

Quelle est leur situation aujourd'hui?



<< Il faut déployer des efforts et effectuer un suivi pour conclure une vente virtuelle; vous ne pouvez pas compter seulement sur votre site Web pour commercialiser vos produits >>

Christine Rowland

Fondatrice et directrice générale de Blue Cat Design

Port Hope (Ontario)

Tél. : 905.753.1017

Courriel : christine@bluecatdesign.com

www.bluecatdesign.com

Année de fondation : 1995

Effectifs : 10 « employés virtuels »

Ventes à l'exportation 1997 : 70 %

Ventes à l'exportation 2007 : 88 %

Marchés d'exportation : États-Unis, Caraïbes, Mexique, Australie, Europe

DESCRIPTION : Blue Cat Design se spécialise dans la création et la programmation personnalisées de sites Web, ainsi que dans l'offre de services de référencement. Sa conception primée, son expertise technologique et son attachement au service à la clientèle lui ont attiré des clients internationaux de tous horizons.

ANTÉCÉDENTS PROFESSIONNELS : M^{me} Rowland a toujours fait preuve d'innovation et a adopté la technologie très tôt. Propriétaire d'une maison d'édition dans les années 1980, elle a acquis l'un des tous premiers ordinateurs Macintosh et s'est lancée dans l'éditique avant que d'autres ne sachent même de quoi il s'agissait. « J'ai toujours aimé la technologie, je suis moitié artiste, moitié technophile. » Conceptrice et ancienne directrice artistique de CTV, M^{me} Rowland a trouvé logique la transition de la radiotélédiffusion au Web, en raison de l'importance accordée à l'animation et aux éléments graphiques. Intervenant fréquemment sur la question des nouveaux médias, elle n'a pas ménagé ses efforts dans son secteur industriel et s'est vu remettre le Prix ontarien d'excellence en commerce international en Leadership à l'exportation en 1999, ainsi que le Prix canadien des nouveaux médias en 2000.

AVANTAGE CONCURRENTIEL : Blue Cat est une société pionnière dans la création de pages Web tout autant que dans le référencement. « Nous attirons nos clients grâce à notre savoir faire, qui nous permet d'obtenir les meilleurs classements pour leurs sites, et nous les fidélisons grâce au service à la clientèle que nous avons adopté et que nous axons sur leur stratégie de commerce en ligne. »

DÉMARCHE DE CROISSANCE : Plus de 75 p. cent des clients de Blue Cat sont établis aux États Unis, ce qui représente une hausse de 10 p. cent en dix ans. « Chose intéressante, même des personnes et des entreprises que nous ne connaissons pas nous recommandent, car elles ont entendu parler de notre réputation. » Même si M^{me} Rowland n'a pas rencontré la plupart de ses clients en personne, elle a noué de solides liens. « Lorsque vous parlez avec des clients au téléphone, après un certain nombre d'années, vous avez l'impression de réellement les connaître, et vous pouvez même devenir des amis à distance. »

COMMERCIALISATION INTERNATIONALE : « Le Web est notre seul outil. » Le site de Blue Cat a des liens vers de nombreux autres sites et, en règle générale, il se classe parmi les dix premiers de Google.

PRINCIPAL OBSTACLE À L'EXPORTATION : « La plupart des entreprises ne disposent pas du budget qui leur permettrait d'annoncer leurs activités sur tous leurs marchés par les voies traditionnelles; aussi

la meilleure façon de procéder consiste-t-elle à passer par Internet. Cependant, il existe des millions de sites Web qui ne sont pas performants, car ils manquent de stratégies en matière de référencement et de liens. Il faut faire attention parce que certaines sociétés prétendent être en mesure d'obtenir des rangs élevés, mais en réalité elles adoptent des pratiques contraires à l'éthique qui risquent d'entraîner l'interdiction des sites sur les moteurs de recherche. Il est important de faire appel à une entreprise digne de confiance qui est recommandée par ses clients. »

CONSEIL EN MATIÈRE D'EXPORTATION POUR LES FOURNISSEURS DE SERVICES :

« Être solidement implanté sur le Web et disposer d'un site exceptionnel conçu par des professionnels, qui soit agréable à regarder, où il est facile de naviguer, qui ait été optimisé pour les moteurs de recherche et ait adopté une bonne stratégie de liens de manière à être bien classé. Cette approche débouchera sur des demandes d'information et des pistes exigeant un suivi adéquat. Si vous ciblez les États-Unis, dotez-vous d'un numéro sans frais afin de permettre aux clients potentiels et actuels de communiquer facilement avec vous. Ceux-ci ne se rendront même pas compte qu'ils appellent à l'étranger. Mettez sur pied un régime de paiements progressifs afin de vous assurer d'être rémunéré assez tôt, en particulier pour les grands projets prenant beaucoup de temps. Dans notre cas, nous demandons une avance de 50 p. cent pour commencer et le solde avant de télécharger le site sur Internet. »

PROJETS D'EXPORTATION : Les États-Unis restent la principale cible de M^{me} Rowland. « Il s'agit d'un gigantesque marché à l'exportation, les Américains aiment bien traiter avec nous, la devise ne pose pas de problème et les fuseaux horaires sont compatibles. »

Réflexions sur la mission commerciale de 1997 à Washington

Avantages : « Elle s'est avérée fort utile et m'a permis d'établir d'excellents contacts dans le cadre des réunions qui ont été organisées. Certaines sociétés américaines ont effectué un suivi. Un avantage imprévu a consisté à faire des affaires avec les autres Canadiennes chefs d'entreprise que j'ai rencontrées et de concevoir des sites Web pour un certain nombre d'entre elles. »

Principale impact : « L'expérience a été d'une manière générale très enrichissante, particulièrement sur le plan du réseautage et de la communication de connaissances, des informations commerciales et des conseils avec les autres participantes. »