

Besoin de financement?

Les femmes d'affaires limitent souvent le potentiel de croissance de leur entreprise en la finançant à l'aide de leurs propres investissements ou profits. Il y a d'autres solutions possibles!

Les femmes entrepreneures disent souvent que l'accès au financement est l'aspect le plus difficile du démarrage ou de l'expansion de leur compagnie. Or, en plus de considérer les choix offerts par les établissements financiers, il peut s'avérer utile de se pencher sur les possibilités que voici :

Subventions, contributions et prêts garantis du gouvernement

Renseignez-vous sur les possibilités de financement public auxquelles votre entreprise est admissible. Consultez le site Entreprises Canada et servez-vous de l'outil de recherche ou faites une recherche selon le type de financement.

www.entreprisescanada.ca

Un nouveau programme de prêts permet aux PME d'accentuer leur présence sur le marché mondial

La Banque de développement du Canada (BDC) offre un nouvel outil, le « Prêt Marché en Xpansion », dont les petites et moyennes entreprises

(PME) canadiennes peuvent se servir pour financer l'expansion de leurs opérations au Canada ou sur le marché mondial. Ce prêt, d'un montant maximal de 50 000 dollars, peut les aider à participer aux foires commerciales et à faire de la promotion à l'étranger, à élaborer des plans d'exportation, à développer leurs activités sur Internet, à préparer et mettre en œuvre un plan de marketing, à augmenter leur inventaire afin d'exporter vers de nouveaux marchés, etc. www.bdc.ca

Solutions d'assurance pour les exportateurs

Souplesse. Sécurité. Plus de fonds de roulement. Ce sont là certains des avantages qu'offrent les assurances commerciales d'Exportation et développement Canada. En atténuant les risques commerciaux, vous accroîtrez vos capacités de ventes et incitez votre banque à vous accorder plus de fonds de roulement, que ce soit pour une seule vente ou un seul projet, ou pour des contrats multiples. Renseignez-vous sur l'assurance comptes clients, l'assurance acheteur unique, ProtEXPORT, l'assurance risques politiques et l'assurance pour cautionnement bancaire. www.edc.ca

Branchez-vous sur les débouchés : faites-vous connaître à l'étranger!

titres de compétence... missions commerciales... partenariats... certification... médias... garanties... distinctions...

- 1. Faites connaître vos titres de compétence.** Montrez que votre société emploie des professionnels accrédités et compétents.
- 2. Prenez part aux événements commerciaux.** Les missions commerciales, les foires commerciales et salons professionnels, et le travail en réseau vous permettent d'établir de nouveaux contacts et de vous faire connaître.
- 3. Établissez un partenariat avec une entreprise bien connue.** Vous pouvez accroître instantanément votre crédibilité en vous associant à une grande entreprise bien connue sur le marché international.
- 4. Obtenez une certification.** Un certificat attestant d'une norme professionnelle ou d'une norme de qualité peut aider votre entreprise à être prise au sérieux lorsque vous participez à un appel d'offres.
- 5. Servez-vous des médias.** Rédigez des articles et envoyez-les à des revues spécialisées. Elles pourraient bien décider de les publier même s'il s'agit de contributions non sollicitées.
- 6. Offrez des essais gratuits ou des garanties.** Vous atténuerez ainsi les doutes que pourraient éprouver les clients étrangers envers vos produits.
- 7. Posez votre candidature à un prix.** La sélection d'une entreprise pour un prix ou l'attribution d'un prix envoie un message positif aux clients éventuels.

« On m'a invitée à participer à la mission commerciale de San Francisco. Les contacts et les rendez-vous que le délégué commercial a préparés pour le lancement de notre nouveau produit nous ont été extrêmement précieux. »

Heather Angel, Trumps Fine Food, Vancouver (C.-B.)

« Mettez-vous en contact avec les délégués commerciaux de votre région. C'est là une excellente ressource car ils peuvent vous trouver des contacts et vous donner des renseignements très utiles. Faites un suivi dès que possible. Les missions commerciales constituent une perte de temps totale si vous ne consolidez pas les contacts que vous y avez établis. Un simple " merci d'avoir pris le temps de me rencontrer " peut suffire. »

Jayne Seagrave, Vancouver Tool Corporation, Vancouver (C.-B.)

POUR TIRER LE MAXIMUM DES MISSIONS COMMERCIALES

Les missions commerciales sont un excellent moyen d'accéder à de nouveaux réseaux, d'établir de nouveaux contacts et d'obtenir des renseignements sur le marché. Voici quelques-unes des étapes à suivre pour réussir :

Avant de partir

- Parlez au délégué commercial chargé de ce marché et demandez-lui conseil sur la meilleure façon de présenter votre produit ou vos services, ainsi que sur la pratique des affaires dans le marché.
- Identifiez les contacts ayant une expertise complémentaire à la vôtre qui pourraient être vos agents ou vos partenaires éventuels, et rencontrez-les.
- Organisez des rencontres avec les médias et songez à diffuser un communiqué.
- Examinez votre matériel promotionnel du point de vue de sa pertinence pour le marché considéré.
- Trouvez des occasions de faire des présentations ou des démonstrations de vos produits.

Pendant la mission

- Consultez la presse locale pour prendre connaissance des débouchés, des grands projets et des tendances du marché.
- Mettez-vous en contact avec le plus grand nombre possible de participants à la mission... On ne sait jamais où on trouvera son prochain partenaire en affaires!

Après la mission

- Préparez votre correspondance et faites le suivi auprès de vos principaux contacts le plus tôt possible.
- Consignez par écrit vos démarches et vos priorités pour le suivi. Maintenez un fichier facile à consulter pour vos contacts.



Prochaine Mission Commerciale

Du 22 au 24 juin 2010 – Conférence WBENC – Baltimore, MD
Pour plus d'information sur les événements commerciaux, consultez www.femmesaffairesencommerce.gc.ca