseignements. Le télécopieur, le téléphone et le courrier par avion sont des outils importants pour créer une excellente impression.

L'information gratuite

Certaines firmes d'experts-conseils en gestion et les banques publient généralement toute une série de brochures gratuites sur la façon de faire des affaires. Nos bureaux distribuent aussi un

grand nombre de publications qui assistent l'entrepreneur à comprendre les divers marchés. On peut téléphoner à la section InfoExport au numéro 1-800-267-8376.

Les contacts qui existent déjà

Généralement, les compagnies qui sont actives sur le marché international envoient leurs représentants visiter les foires à l'étranger et reçoivent souvent des demandes de renseignements. Les entrepreneurs qui se trouvent dans cette situation doivent aussi donner aux délégués commerciaux les coordonnées de ces contacts qu'ils ont fait à l'étranger. Même s'ils datent d'un certain temps, ils peuvent représenter un point de départ pour le délégué commercial.

L'échange d'information

Il est évident que les délégués commerciaux assurent la coordination des efforts canadiens dans le domaine du marketing comme tout professionnel expérimenté, mais ils doivent être au courant de toutes les transactions et les échanges que les compagnies entreprennent. Aussi, le délégué doit-il recevoir un duplicata de la correspondance ayant trait à l'affaire, être informé des démarches qui ont réussi ou qui ont échoué et des systèmes de distribution que la compagnie a déjà mis en place. Grâce à ce suivi régulier, il pourra avoir sous la main une liste et des profils à jour des différents distributeurs; ce qui lui permettra par la suite de recommander aux compagnies qui ne sont pas concurrentes les meilleurs agents qui soutiennent les intérêts canadiens.

La réputation

Les représentants officiels du gouvernement canadien qui sont affectés à l'étranger peuvent souvent approcher les fonctionnaires et les employés haut-placés du gouvernement étranger et du monde des affaires. Toutefois, la facilité de ce contact repose entièrement sur le jugement qu'ils portent à l'égard du caractère professionnel de nos délégués commerciaux. Les compagnies qui travaillent hors nos frontières représentent aussi le monde des affaires canadien. Par