

Dans le cadre de leurs transactions avec les États-Unis, les entreprises canadiennes doivent donc s'efforcer :

- 1) de rechercher des clients réguliers;
- 2) de créer une première impression encore plus positive qu'elles ne le feraient au Canada;
- 3) d'établir les prix, de livrer les produits et de donner suite aux transactions avec dynamisme, afin de surpasser les concurrents américains.

Démarches initiales

La meilleure façon de vous faire connaître est d'effectuer une visite personnelle. Vous pouvez nommer plus tard un représentant ou un distributeur, mais les gros acheteurs tiennent généralement à rencontrer personnellement leurs fournisseurs éventuels.

Souvent il n'est pas nécessaire de prendre rendez-vous avec chacun des acheteurs, bien qu'en principe il soit préférable de commencer par rencontrer le directeur des achats ou son équivalent et de faire, par son entremise, la connaissance de l'acheteur qui traitera avec vous. Dans ce cas, il convient d'annoncer votre visite.

Il importe au plus haut point de faire, dès la première visite, une présentation complète de vos produits. Apportez de la documentation, des spécifications, des échantillons si possible, ainsi que tous les renseignements voulus sur les prix, la livraison et le contrôle de la qualité qu'un acheteur doit connaître pour évaluer vos possibilités par rapport à ses fournisseurs habituels. De nombreux acheteurs gardent un registre à jour de leurs fournisseurs. Vous créez une impression favorable si vous pouvez fournir, lors de votre première visite, le résumé suivant :

- vos nom, adresse et numéro de téléphone;
- les nom, adresse et numéro de téléphone du représentant local, le cas échéant;
- la date de l'entrée en affaires;
- les dimensions de l'usine;
- le nombre d'employés;
- les principaux produits;
- la situation géographique des usines;
- la description des installations et du matériel de production;