

doc
CA1
EA
94G48
EXF

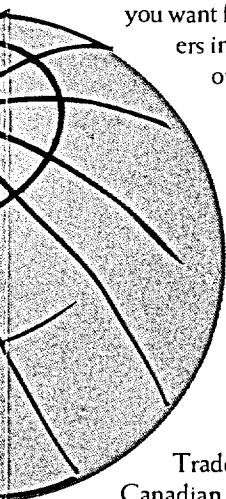
THE GLOBAL LEADERS

WORKING WITH
YOUR TRADE
COMMISSIONER



100%

Bring Home the Business! Do you want to take full advantage of business opportunities in offshore markets? Identify specific export opportunities? Simplify investment and technology transfer arrangements with foreign firms? If this is what you want for your company, then trade commissioners in Canadian embassies and consulates overseas, in International Trade Centres (ITCs) across Canada and in headquarters at the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) in Ottawa can help you. This pamphlet suggests various ways in which trade commissioners can help you locate and develop markets for your goods and services. It also offers tips to help you avoid some of the pitfalls that often plague novice exporters.



Trade commissioners work in partnership with Canadian industry to further Canada's trade and economic objectives abroad. In promoting our capabilities, they seek to place in the mind of the foreign buyer the question "why not a Canadian supplier?" Trade commissioners are constantly matching local export opportunities with Canadian firms as found in the WIN Exports database. As well, they provide Canadian exporters with advice on various sectoral initiatives and local promotions, access issues, local and foreign agents, and Canadian federal and provincial government assistance programs to help offset company costs.

If you are serious about exporting, your very first step should be to consult your nearest International Trade Centre to decide the best countries to approach before contacting trade commissioners abroad.

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAY 7 1996

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY



43-275-996 (e) 43-275-997 (f) 62757953

.b2757941(E)
.b2757953(F)

INTERNATIONAL TRADE CENTRES (ITCs)

DFAIT and Industry Canada have established ITCs across Canada to help first-time and experienced Canadian exporters by providing export publications, recruiting participants for trade fairs and missions, and providing a wide range of services to companies seeking export counselling, technology transfer or joint ventures with foreign investors.

Trade commissioners at the ITCs can help you decide the best market for your entry into exporting. They also deliver various parts of the Program for Export Market Development (PEMD). Ask them about the New Exporters to Border States (NEBS) program, which is designed to help the new exporter to the United States.

DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE (DFAIT) IN OTTAWA

TAKE ADVANTAGE OF FREE INFORMATION

DFAIT issues many publications that will help you to understand various markets. InfoCentre's up-to-date information will put you in touch with the trade association or government department that can best help you in your export endeavours.

InfoCentre can:

- give advice on export programs and services;
- help you find answers to your export problems;
- plug you into DFAIT's trade information network;
- put you on the mailing list for *CanadExport*, the Department's trade newsletter;
- send you copies of specialized export publications.

Call the Department's InfoCentre at 1-800-267-8376 (Ottawa area: 944-4000). Fax (613) 996-9709. Or use DFAIT's new interactive fax information service FaxLink; dial (613) 944-4500 from your fax machine.

Also, major management consulting firms and Canadian banks publish series of free booklets, such as, "How to Do Business in...."

WIN EXPORTS

WIN Exports is the key sourcing database used by missions to identify and recommend Canadian firms to overseas contacts. Once your company is export ready, it should be listed in this system. To do so, contact: WIN Exports, DFAIT, 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario K1A 0G2. It is of utmost importance to keep the information on your company up-to-date.

OTHER SERVICES

Services offered at DFAIT in Ottawa, at ITCs and at missions around the world include:

- market intelligence,
- import regulations,
- customs information direction,
- trade libraries,
- audio-visual equipment,
- boardrooms,
- trade show information,
- trade press contacts,
- listing of tenders, and
- information about local business practices, companies and contacts.

OTHER PLAYERS

Other players include other federal departments, provincial government departments, foreign trade offices in Canada, market research firms, and associations.

THE TRADE COMMISSIONER ABROAD

Trade commissioners abroad need basic facts about your company. Put yourself in their place! They are in a foreign country, making calls to introduce your company's products to local distributors. They have to make a "sales pitch" that

highlights what your company does. They have to describe your products, explain your reputation in the world marketplace, list your key reference accounts and present the opportunity of working with your company in a favourable light. The more effective this presentation, the greater direct benefit to you in terms of sales and the quality of your agency agreements. A checklist of the basic facts to provide is available from your nearest International Trade Centre.

TACKLE ONE MARKETPLACE AT A TIME

Many Canadian companies take advantage of modern office technologies to send an export inquiry to every one of the more than 120 Canadian trade commissioners around the world. There is no way that you can effectively follow up all the leads or contacts that these trade commissioners will discover. Consequently, this method is not recommended.

Develop one market at a time and wait until you have established an effective distribution process before tackling the next one. For most Canadian companies new to exporting, the nearby United States is the least alien market, and that is usually a good place to start.

SEND PRODUCT LITERATURE

Trade commissioners in some posts will need five copies of product literature for initial market research. When the time comes for you to visit the region and the trade commissioner begins setting up appointments on your behalf, more copies will be required.

Although English is widely used for commercial purposes, it is, at best, the second language in many countries. If possible, your product literature should be translated into the language of the target market area. Your trade commissioner can advise you on how to arrange this locally.

ANTICIPATE BARRIERS TO SALES AND OVERCOME THEM

- Check whether the product can be exported to the country being considered. You can find this out by contacting the Export Controls Division at DFAIT, at (613) 996-2387.
- List the local prices for your product in the currency of the country to which you wish to export.
- Obtain a customs ruling or import regulations for your product before you visit the region.
- Include press reviews or other references in your support material to help customers assess the marketability of your products quickly.
- Make sure your product meets local standards for power, safety, labelling, and so on.

FASTER COMMUNICATION FOR FASTER RESPONSE

Communication by mail is often time-consuming. It is essential to include all necessary information in the first contact: e.g. fax, telephone, telex or electronic mail numbers. You should put these numbers on all letters, letterhead, brochures and business cards.

Follow-up must always be by the most rapid means possible. Most business contacts, whether agents, distributors or customers, measure professionalism or seriousness by the promptness of a reply to their response or inquiry. Fax, telephone and air courier are important aids to creating the right impression.

YOUR EXISTING CONTACTS

Many companies active in the international market send representatives to overseas shows or receive inquiries from abroad. If you have made contacts, please mention them in your request for assistance to a trade commissioner. Even if such contacts are no longer active, they may provide the trade commissioner with a starting point.

KEEP POSTS INFORMED OF DEVELOPMENTS

It is useful for trade commissioners to have copies of your correspondence with local agents to help them with your marketing efforts. Keep trade commissioners informed of successful (or unsuccessful) endeavours, and send them the details of any distribution systems that you have established. This will enable them to keep their agents list up-to-date, to refer potential business to your distributors, to obtain opinions on the performance of distributors, to refer other, noncompeting Canadian companies to them and, thus, to associate that agent more closely with Canadian interests.

REPUTATION

Canada's trade commissioners are also Canada's official representatives abroad and often have access to senior officials in local government and business. Companies working abroad, as representatives of the Canadian business community, have an obligation to protect the reputation of Canada and its representatives. Please be on time for all appointments. You may need to ask for assistance in cancelling any appointment you cannot keep. Also, when on a call, please be factual and cautious when speaking of your Canadian competition. In addition, a follow-up letter expressing thanks after your call serves as a useful summary of your discussions.

FINAL WORDS OF ADVICE

To do business, you must convince the customer that yours is a credible and reliable company. Meticulous attention to acknowledging correspondence or visiting your client is crucial. Remember that trade commissioners are there to help you and are probably your best advisor. All company or market information shared with them is confidential.

Department of Foreign Affairs
and International Trade



Canada



COMMERÇANTS DU MONDE

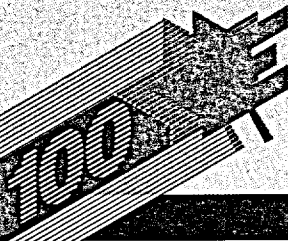
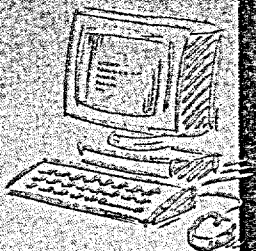
VOTRE DÉLÉGUÉ


COMMERCIAL ET

VOUS : POUR UNE

COLLABORATION

PROFITABLE





Faites travailler le Canada! Vous voulez profiter pleinement des débouchés commerciaux sur les marchés étrangers? Cerner des possibilités précises d'exportation? Faciliter les accords d'investissement et de transfert de technologie avec des entreprises étrangères? Si c'est ce que vous recherchez pour votre entreprise, les délégués commerciaux affectés aux ambassades et consulats du Canada à l'étranger, aux Centres du commerce international (CCI) au pays ainsi qu'à l'administration centrale du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) à Ottawa peuvent vous aider. Le présent dépliant suggère des façons d'utiliser plus efficacement les services de ces agents pour trouver et développer des marchés pour vos biens et vos services. On y trouve aussi des conseils sur la façon d'éviter quelques-uns des problèmes auxquels les nouveaux exportateurs font souvent face.

Les délégués commerciaux collaborent avec l'industrie canadienne à l'atteinte des objectifs commerciaux et économiques du Canada à l'étranger. En faisant la promotion de nos capacités, ils tentent d'amener l'acheteur étranger à penser à un fournisseur canadien. Les agents cherchent continuellement à établir une correspondance entre les débouchés locaux et les compétences des fournisseurs canadiens inscrits dans la base de données WIN Exports. Ils offrent en outre aux exportateurs canadiens des conseils sur diverses initiatives sectorielles, la promotion des ventes sur place, les problèmes d'accès, les agents locaux et étrangers et les programmes fédéraux et provinciaux d'assistance qui aident les sociétés à assumer certains des coûts.

Si vous songez sérieusement à exporter, il faut tout d'abord consulter le Centre du commerce international le plus près pour déterminer quels marchés vous auriez intérêt à tenter de pénétrer.

CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL (CCI)

Le MAECI et Industrie Canada ont établi des CCI partout au pays pour aider les exportateurs canadiens, qu'ils en soient à leur première tentative ou qu'ils possèdent de l'expérience, en leur fournissant des publications sur

le sujet, en recrutant des participants à des foires et des missions commerciales et en offrant une vaste gamme de services aux sociétés qui souhaitent obtenir des conseils en matière d'exportation, réaliser des transferts de technologie ou établir des coentreprises avec des investisseurs étrangers.

Les délégués commerciaux des CCI peuvent vous aider à déterminer le meilleur marché pour votre première tentative dans le domaine de l'exportation. Ils assurent aussi la prestation de nombreux volets du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME). Demandez-leur de vous parler du programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), un programme conçu pour aider les nouveaux exportateurs sur le marché américain.

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL (MAECI) À OTTAWA

PROFITEZ DES RENSEIGNEMENTS GRATUITS

Le MAECI offre aussi de nombreuses publications qui vous aideront à comprendre divers marchés. InfoCentre, avec ses renseignements à jour, vous mettra en rapport avec l'association commerciale ou le ministère qui peut le mieux vous aider à réaliser vos projets d'exportation.

InfoCentre peut :

- vous conseiller sur les programmes et les services à l'exportation;
- vous aider à trouver rapidement des solutions à vos problèmes d'exportation;
- vous mettre en rapport avec le réseau de renseignements commerciaux du MAECI;
- vous inscrire sur la liste d'envoi de *CanadExport*, le bulletin commercial du Ministère;
- vous faire parvenir des exemplaires de publications spécialisées du domaine de l'exportation.

Communiquez avec InfoCentre du MAECI au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000), télécopieur (613) 996-9709. Ou, utilisez le nouveau service d'information interactif par télécopieur (FaxLink) du MAECI; composez le (613) 944-4500 à partir de votre télécopieur.

En outre, les grandes sociétés de conseillers en gestion et les grandes banques canadiennes publient des séries de brochures gratuites sur l'art de faire des affaires dans divers pays.

WIN EXPORTS

WIN Exports est la principale base de données sur les fournisseurs utilisée par les missions pour repérer et recommander des entreprises canadiennes à leurs contacts à l'étranger. Lorsque vous êtes prêts à exporter, il est important de vous inscrire auprès de ce réseau. Il suffit de communiquer avec WIN Exports, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Il est très important que les renseignements sur votre entreprise soient tenus à jour.

AUTRES SERVICES

Les services offerts par le MAECI à Ottawa, dans les CCI et les missions à l'étranger sont les suivants :

- renseignements sur le marché;
- règlements régissant les importations;
- renseignements douaniers;
- bibliothèques commerciales;
- équipement audiovisuel;
- salles de conférence;
- renseignements sur les foires commerciales;
- contacts auprès de la presse commerciale;
- listes d'appels d'offres;
- renseignements sur les coutumes, les entreprises et les contacts locaux.

AUTRES INTERVENANTS

Les autres ministères fédéraux, les ministères provinciaux, les bureaux commerciaux étrangers au Canada, les entreprises spécialisées en études de marchés et les associations sont au nombre des autres intervenants.

LE DÉLÉGUÉ COMMERCIAL À L'ÉTRANGER

Les délégués commerciaux à l'étranger doivent avoir en main des renseignements de base sur votre entreprise. Mettez-vous à leur place! Ils sont dans un pays étranger et s'entretiennent au téléphone avec un distributeur local pour lui présenter les produits de votre entreprise. Ils doivent vendre votre société, décrire vos produits,

faire connaître votre réputation sur les marchés mondiaux, énumérer vos principaux clients et faire valoir les avantages d'une collaboration avec votre entreprise. L'efficacité de cette présentation influera directement sur vos ventes et sur la qualité de vos contrats de représentation. Il est possible d'obtenir, auprès du Centre du commerce international le plus près, une liste des renseignements de base requis.

VISEZ UN SEUL MARCHÉ À LA FOIS

Beaucoup d'entreprises canadiennes tirent parti de la technologie moderne pour envoyer des demandes de renseignements sur les exportations à chacun des délégués commerciaux du Canada à l'étranger – ils sont plus de 120. Comme il est impossible d'assurer un suivi efficace de toutes les possibilités ou de tous les contacts établis par les délégués commerciaux, il s'agit donc d'une perte de temps tant pour les entreprises que pour les délégués commerciaux.

Il faut développer un seul marché à la fois et attendre d'avoir établi un mécanisme de distribution efficace avant de s'attaquer au marché suivant. Pour la plupart des sociétés canadiennes qui en sont à leurs premières armes dans le domaine de l'exportation, le marché américain est le plus familier et habituellement un point de départ logique.

ENVOYEZ DE LA DOCUMENTATION SUR VOS PRODUITS

Le délégué commercial doit disposer de documents promotionnels (cinq exemplaires) pour procéder à une étude préliminaire du marché. Lorsque vous visiterez la région et que le délégué commercial prendra des rendez-vous en votre nom, il faudra alors lui en fournir d'autres exemplaires.

L'anglais est la langue la plus utilisée pour le commerce, mais c'est au mieux la deuxième langue dans bien des pays. Si possible, vos documents promotionnels devraient être traduits dans la langue dominante du marché visé. Le délégué commercial vous renseignera sur la façon de procéder pour faire faire la traduction sur place.

PRÉVOYEZ LES OBSTACLES AU COMMERCE ET APPRENEZ À LES SURMONTER

- Déterminez tout d'abord si le produit peut être exporté vers le pays visé en communiquant avec la Direction du contrôle des exportations du MAECI, au (613) 996-2387.
- Faites une liste de prix en monnaie locale pour votre produit.
- Obtenez une décision des Douanes, ou la réglementation de l'importation sur votre produit avant de visiter la région.
- Incluez des revues de presse ou d'autres références dans vos documents d'appoint pour aider les clients à évaluer rapidement les possibilités de commercialisation de votre produit.
- Assurez-vous que votre produit répond aux normes locales d'alimentation électrique, de sûreté, d'étiquetage, etc.

DES COMMUNICATIONS PLUS RAPIDES POUR UNE RÉPONSE PLUS RAPIDE

Les communications par courrier prennent souvent du temps. C'est pourquoi il est essentiel d'envoyer toute l'information nécessaire lors de la première prise de contact : numéros de télécopieur, de téléphone, de télex, de courrier électronique, et d'inclure ces renseignements sur toutes les lettres, en-têtes, brochures et cartes d'affaires.

Le suivi doit toujours être fait par le moyen le plus rapide possible. La plupart des contacts d'affaires – agents, distributeurs ou clients – mesurent le professionnalisme ou le sérieux d'un fournisseur à sa rapidité à donner suite à leurs réponses ou demandes de renseignements. L'utilisation du télécopieur, du téléphone et du courrier aérien contribue grandement à donner une bonne impression.

MENTIONNEZ TOUT CONTACT DÉJÀ ÉTABLI

Bon nombre d'entreprises déjà actives sur les marchés extérieurs envoient des représentants à des foires commerciales tenues à l'étranger ou reçoivent des demandes de renseignements de l'étranger. Si vous avez déjà établi des contacts, veuillez en avvertir le délégué commercial. Même si ces contacts ne sont plus valables, ils peuvent lui fournir un point de départ.

TENEZ LES MISSIONS INFORMÉES DE TOUT DÉVELOPPEMENT

Pour que les délégués commerciaux puissent vous aider à coordonner vos efforts de commercialisation, il leur est utile d'avoir des copies de votre correspondance avec des agents locaux. Tenez les délégués commerciaux informés de vos tentatives fructueuses (ou infructueuses), et envoyez-leur les détails de tout système de distribution que vous avez établi. Cela leur permettra de garder leurs listes d'agents à jour, d'envoyer des clients éventuels à vos distributeurs, d'obtenir des évaluations du rendement des distributeurs, de recommander leurs services à d'autres sociétés canadiennes non concurrentes et d'associer ainsi plus étroitement l'agent aux intérêts canadiens.

RÉPUTATION

Les délégués commerciaux canadiens sont aussi les représentants officiels du Canada à l'étranger et ils ont souvent un bon accès aux cadres supérieurs des gouvernements et des milieux d'affaires locaux. Les sociétés canadiennes à l'étranger représentent aussi les milieux d'affaires canadiens; elles ont donc l'obligation de protéger la réputation du Canada et de ses représentants. Soyez donc à l'heure à tous vos rendez-vous et demandez de l'aide pour annuler tout rendez-vous auquel vous ne pouvez vous rendre. Parlez de vos concurrents canadiens en termes mesurés à vos clients étrangers; tenez-vous en aux faits. Par ailleurs, une lettre de suivi envoyée au distributeur afin de le remercier permet de résumer vos discussions.

DERNIERS CONSEILS

Tout compte fait, vous devez convaincre le client que votre entreprise est crédible et fiable. Il est essentiel de vous montrer présent, en donnant suite à toute correspondance ou en visitant vos clients. Souvenez-vous que le délégué commercial est là pour vous aider et qu'il est probablement votre meilleur conseiller. Il considérera comme confidentielle toute information que vous lui communiquerez sur votre entreprise ou sur le marché.

