



# Contexte et introduction

## Table des matières

Contexte et introduction . . . . . 1

L'initiative d'acquisition de clients (IAC) est fondée sur les principes de la Nouvelle Approche@l'œuvre et sur la stratégie de marketing du Service des délégués commerciaux . . . . . 1

L'IAC se veut un outil pratique pour aider les missions à l'étranger. . . . . 2

Instaurer une IAC dans votre mission . . . . . 3

    Étape 1 : Établir une feuille de route . . . . . 4

    Étape 2 : Identifier les entreprises . . . . . 6

    Étape 3 : Se documenter sur les entreprises . . . . . 9

    Étape 4 : Préparer votre « entrée en matière » . . . . . 10

    Étape 5 : Contacter les entreprises. . . . . 17

    Étape 6 : Assurer un suivi . . . . . 18

Une occasion de célébrer et d'apprendre! . . . . . 19

Les annexes

    Annexe A : Exemples de lettres et de scénarios . . . . . 20

    Annexe B : Utiliser TRIO pour identifier des entreprises . . . . . 23

    Annexe C : Exemple de compte rendu d'un appel. . . . . 27

    Annexe D : Liste de vérification . . . . . 28

**Foreign Affairs, Trade and Dev  
Affaires étrangères, Commerce et Dév**

**OCT 16 2013**

**Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère**