

Chaque division a son propre service d'achat. Au sein de ceux-ci, des groupes distincts s'occupent des achats du matériel, de l'équipement et des pièces détachées. Ils estiment qu'environ la moitié de leurs achats sont d'importance nationale et ceux-ci sont traités par le siège à Mexico. De 35 à 40 pour cent des matériaux dont ils ont besoin proviennent des marchés locaux, en particulier quand les coûts de transport sont élevés. Le reste est acheté sur le lieu du travail auprès des fournisseurs locaux.

*ICA* s'informe des nouveaux équipements et produits essentiellement par l'intermédiaire des représentants des fournisseurs qui visitent leurs bureaux de Mexico, des magazines spécialisés et des foires commerciales. Ils vérifient constamment le prix des articles utilisés couramment pour décider si ceux-ci doivent être importés ou achetés sur le marché local. L'entreprise suit surtout les fournisseurs américains du sud, qui sont plus près d'eux.

Les critères les plus couramment cités pour le choix des produits et de l'équipement de construction sont le prix, la qualité et le service. Le service devient rapidement l'élément essentiel de décision. Les constructeurs qui essaient de tirer profit de ce marché très actif pour les projets de construction ne peuvent supporter des retards à la livraison ou au service. Quand elles font affaire avec des fournisseurs étrangers, les entreprises de construction veulent l'assurance que des représentants locaux peuvent leur fournir un service élevé d'assistance pour le produit.

## **COMMENT VENDRE AUX ENTREPRISES DE CONSTRUCTION**

Les grandes entreprises de construction du Mexique recherchent les meilleures technologies et idées de construction afin d'être concurrentielles pour les contrats importants. Elles sont régulièrement sollicitées par des fournisseurs venant de partout dans le monde. Pour être concurrentielles, les sociétés canadiennes doivent mettre au point une stratégie pour attirer et conserver l'attention de ces importants clients. Les approches suivantes ont donné de bons résultats :

- chercher un partenaire local qui peut consacrer le temps nécessaire à établir et conserver les contacts avec les grandes entreprises de construction;
- déterminer quelles sont les grandes entreprises qui offrent les meilleures possibilités pour vos produits. Cherchez à savoir pour quels projets elles tentent d'obtenir des contrats. Nombre des grandes entreprises ont commencé à concentrer leurs efforts sur des segments particuliers de marché comme les routes, l'énergie ou l'infrastructure hydraulique. Avec l'aide de votre partenaire, mettez au point une démonstration ou une présentation de votre produit et adressez-vous directement à ces entreprises. Un grand nombre de grandes entreprises mexicaines ont des liens entre elles au moyen de co-entreprises, de relations familiales ou d'associations d'affaires. Si une entreprise n'est pas intéressée par votre produit, elle peut vous adresser à d'autres sociétés que ceux-ci intéresseraient davantage; et
- préparer une stratégie financière qui offre des avantages au client en termes d'économies de coûts, de conditions de paiement ou même de participation à un projet.

