



2.4 Répartir les entreprises par délégué commercial

Lorsque vous aurez identifié les entreprises qui répondent à vos critères et que vous saurez quelles entreprises ont été identifiées, vous devrez savoir quel délégué commercial sera responsable d'établir des contacts et d'assurer le suivi pour chacun des contacts identifiés. Il est très peu probable que les entreprises identifiées soient divisées uniformément par secteur; par conséquent, certains délégués auront une charge de travail plus lourde que d'autres. En gardant cela à l'esprit, il serait peut-être bon de revoir vos critères, d'en accroître ou d'en restreindre le nombre. Si votre mission possède un InfoCentre ou une structure de soutien semblable, vous pourriez y avoir recours pour équilibrer la charge de travail.

Avant de poursuivre :

- ✓ Avez-vous pensé à utiliser l'avis automatisé du DCV que vous recevez chaque mois pour lancer votre projet?
- ✓ Connaissez-vous le nombre d'entreprises que devra contacter chaque membre du personnel, pour chacun des segments?

Étape 3 : Se documenter sur les entreprises

Chaque délégué commercial dispose maintenant d'une liste d'entreprises. Il lui incombe désormais de se documenter sur ces entreprises, d'établir un contact et d'assurer le suivi. À ce point-ci, nous aimerions souligner une des caractéristiques clés qui constitue en même temps une des raisons du succès de toute IAC : **les délégués commerciaux doivent en avoir le contrôle et la responsabilité**. On doit leur accorder la souplesse nécessaire pour qu'ils puissent gérer leurs propres contacts. Désormais, les délégués doivent en quelque sorte être les propriétaires de l'initiative. Même si nous vous offrons dans le présent document des lignes directrices et des exemples, nous croyons fermement que les délégués sont les mieux placés pour modeler cette approche de façon à ce qu'elle réponde à leurs besoins particuliers.

Selon notre expérience, de bons contacts sont établis lorsque les délégués commerciaux démontrent qu'ils comprennent bien *l'entreprise en cause* et ses besoins. Cela signifie donc que le délégué doit réaliser des recherches préliminaires sur chacune des entreprises avant d'établir un premier contact. Cette recherche doit viser à déterminer les éléments suivants :

- ♦ une compréhension suffisante du **produit ou service** de façon à être en mesure de reconnaître les débouchés sur le marché local;
- ♦ une excellente connaissance de la **stratégie d'affaires** de l'entreprise, notamment en ce qui concerne l'expansion internationale;
- ♦ toute information sur **l'expérience de l'entreprise sur vos propres marchés ou sur les marchés voisins**, en particulier toute information disponible sur les relations avec les distributeurs, les alliances ou les coentreprises.