

**GARNETTE WEBER**

**Copropriétaire et vice-présidente exécutive  
Interactive Tracking Systems (Itracks)**  
Saskatoon (Saskatchewan)

**Tél. :** (306) 665-5026, poste 203  
**Courriel :** gweber@itracks.com  
**Site Web :** www.itracks.com  
**Année de création :** 1996  
**Ventes à l'exportation :** 85 %  
**Nombre d'employés :** 45  
**Années d'expérience  
dans l'exportation :** 5  
**Marchés d'exportation :** États-Unis et Europe

**Description**

Cette société, qui a obtenu de nombreuses distinctions, conçoit et offre des logiciels et des services d'étude de marché en direct, entièrement adaptables, qui permettent aux clients d'effectuer des études qualitatives et quantitatives et de trouver des groupes de discussion en se servant d'Internet et des technologies de cyberbavardage. Elle vient de lancer Satisfaction Compass, un outil en temps réel et en direct qui sert à mesurer la satisfaction des clients, des vendeurs et des employés.

**Historique**

Garnette Weber et son mari Dan ont fondé Itracks essentiellement avec un produit (leur premier outil de recherche en ligne) et un site Web. Ils ont essayé de commercialiser leur produit dans l'Ouest canadien, mais leur propre étude de marché a révélé que c'était aux États-Unis qu'ils trouveraient les meilleurs débouchés. Itracks a eu sa première occasion d'affaires lorsqu'une grande entreprise américaine spécialisée dans les études de marché a découvert son site Web et accepté de tester le produit. Aujourd'hui, près de 80 % du chiffre d'affaires provient des ventes aux États-Unis, et Itracks compte parmi ses clients certaines des plus grandes entreprises du secteur, comme A.C. Nielsen et Ipsos-Reid, ainsi que plusieurs sociétés du groupe Fortune 500.

**Principal avantage concurrentiel**

Garnette attribue la réussite d'Itracks au fait que son mari et elle-même ont décidé de se concentrer sur le volet de la collecte de données des études de marché, alors que d'autres entreprises optaient pour la commercialisation de services complets comprenant la conception de l'étude, la collecte de données et l'analyse de l'information. Ces entreprises sont donc des clients potentiels au lieu d'être des concurrents. « Nous nous sommes positionnés comme chef de file technique. »

**Princip**

Lors de la de la dista aux États-Unis, tant pour vendre à de nouveaux clients que pour offrir des services à leur clientèle existante.

**Solution**

Ils ont profité de l'aide offerte par le Saskatchewan Trade and Export Partnership et par le réseau du Service des délégués commerciaux du MAECI à l'étranger pour repérer des clients et nouer des contacts dans des marchés clés, tels que New York, Buffalo, Seattle et San Jose. Ils viennent de signer un contrat de revente avec un gros client qui possède des bureaux dans le monde entier, ce qui devrait faciliter les ventes et la prestation de services à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

**Meilleur moment**

« Il y a quelques années, un important client potentiel de Rochester (New York) nous a téléphoné, car il désirait être invité à une démonstration. Nous pensions naturellement qu'il s'agissait d'une démonstration sur Internet. Quelques minutes plus tard, il a rappelé pour demander où se trouvait l'aéroport le plus proche de Saskatoon! Cela montre à quel point il était intéressé! »

**Conseils pour exporter**

*Il faut absolument persévérer.* « Peu importe l'importance de vos recherches et de votre travail de planification, vous devez travailler dur... nouer des contacts, vendre et assurer un suivi. »

*Investissez dans les meilleurs employés que vous pouvez vous offrir.* « Dès le départ, nos employés ont contribué autant que nous au succès de notre entreprise. »

Pour de plus amples renseignements, voir :  
[www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp)



**Exportation et développement Canada  
Export Development Canada**

**Composez le 1 866 857-6031  
aujourd'hui.**

**Visitez notre site Web à [www.edc.ca/info](http://www.edc.ca/info)**



**Oui, je souhaite savoir plus précisément comment prendre de l'expansion.**

Nom	Titre		
Société	Courriel		
Adresse	Ville	Prov.	Code postal
Téléphone	Télécopieur		

Veuillez indiquer votre chiffre d'affaires annuel à l'exportation :

moins de 1 M\$  1 M\$ à 5 M\$  plus de 5 M\$  n'exporte pas actuellement

Principaux marchés d'exportation :

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**Pour plus de renseignements, communiquez avec nous par téléphone au 1 866 857-6031, ou par télécopieur au 1 866 220-4138, ou retournez-nous cette carte-réponse.**

**Canada**



*vous visez le marché du Tiers-Monde, quel que  
ys, vous devez prendre conseil de personnes  
naissent bien. Tout le système — banques,  
voirs publics, structures des ONG — est  
lement complexe, particulièrement  
pour les petites entreprises.»*

employés au Bangladesh pour former le  
usine de fabrication des filtres. La société a  
production et les moules, et a accueilli les

Banglais venus suivre une formation dans son usine de Crossfields, à une trentaine de kilomètres au nord de Calgary.

À la fin de sa première année d'exploitation, l'usine du Bangladesh enregistrait des recettes d'environ 80 000 \$CAN, atteignant tout juste le seuil de rentabilité. Comme l'entreprise ne fera pas de profit avant un certain temps encore, PRKL a obtenu des actions de la coentreprise en échange de leur temps et de leur savoir-faire.

**Principal défi**

« Le plus dur est de trouver une base à l'étranger. Il est tellement facile d'exporter aux États-Unis! Trouver le temps et l'argent nécessaires à l'essor de l'entreprise est un autre grand défi. »

**Solution**

*Trouver le bon partenaire.* « Nous avons eu la chance de trouver un contact idéal sur place, avec le concours du haut-commissariat au Bangladesh qui nous a mis en liaison avec les personnes voulues. » Joanne (qui est d'origine cri) attribue également sa réussite à l'aide « immense » que lui a fournie le programme Entreprise autochtone Canada d'Industrie Canada en lui offrant des fonds de développement et des conseils. La coentreprise canadienne envisage maintenant d'émettre des titres dans le public afin de financer son expansion. « Pour nous, l'accès au capital n'a pas été un problème, mais il est plus difficile d'arriver à réaliser des profits dans la période voulue. Il nous faut trouver des investisseurs qui croient dans notre projet à long terme. »

Pour de plus amples renseignements, consulter le profil complet à :  
[www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp)

**Le saviez-vous?**

Selon une récente enquête de Statistique Canada, 33,9 % des PME appartiennent à des femmes (à plus de 50 %). En 2000, 8,9 % de ces entreprises avaient vendu ou exporté leurs produits ou services à l'étranger.

**Les femmes et le commerce international – Ontario (WITO)**

La première section canadienne d'une organisation internationale ayant vocation à améliorer les débouchés commerciaux des femmes dans plus de 30 pays.  
Pour plus d'information, contacter : **Candice Rice**, tél. : (416) 973-5157,  
**courriel** : [rice.candice@ic.gc.ca](mailto:rice.candice@ic.gc.ca), **site Web** : [www.wito.ca](http://www.wito.ca)