

UNE PETITE ENTREPRISE D'OTTAWA OFFRANT DES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX SE PRÉPARE À ÉTENDRE SON ACTIVITÉ AUX ÉTATS-UNIS

S'associer à une plus grande entreprise canadienne déjà implantée aux États-Unis peut être une façon de percer le marché américain. C'est ce qu'a découvert avec beaucoup de succès la société New Systems Solutions Inc. (NSS), d'Ottawa.

Constituée en 1990, cette petite entreprise spécialisée dans les technologies de l'information, et notamment dans le stockage de données pour des environnements financiers particuliers et le développement de logiciels, jouissait déjà d'une clientèle solide au Canada. Ses clients appartiennent aussi bien au secteur privé (45 % de son chiffre d'affaires lui viennent de Bell Canada, Stentor, Digital et Mitel) qu'au secteur public (55 %, provenant principalement du gouvernement fédéral).

« Il y a deux ans environ, nous avons décidé de nous implanter sur le marché américain en nous associant à Cognos, qui a fait le nécessaire pour nous faire connaître chez nos voisins du sud, » explique Mark Quigg, chef de la direction de News Systems.

Depuis, avec un effectif de 125 employés (incluant quelque 110 sous-traitants), NSS tire du marché américain environ 1,5 million \$ sur un chiffre d'affaires annuel de 10 millions.

S'adapter aux pratiques du marché américain

Grâce à son bureau installé à Denver et à ses contrats à New York, Boston et Houston, NSS réussit parfaitement à s'adapter aux pratiques commerciales du marché américain.

« Notre produit est essentiellement axé sur les gens, d'expliquer M. Quigg. C'est pourquoi nous avons soin de toujours mettre en avant nos meilleurs collaborateurs et d'anticiper les attentes de nos clients. C'est la première impression qui est déterminante. » Pour assurer à son entreprise une présence locale, M. Quigg s'applique à embaucher une partie du personnel sur place. « Le personnel local a de nombreux liens dans le pays, ce qui permet à notre entreprise d'étendre son activité grâce au bouche-à-oreille et aux recommandations de

clients satisfaits qui font volontiers à nouveau appel à nos services. »

C'est d'ailleurs parce que les services de la société leur avaient été chaudement recommandés qu'un important courtier en opérations sur marchandises, de New York, et la société Sylvania, de Boston, sont devenus des clients de NSS.

Selon M. Quigg, il est encore possible pour NSS d'étendre son activité sur le marché américain. « Nous sommes intéressés à travailler de concert avec le Service des délégués commerciaux du consulat général du Canada à New York et dans toute autre ville des États-Unis, confie M. Quigg, et à nous inscrire dans la base de données WIN Exports du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. »

« Il y a de légères différences entre les façons de faire des affaires propres au Canada et aux États-Unis. Par exemple, il faut bien faire attention aux conditions de règlement, de souligner M. Quigg. Nous pouvons apprendre beaucoup de choses des Américains, grâce en particulier à nos contacts sur place. »

Le succès engendre le succès

La réussite de New Systems a conduit à la création, l'an dernier, de Bizkids, une société qui se spécialise dans la production de céderoms destinés aux marchés autochtones.

« C'est un créneau qui a été totalement négligé du point de vue de la commercialisation de produits, » souligne Francine Whiteduck, présidente de Bizkids et actionnaire de NSS.

Selon les prévisions, le revenu de Bizkids en 1998 devrait être de 500 000 \$ au Canada seulement. Par ailleurs, M^{me} Whiteduck a repéré quelques bonnes pistes de clients éventuels aux États-Unis, à l'occasion de sa participation à la mission commerciale des

femmes d'affaires canadiennes, effectuée à Washington en novembre dernier sous la direction de Sergio Marchi, ministre du Commerce international (voir le numéro du 15 décembre 1997 de *CanadExport*). Mentionnons que le ministre Marchi, nommé dernièrement M^{me} Whiteduck, au comité consultatif d'Équipe Canada Inc.

Pour plus de détails sur la société New Systems Solutions Inc., communiquez avec son président, M. Peter Hall, tél. (613) 761-9436, fax : (613) 722-8756.

PROGRAMME OUTREACH

(Suite de la page 1)

Ces activités seront autant d'occasions pour les ambassadeurs de faire connaître la politique étrangère et commerciale du Canada en Asie, de sensibiliser les chefs d'entreprises canadiennes aux possibilités d'étendre leurs affaires sur les marchés asiatiques, de promouvoir l'établissement de liens profitables entre le Canada et cette région, et de fournir des renseignements d'actualité sur la situation économique en Asie. Les ambassadeurs seront en mesure de communiquer leurs analyses aux gens d'affaires et de débattre avec eux de la meilleure façon de protéger et de promouvoir les intérêts canadiens dans le contexte actuel de l'Asie.

Les membres du milieu des affaires sont invités à soumettre les questions qu'ils souhaiteraient que *CanadExport* aborde avec les ambassadeurs lors de la visite de ces derniers au Canada. *CanadExport* traitera du programme *Cross-Canada Outreach* dans un prochain numéro.

Veuillez faire parvenir vos suggestions de questions à aborder avec les ambassadeurs à l'équipe de *CanadExport* par télécopieur, au (613) 996-9276.