



La notion d'agent multicarte à la commission existe peu en Europe de l'Est
Dans la majorité des cas, il est préférable de passer par un importateur / distributeur, capable de gérer le commercial, la logistique, le SAV, ... ou de pouvoir embaucher sa propre force de vente locale

- ✓ En Pologne, les marchés sont souvent atomisés et les distributeurs sont souvent de petites tailles par rapport au potentiel du marché. Sur les autres pays, il est plus fréquent de trouver des distributeurs qui couvrent tout le pays, voir même les pays voisins
- ✓ Il n'existe **pas ou peu de bases de données fiables** d'agents ou distributeurs sur ces pays : cela demande un savoir-faire et un travail de longue haleine



Avis d'expert

Maryline Bertheau-Sobczyk
Directrice associées, Valians International

« Comme sur la plupart des marchés internationaux, les agents et distributeurs en Europe de l'Est sont de plus en plus sollicités pour représenter de nouveaux produits ou services sur leur marché.

Dans cette optique, il est certain que les entreprises qui se donneront le plus les moyens tireront le meilleur partie de leurs partenaires locaux. Un 1^{er} contact en langue locale, des visites fréquentes chez les clients finaux, l'adaptation de la politique de prix et de positionnement sur le marché, l'adaptation du produit ou du packaging : tous ces éléments permettront à votre partenaire d'être d'autant plus efficace et de pouvoir attribuer les ressources commerciales et logistiques adéquates. Après la chute du communisme, de nombreux auto-entrepreneurs et petites structures commerciales ont vu le jour sur ces pays mais seules quelques-unes ont su tirer leur épingle du jeu pour avoir une envergure comparable à ce que l'on trouve en Europe de l'Ouest. La notion d'agents multicartes n'existe que très peu et ils sont difficiles à recenser. Les distributeurs doivent souvent être accompagnés dans leur démarche pour développer efficacement leurs ventes sur le marché local. Les clés de la réussite : être accompagné pour cerner les bons partenaires, venir à leur rencontre régulièrement, les former, éduquer, accompagner et assister, s'adapter à leur vision du marché tout en apportant votre savoir-faire et cadrer votre démarche.»

- ✓ Mise à part en Russie et sur des secteurs clés dans les autres pays (BTP, industrie), **les salons en Europe de l'Est sont souvent de faible envergure**, avec la présence de peu d'acteurs
- ✓ **Un suivi permanent**, ou encore mieux, une **présence locale**, augmente fortement le niveau d'efficacité de votre partenaire sur le marché
- ✓ Dans le secteur des biens de consommation, il est important d'apporter un appui marketing et commercial à votre distributeur
- ✓ Dans l'industrie, il faut souvent mettre l'accent sur la formation et l'apport de valeur ajoutée, avec pourquoi pas des transferts de technologie



JE SOUHAITE PRENDRE RDV AVEC UN EXPERT VALIANS INTERNATIONAL



(0048) 12 631 12 89



valians@valians-international.com

