

Chapitre

4

L'entrevue

Choix d'une date

Lorsque vous êtes prêt à donner rendez-vous aux agents qui restent sur votre liste de possibilités intéressantes, songez d'abord à les voir chez eux. Si un agent préfère vous rencontrer à l'usine, accordez-vous assez de temps pour faire le tour du territoire que vous aimeriez exploiter avant l'entrevue proprement dite. Ceci vous donnera l'occasion de rencontrer des acheteurs potentiels et vous sera d'une grande utilité, surtout si vous n'avez jamais eu de client direct aux États-Unis. Signalez votre passage aux agents bien à l'avance et prenez des dispositions pour rencontrer quelques acheteurs.

En quoi le consulat canadien peut-il vous aider?

La division commerciale de chaque consulat général du Canada aux États-Unis cumule des années d'expérience pratique. Il est à espérer que vous avez communiqué avec le consulat longtemps avant d'avoir songé à faire ce voyage qui servira de préparatif final aux entrevues avec les agents.

Si le consulat a reçu les plans de mise en marché de votre entreprise pour la région des États-Unis qui le concerne (*tel qu'indiqué au chapitre 2*), soyez assuré que le délégué commercial vous fournira des renseignements sur quelques acheteurs potentiels quand vous lui demanderez un rendez-vous.

Le délégué commercial pourra souvent vous aider à mettre la touche finale à l'entrevue, surtout si le territoire que prospecte l'agent commercial se trouve à proximité du consulat. Les consulats réservent fréquemment un bureau pour les entrevues ou ont une pièce plus grande pour la présentation d'échantillons et de documentation.

Les délégués commerciaux pourront aussi vous introduire dans des associations régionales d'agents commerciaux ou chez vos homologues américains. Ceux-ci sauront vous renseigner sur la manière de faire des affaires dans la région. Selon votre entreprise, les employés du consulat vous suggéreront d'adhérer à une association industrielle régionale qui organise des salons une ou deux fois par année et invite les acheteurs de la région à y assister. Ceci pourrait s'avérer fort utile pour le fabricant canadien qui désire en apprendre davantage sur les pratiques commerciales locales dans les plus brefs délais.

Première visite commerciale

De quelle façon vos concurrents abordent-ils le marché de la région qui a retenu votre attention? Consacrer quelques jours à sonder l'environnement commercial dans la région choisie pourrait porter fruit lorsque vous devrez interroger un agent.

Si la chose se fait couramment dans votre secteur, rendez visite à quelques détaillants pour examiner de plus près les produits concurrents, leur prix et l'espace réservé à chaque produit sur les étagères des magasins. Si votre produit s'adresse principalement aux entreprises de fabrication américaines, visitez quelques usines pour en apprendre un peu plus long sur la façon dont ces clients éventuels en viennent à acheter tel ou tel produit.

La concurrence qui caractérise le marché américain peut impressionner le fournisseur canadien. Un conseiller commercial canadien aux États-Unis déclarait : « Il faut bien se rappeler une chose lorsqu'on rencontre des agents et des clients potentiels : leur expérience antérieure avec des fournisseurs canadiens peut aussi bien jouer en votre faveur que vous nuire ». Habités à des fournisseurs plus dynamiques, les agents américains trouvent souvent que les Canadiens manquent « de nerf ». Il se peut aussi qu'un bon agent vous jauge avec méfiance et fasse preuve d'une extrême prudence s'il vient de rompre un contrat avec un exportateur qui n'a pas respecté les délais de livraison ou qui n'a pas fourni un produit de la qualité promise.

Évitez d'exagérer. Il est tentant d'insister sur tout ce que votre entreprise peut réaliser quand elle se lancera à l'assaut du nouveau territoire. Certains agents qui savent reconnaître un produit intéressant pourraient prendre des engagements qu'ils ne sont pas en mesure de respecter.

Bref, il est préférable de faire preuve d'honnêteté sur vos capacités de fournisseur et de se montrer réaliste quant à ce que l'on attend de l'agent, surtout à court terme. Une telle approche constitue un bon point de départ lors d'une entrevue.