

COMMENT JOUER DANS LA COUR DES GRANDS

Vous souhaitez vendre vos produits ou services à de grandes multinationales comme UPS, Disney ou Coca-Cola? Vous avez des options. Les équipes de Femmes d'affaires en commerce international (FACI) et du Service des délégués commerciaux (SDC) offrent leurs connaissances spécialisées :

Tirez parti des possibilités liées à la diversité des fournisseurs

« Faites des recherches sur vos entreprises cibles pour savoir si elles disposent d'un programme de diversité des fournisseurs. De nombreuses entreprises américaines ont des programmes visant à acheter des produits et services d'entreprises appartenant à des femmes. Pour être admissible, vous devez certifier qu'une femme détient au moins 51% de votre entreprise. Nous avons vu de nombreuses femmes connaître du succès en empruntant cette voie », affirme Josie Mousseau, directrice adjointe de FACI.

Commencer au Canada pour vendre à l'étranger

« Demandez aux acheteurs des filiales canadiennes avec lesquels vous faites affaire de vous mettre en rapport avec les acheteurs de l'entreprise cible dans le marché étranger, conseille David Weiner, délégué commercial principal du Canada à Dallas (Texas). Lorsque vous ciblez des marchés émergents, positionnez-vous d'abord comme fournisseur de multinationales ayant leur siège social nord-américain aux États-Unis pour pénétrer le marché. »

Augmentez votre valeur au moyen de partenariats

« Formez une coentreprise avec d'autres petites entreprises. Les grandes multinationales veulent une entreprise unique plutôt que 50 fournisseurs différents. Si elles peuvent réduire leurs coûts, simplifier leur chaîne d'approvisionnement et accéder à des solutions novatrices, elles voudront travailler avec vous », précise M. Weiner.

Participez à des missions et à des événements

« La conférence et foire commerciale annuelle du Women's Business Enterprise National Council (WBENC), et la conférence d'expansion des affaires « Go for the Greens » pour les entrepreneures permettent de rencontrer des acheteurs bien intégrés dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. Elles offrent également le soutien spécialisé des délégués commerciaux, y compris celui de l'équipe de FACI », indique Mme Mousseau.

Jouez dans la cour des grands. Joignez-vous à notre prochaine mission commerciale de femmes d'affaires. Pour obtenir plus de renseignements, visitez delegatescommerciaux.gc.ca/missionscommercialesfemmes.

Partout où vous faites des affaires

Le Service des délégués commerciaux du Canada

delegatescommerciaux.gc.ca



UN ARGUMENTAIRE EFFICACE

Vous travaillez encore à l'élaboration de votre argumentaire et vous voulez qu'il soit parfait? Nous avons demandé conseil à deux expertes : une femme d'affaires qui est cliente de FACI et une déléguée commerciale chevronnée.

Angela Civitella, coach en entreprise agréée, INTINDE

- Sélectionnez judicieusement les entreprises avec lesquelles vous souhaitez communiquer. Sachez à quels besoins vous pouvez répondre.
- Étudiez leur culture d'entreprise. Votre message doit montrer que vous les comprenez.
- Connaissez votre exposé à fond. Assurez-vous qu'il soit fluide et non automatique.

Lisa Stockley, Consule et déléguée commerciale à Atlanta (Géorgie)

- Faites des recherches sur la personne que vous allez rencontrer. Étudiez-les attentivement sur LinkedIn, Twitter et YouTube.
- Sachez où vous vous positionnez par rapport à vos concurrents et démontrez pourquoi votre produit ou service est supérieur.
- Pratiquez. Vous ne pouvez pas répéter trop souvent. Enregistrez-vous pour améliorer votre performance.
- Assurez-vous que les chiffres sont exacts sur les diapositives portant sur les finances. Montrez-leur pourquoi ils ne peuvent pas vivre sans votre produit ou service.
- Soyez impeccable. Soyez sûre de vous. Les gens se souviennent des argumentaires qui ont de la personnalité.

Vous voulez obtenir un avis sur votre argumentaire? Communiquez avec un délégué commercial au programme de FACI.



« À titre de Déléguée commerciale en chef, j'ai eu le plaisir de rencontrer de nombreuses femmes d'affaires durant mes voyages à l'étranger et au Canada. Que ce soit aux États-Unis, en Israël, en Scandinavie, en Afrique, en Asie ou dans de nombreuses régions du Canada, je suis toujours impressionnée par votre motivation, votre enthousiasme et votre détermination à développer l'économie canadienne par le commerce

et l'investissement. Les femmes d'affaires canadiennes exercent une grande influence dans de nombreux secteurs de notre économie et cette influence se traduit par des emplois et de la prospérité pour l'ensemble des Canadiens et des Canadiennes. Continuez votre excellent travail! »

Susan Bincoletto, sous-ministre adjointe, Développement du commerce international, et déléguée commerciale en chef, Affaires mondiales Canada