

« Si vous vous êtes préparé,
vos relations en vue de
l'exportation s'établiront
d'elles-mêmes. »

SONJA PEROVIC



M^{me} SONJA PEROVIC, Présidente

LOOPMEDIA INC.

Toronto (Ontario)

Tél. : (416) 595-6496

Télé. : (416) 595-0306

Courriel : sonja@loopmedia.com

Site Web : www.loopmedia.com

Année de création : 1995

Employés : 13

Nombre d'années d'exportation : 3

Ventes à l'exportation : 45%

Marché d'exportation : U.S.

Description de l'entreprise : Loopmedia conçoit des effets d'animation et offre des services d'image de marque, depuis le concept original jusqu'à la gestion de projet, aux industries du cinéma, de la télévision, de la publicité et des nouveaux médias. La société, qui célèbre son dixième anniversaire, a acquis une excellente réputation grâce à des designs primés et au maintien de relations à long terme avec ses clients, y compris les géants médiatiques et les annonceurs de premier plan. La société sert également la communauté en sensibilisant le public à des questions comme la prévention du sida et le cancer des ovaires.

Pour M^{me} Sonja Perovic, établir un commerce d'exportation prospère consiste avant tout à nouer des relations, ce qui signifie beaucoup de réseautage, en particulier lors d'activités du secteur. « Vous ne savez jamais d'où viendra votre prochain contrat », déclare-t-elle en se rappelant avoir rencontré la principale cliente qu'elle ait eue jusqu'ici dans une conférence à New York où elle avait complimenté la dame sur son joli chemisier. « Si je n'avais pas assisté à cette conférence et parlé de ce chemisier, je n'aurais pas accru mes activités de 25 % ! », ajoute-t-elle en riant.

« L'image de marque est étroitement liée au design, et un design génial transcende les frontières, explique M^{me} Perovic. Nous savions que pour être concurrentiels, nous devions étendre nos efforts à d'autres marchés. » Loopmedia a d'abord visé de grandes agences de publicité de New York et de Chicago, se servant du Service des délégués commerciaux du Canada pour examiner des idées et compiler des listes de clients potentiels. Son équipe des ventes a ensuite ventilé systématiquement les listes et sollicité des rencontres individuelles en effectuant des appels téléphoniques et en assistant à des conférences. Cette stratégie s'est avérée si efficace que les exportations aux États-Unis de Loopmedia ont augmenté de presque 50 % en seulement trois ans.

PRÉFÉRENCE POUR LA VENTE DIRECTE

M^{me} Perovic a préféré s'implanter aux États-Unis avec sa propre équipe de vente, qui comprend clairement en quoi consistent les services et la marque de Loopmedia. « Grâce à l'Internet et à la création des sites ftp, le lieu où vous vous trouvez importe peu. »

En fait, le site Web de Loopmedia s'est avéré un « outil extraordinaire pour trouver de nouveaux contrats, mentionne M^{me} Perovic. À mon avis, une entreprise qui ne possède pas de site Web est vraiment pénalisée. Le site vous donne un statut officiel, il permet aux clients potentiels de voir facilement ce que vous faites et il constitue un bon sujet pour entamer une conversation dans le processus de vente. »

LA CHINE À L'HORIZON

Bien que Loopmedia continue de se concentrer principalement sur l'Amérique du Nord, M^{me} Perovic s'intéresse à la Chine et elle procède avec celle-ci de la même manière méthodique que pour les États-Unis : elle commence par une bonne recherche. Elle assiste à des colloques sur la conduite des affaires dans ce pays, demande l'avis de délégués commerciaux, élabore une stratégie d'entrée sur le marché et cherche un partenaire possédant une expérience locale.

« La Chine constitue un énorme marché, il serait stupide de l'ignorer, souligne-elle. Nous nous y préparons, mais nous devons trouver le bon créneau avant de nous y implanter. » Elle a des idées novatrices... mais elle « continue d'étudier la situation »!

Enseignements tirés

FAIRE DES AFFAIRES AUX ÉTATS-UNIS

Bien que le Canada et les États-Unis possèdent une langue et une frontière communes, ils présentent des différences culturelles subtiles qui peuvent avoir une incidence sur le succès remporté dans les affaires que vous y menez, particulièrement si vous êtes une entreprise de services. M^{me} Perovic formule les avis et conseils suivants.

■ **Faites les recherches nécessaires.** Examinez comment vous pouvez accroître la source de revenus d'un client américain potentiel et comment vous pouvez être un partenaire plutôt qu'un fournisseur et un centre de coûts. « Cette stratégie a été profitable pour nous, car nous sommes intégrés à l'équipe, ce qui accroît la loyauté envers nous et améliore les relations. »

■ **Fixez-vous des objectifs réalisables.** « Prenez votre temps. Ciblez un client à la fois lorsque vous commencez, en établissant clairement les résultats que vous souhaitez atteindre, ce qui vous permettra de progresser. Si vous vous êtes bien préparé, vos relations en vue de l'exportation s'établiront d'elles-mêmes. »

■ **Soyez prêt à faire des affaires avec les Américains.** Assurez-vous de pouvoir fournir de la qualité et d'avoir la capacité de faire face à de longues distances et à des délais serrés. « Les clients veulent de la qualité et du service. Vous devez offrir les deux. »

■ **Faites toujours affaires en dollars américains.** « Nous ne présentons jamais de soumission en dollars canadiens et nous nous plaçons dans une fourchette de prix moyens à élevés, car les Américains recherchent la qualité plutôt que les bonnes affaires. »

■ **Adhères à des associations.** Étant membre de l'Organization of Women in International Trade (www.owit-toronto.ca), M^{me} Perovic trouve que de tels groupes l'aident à mieux comprendre les nuances de la conduite des affaires avec nos voisins américains. « Les associations commerciales peuvent constituer une source inestimable d'information. »

« Planifiez vos décisions
avec soin et prenez des
risques calculés. »

LESLEY RUST



M^{me} LESLEY RUST, Présidente

PROPARMS LTD.

Carignan (Québec)

Tél. : (450) 658-5207

Télé. : (450) 447-2727

Courriel : lesley@proparms.com

Site Web : www.proparms.com

Année de création : 1973

Employés : 26

Nombre d'années d'exportation : 20+

Ventes à l'exportation : 90%

Marchés d'exportation : 70 pays,

dont les États-Unis, et d'autres États

d'Asie, d'Europe et du Moyen-Orient

Description de l'entreprise : Chef de file mondial de la technologie de neutralisation des explosifs et munitions (NEM), Proparms conçoit et fabrique pour des clients des milieux policiers et militaires de l'équipement anti-terroriste servant au désamorçage des bombes dissimulées dans un emballage souple. Sa gamme d'engins neutralisants qui lancent un jet d'eau afin de désarmer des explosifs peut être utilisée sur terre et sous l'eau, montée sur des robots, de même que pour désamorcer certains types de mines antipersonnel. Son dernier produit, mis au point en collaboration avec un membre à la retraite de l'équipe d'artificiers de la ville de New York, est le dispositif d'entrée à distance (DED) qui est conçu pour pénétrer dans le coffre arrière de véhicules suspects et la zone de cargaison des fourgons et des camions.

Fille et sœur d'agents de police, M^{me} Rust est née au Royaume-Uni mais c'est au théâtre à Montréal qu'elle a elle a débuté sa carrière, à la fois comme directrice de troupe et gestionnaire des accessoires. Elle y a rencontré son futur époux, M. Josef Elsener, un célèbre armurier de la Sûreté du Québec, le service de police de la province. M. Elsener a témoigné à titre d'expert armurier dans divers procès. Il est un descendant de l'inventeur du couteau suisse.

Bien qu'elle soutienne qu'elle « ne connaissait rien aux fusils », M^{me} Rust a trouvé un créneau et, en collaboration avec M. Elsener, a d'abord fondé en 1973 Proparms, une entreprise fournissant des effets spéciaux et des accessoires spécialisés, y compris des armes, à l'industrie cinématographique canadienne. L'entreprise s'est lancée dans le désamorçage des bombes dissimulées dans un emballage souple après avoir été contactée par la Sûreté du Québec, qui cherchait du matériel de neutralisation fiable.

M^{me} Rust a lancé la nouvelle entreprise. Elle a dirigé la commercialisation, et M. Elsener s'est concentré sur la conception jusqu'à ce qu'une grave maladie et son décès en 2002 laissent M^{me} Rust seule à la tête de la société. Sans se décourager, celle-ci a plus que doublé le nombre de ses employés depuis lors et elle cherche activement des partenariats.

CHEF DE FILE MONDIAL

Proparms fait partie des quelques entreprises au monde qui se spécialisent dans la technologie de neutralisation des explosifs et munitions (NEM). Toutefois, elle se différencie de ses concurrents par son souci de la qualité (elle est certifiée ISO) et de la sécurité. « En tant que petite entreprise dans un monde où le Canada n'est guère plus qu'une puce sur le dos d'un éléphant, nous pouvons nous montrer plus souples ainsi qu'effectuer de la R-D et mettre des produits en marché plus rapidement. »

Proparms a pris tout naturellement le chemin de la croissance internationale. « Une entreprise canadienne dans ce domaine très spécialisé ne peut survivre en faisant des affaires seulement en Amérique du Nord. Il faut penser à l'échelle mondiale. »

Chemin faisant, M^{me} Rust a assisté à de nombreuses conférences et salons professionnels et elle a reçu l'appui d'ambassades du Canada et de délégués commerciaux du monde entier, de même que du Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada, du programme d'aide financière IDÉE-PME de Développement économique Canada pour les régions du Québec et de la GRC.

LE SEXE N'EST PAS UN OBSTACLE

Bien qu'elle soit l'une des rares femmes dans cette industrie, M^{me} Rust affirme que cela ne lui a pas posé d'obstacles. « La vente en douceur peut être très efficace, affirme-t-elle, encourageant d'autres femmes à ne pas se sentir intimidées par les secteurs techniques dominés par les hommes. « Vous devez simplement poser beaucoup de questions. » Sa devise? « Je ne suis supérieure à personne, mais je suis l'égale de tous. Si vous vous rappelez de cela, il n'y a plus de limite à ce que vous pouvez accomplir! »

Le meilleur conseil que M^{me} Rust puisse donner à ceux et celles qui souhaitent élargir leurs activités à l'échelle internationale est d'établir un bon plan d'exportation et d'agir avec circonspection. « Comme un bon joueur d'échecs, planifiez vos décisions avec soin et prenez des risques calculés. »

Enseignements tirés

TROUVER DES AGENTS DANS LE MONDE ENTIER

Puisque la plus grande partie des ventes de Proparms provient de l'exportation, l'entreprise compte beaucoup sur ses agents du monde entier pour vendre ses produits. Voici les conseils de M^{me} Rust pour trouver et conserver des agents fiables qui ne sont pas que des « vendeurs ayant du bagout ».

■ **Utilisez le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger.** « L'ambassade du Canada est merveilleuse. Nous demeurons toujours en contact avec eux, et nous les avisons de tout problème que nous posent les agents. »

■ **Participez aux activités de l'industrie.** « En assistant à des conférences destinées aux artificiers et en présentant notre équipement dans les salons professionnels, nous avons pu trouver des représentants qui s'y connaissent en la matière. »

■ **Ayez des agents communs.** M^{me} Rust collabore avec des entreprises canadiennes connexes, comme Allen Vanguard et Med-Eng. Systems Inc., en utilisant les mêmes agents et même en effectuant une commercialisation commune. Il est utile de trouver des agents qui peuvent vous représenter sur plus d'un marché; cela peut permettre de réduire vos frais de déplacement liés à la formation de nouvelles personnes.

■ **Assurez une communication soutenue et efficace.** En plus de donner une bonne formation à ses agents, Proparms publie un bulletin qui les tient au courant des faits nouveaux.