

L'avantage culturel

L'importance de la culture à l'export

Le protocole. C'est un aspect très visible de la politique internationale, lorsque les chefs d'État se rencontrent, généralement sur le territoire de l'un ou de l'autre, pour aborder des questions graves et importantes pour les deux parties. Une seule erreur, en apparence mineure, dans les salutations d'usage ou dans le choix du présent à offrir par exemple, peut irrémédiablement détruire une bonne relation et, pire encore, peut être largement diffusée dans les médias à travers le monde entier.



Commerce international

Bien que, dans le cas du commerce international, il est moins probable que les réunions soient ouvertes au public, les mêmes principes s'appliquent. Quelle que soit la taille d'une entreprise, sa capacité à créer des relations solides et durables avec des clients dans des pays étrangers, repose essentiellement sur la bonne connaissance de la culture entrepreneuriale de ces pays : la façon dont les partenaires commerciaux doivent interagir et ce qui est jugé respectueux ou irrespectueux dans une relation tant personnelle que commerciale.



Les cultures des pays commerçants sont résolument différentes

Dans un monde où les déplacements n'ont jamais été aussi rapides et où la communication est instantanée, il est facile d'imaginer le monde comme un marché où tout le monde se conduit de la même façon, adopte la même étiquette professionnelle et les mêmes perspectives. Mais la vérité est telle que, bien que nous vivions certainement dans un monde qui offre de vastes opportunités d'échanges commerciaux, les cultures des pays commerçants sont résolument différentes. Et heureusement ! Cela serait ennuyeux si nous nous comportions tous de la même façon.

La clé pour mettre votre homologue à l'aise, et ainsi augmenter vos chances de maintenir une bonne relation commerciale, est une combinaison de recherche, d'observation et de diplomatie.

Il est bien sûr essentiel de faire des recherches sur vos clients potentiels et sur leurs marchés, non seulement pour comprendre leur manière de faire des affaires, mais aussi et surtout pour adapter vos produits et services en conséquence.

Par ailleurs, les généralisations excessives telles que « nous allons

nous concentrer sur l'Asie » peuvent être une grossière erreur, car vous passeriez à côté des nuances subtiles propres à chaque pays.

Lorsque vous voyagez, observez la façon dont les gens agissent, s'habillent et se comportent entre eux dans les différents pays : nous sommes souvent trop facilement absorbés par nos propres préoccupations pour remarquer ce qu'il se passe autour de nous. L'observation vous aide à améliorer votre capacité à refléter vos relations commerciales et ainsi à créer un lien authentique.

Lors des rendez-vous d'affaires, soyez diplomate et sensible aux circonstances de votre homologue ; évitez les comparaisons avec votre pays.

Recherche, observation et diplomatie

La clé pour mettre votre homologue à l'aise, et ainsi augmenter vos chances de maintenir une bonne relation commerciale, est une combinaison de recherche, d'observation et de diplomatie.

Il est bien sûr essentiel de faire des recherches sur vos clients potentiels et sur leurs marchés, non seulement pour comprendre leur manière de faire des affaires, mais aussi et surtout pour adapter vos produits et services en conséquence.

Suivez Atradius



@atradiusfr



/atradiusfr



/atradius-france



Contactez nous
atradius.fr

**Atradius Crédito y Caución S.A.
de Seguros y Reaseguros**

159, rue Anatole France - CS50118
92596 Levallois-Perret
Tel : +33 (1) 41 05 84 84
info.fr@atradius.com
www.atradius.fr