

LES MÉDIAS SOCIAUX POUR S'OUVRIR SUR LE MONDE



Christina Adams,
copropriétaire,
Antenna Social Media & Design

Les médias sociaux sont une excellente façon de vous faire connaître sur les marchés internationaux. Vous pouvez également les utiliser pour recueillir des renseignements d'affaires et réseauter avec les intervenants principaux de l'industrie.

Christina Adams de Terre-Neuve est copropriétaire de Antenna Social Media & Design et cliente de Femmes d'affaires en commerce international (FACI). Elle offre les conseils suivants pour entrer en contact avec des clients, des acheteurs et des partenaires potentiels :

1. Élaborez une stratégie pour les médias sociaux. Établissez des objectifs clairs et précisez qui vous souhaitez joindre.
2. Déterminez quels canaux de médias sociaux sont utilisés par votre public cible dans les marchés visés.
3. Restez active sur différentes plateformes de médias sociaux pour que votre entreprise soit bien classée dans les moteurs de recherche.
4. Repérez les personnes qui ont le même public cible que vous et qui sont suivies par un grand nombre de personnes. Interagissez avec elles. D'autres personnes vous repéreront et suivront votre marque.
5. Commentez et participez aux discussions pour montrer que vous êtes engagée et intéressée. Cela inspire confiance et ajoute de la valeur.
6. Assurez-vous de faire preuve d'humour, de créer un sentiment de communauté, d'offrir des conseils et de faire montre d'originalité.
7. Utilisez LinkedIn pour repérer vos partenaires commerciaux, communiquer avec les acheteurs potentiels ou rester en contact avec les personnes que vous rencontrez pendant vos voyages.
8. Utilisez Twitter pour entamer des conversations sur votre industrie, communiquer avec les journalistes et trouver les leaders d'opinion qui pourraient devenir des ambassadeurs de votre marque.
9. Utilisez Facebook pour attirer l'attention sur votre marque et illustrer la culture de votre entreprise. Le contenu faisant appel aux émotions est plus susceptible d'être partagé que des astuces ou des conseils.
10. Misez sur Instagram. C'est un outil visuel puissant pour la vente de produits ou d'expériences. Utilisez les mots-dièse pour élargir votre public.
11. Adaptez le contenu à la langue et à la culture locale. Souvenez-vous que le public interagit différemment avec les médias sociaux dans d'autres pays. Trouvez les outils et les approches les plus efficaces.

Pour joindre le groupe LinkedIn de FACI, visitez linkd.in/bwit-faci.



La ministre Freeland rencontre à Toronto des représentantes de FACI, de Women's Enterprise Organizations of Canada et de WEConnect International au Canada (novembre 2015).

« Conseil avisé : choisissez avec prudence



« Une fois la réputation de notre technologie de lampe pour casque de mineurs établie, nous avons effectué un changement radical en introduisant des solutions novatrices pour les communications souterraines. Nos lampes intelligentes intègrent une technologie de suivi qui nous différencie de nos concurrents. Nous occupons une part importante du marché au Canada et aux États-Unis, et comptons des divisions en Australie et au Chili.

Notre réussite sur les marchés internationaux est étroitement liée à la qualité de nos partenariats. Notre distributeur au Pérou veut offrir des solutions "de pointe" en vue d'assurer la sécurité des mineurs. Notre distributeur norvégien, qui dessert notre réseau dans toute la Scandinavie, est sans égal.

Récemment, nous avons reçu des demandes de distributeurs qui souhaitent représenter nos produits en Afrique, en Mongolie et dans d'autres régions du monde en développement. Le Service des délégués commerciaux est une excellente source de renseignements commerciaux pour ces marchés émergents.

Choisissez bien vos partenaires. Assurez-vous qu'ils disposent d'un réseau solide et qu'ils sont prêts à fournir les efforts nécessaires pour vous introduire sur le marché. »

Heidi Levitt, présidente et chef de la direction
Northern Light Technologies
Toronto (Ontario)

LE SAVIEZ-VOUS?

Le Service des délégués commerciaux est présent dans 161 villes au Canada et à l'étranger et il a servi plus de 11 000 clients l'année dernière. Le SDC offre quatre services clés :

1. préparation aux marchés étrangers;
2. évaluation du potentiel de marché;
3. recherche de contacts qualifiés;
4. résolution de problèmes.

Le SDC offre l'accès à des rapports sur les marchés, à des programmes d'accélérateur et à des missions commerciales. Pour plus d'information, allez à delegatescommerciaux.gc.ca.