

Jouer toutes ses cartes

L'art des soumissions

Le parcours menant à un contrat à l'exportation passe, le plus souvent, par une demande de proposition, ce domaine difficile, parfois épineux, d'exigences complexes de la part de l'acheteur et de défis pour la concurrence. Il n'est pas toujours aisé d'y naviguer et de nombreuses entreprises se perdent en route. Alors, comment vous assurer que votre proposition est la meilleure possible? Voici la réponse des spécialistes des contrats de la **Corporation commerciale canadienne (CCC)**.

Chaque demande de proposition équivaut à un test : non seulement de votre capacité de fournir un produit ou un service, mais aussi de votre capacité d'interpréter ce

qu'un client demande vraiment — et de commercialiser tous les atouts que vous avez à offrir.

Affirmer les éléments de base

Il est vrai que de nombreuses demandes de proposition recherchent les mêmes types d'informations au sujet de votre entreprise, de ses produits, services et expérience. Et, à n'en pas douter, il est sensé de disposer de certaines réponses toutes prêtes — d'un contenu passe-partout, comme on dit.

Toutefois, il n'y a pas deux demandes de proposition qui soient exactement les mêmes. Revoquez l'ensemble de votre proposition pré-fabriquée pour vous assurer qu'elle correspond aux nuances de la demande de proposition à laquelle vous répondez. L'attention aux détails peut faire une grande différence.

Visez la commercialisation

Si les demandes de proposition décrivent les attentes d'un acheteur, certaines solutions ne sont pas vraiment à la hauteur. Si c'est le cas de la vôtre, ne désespérez pas. Ce qui importe, c'est d'expliquer les domaines où votre proposition diffère. Expliquez au client en quoi votre solution est à tous égards à la hauteur de ce qu'on demande — ou peut-être même meilleure.

Vendez-vous. Mais n'oubliez pas d'être honnête. Il peut arriver que certaines entreprises aillent trop loin et tentent d'obtenir un marché même si leur solution ne correspond pas à la demande. Il n'y a pas d'avantage à agir de la sorte : soit vous n'obtiendrez pas le marché, soit vous l'obtiendrez — et vous serez complètement dépassé.

Tenez-vous en aux spécifications

Il se peut que votre produit ou service comporte absolument toutes les caractéristiques, mais lorsqu'il s'agit de remporter un contrat, la quantité ne représente pas nécessairement un avantage. Examinez soigneusement les spécifications. Faites des recherches.

La CCC se souvient d'une entreprise qui a soumissionné un projet en Thaïlande et qui a constaté que son prix — qui semblait raisonnable compte tenu de ce qui était

Des solutions
canadiennes
pour nos
exportateurs



La **Corporation commerciale canadienne (CCC)** est l'organisme de négociation des contrats d'exportation du Canada. Elle se spécialise dans la vente aux gouvernements étrangers et offre un accès privilégié aux marchés de la défense et de l'aérospatiale des États-Unis.

Les exportateurs canadiens qui ont recours à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés grâce à l'expertise de la CCC en matière de passation des marchés et de sa formule unique de garantie d'exécution des contrats offerte par le gouvernement du Canada.

La CCC assure des services de négociation des contrats d'exportation, et ses efforts permettent souvent aux exportateurs d'obtenir une exemption de cautionnement d'exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables. La CCC peut donner accès aux sources de financement à l'exportation avant l'expédition. Au besoin, la CCC fait office d'entrepreneur principal pour les arrangements intergouvernementaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, numéro sans frais au Canada : (1-800) 748-8191, téléc. : (613) 995-2121, internet : www.ccc.ca

offert — était de 30 % trop élevé. L'entreprise a perdu la soumission. Par la suite, le fournisseur a envoyé quelqu'un en Thaïlande pour voir ce que le gagnant avait fourni : un ensemble vraiment de base, mais exactement le minimum de ce que la demande de proposition avait précisé.

La leçon? S'en tenir aux spécifications. Si vous voulez vraiment faire la promotion de votre solution plus complète, faites-la figurer comme option supplémentaire. L'acheteur a alors une occasion de voir comment vous répondez aux exigences de base du contrat et, aussi, dans quelle mesure vous pouvez fournir une valeur beaucoup plus grande.

Pour avoir accès aux services consultatifs de préparation d'une soumission ou d'une proposition de la CCC ou pour obtenir davantage d'informations sur la façon dont la CCC peut vous aider à mettre la puissance du Canada au service de vos ventes à l'exportation, cliquer sur le site www.ccc.ca ou communiquer avec la CCC au 1-800-748-8191. ✪

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Cliquez... et tirez parti de nos services au

www.infoexport.gc.ca

Grâce à ses quelque 500 agents en poste dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada aide des milliers d'entreprises à percer sur les marchés étrangers. Voici le cinquième d'une série d'articles qui vous présenteront plus en détails les services de base que le Service des délégués commerciaux offre aux gens d'affaires canadiens.

Rencontre personnelle

Lors d'un voyage d'affaires dans votre marché cible à l'étranger, n'oubliez pas d'inscrire le Service des délégués commerciaux au programme de votre visite.

Les visites sur place sont de loin le meilleur moyen de développer un nouveau marché étranger. Et l'un de leurs principaux avantages est qu'elles vous donnent l'occasion de rencontrer en personne les délégués commerciaux qui travaillent pour vous dans le marché.

Une **Rencontre personnelle** avec des agents du Service des délégués commerciaux n'est pas simplement un excellent moyen d'obtenir des renseignements actuels, communiqués de manière confidentielle. C'est aussi une façon de nouer des liens solides et durables avec des spécialistes canadiens du commerce, qui ont pour mission de vous aider à réussir sur les marchés étrangers.

En quoi consiste une Rencontre personnelle?

Au moment convenu, vous vous présenterez à la mission, afin de discuter de vos plans de marketing lors d'une rencontre privée avec un délégué commercial. Ce dernier passera en revue avec vous les dernières tendances du marché sur les plans commercial et politique, vous donnera des conseils sur la façon de faire des affaires et vous

indiquera toute question pouvant poser problème.

Nous vous conseillons d'avoir cette rencontre le plus tôt possible après votre arrivée dans le pays et d'en prévoir une seconde à la fin de votre voyage — pour faire le point.

Que dois-je attendre d'une Rencontre personnelle?

Pendant une **Rencontre personnelle**, les délégués commerciaux communiquent à l'exportateur des renseignements commerciaux recueillis dans les régions visées, qui étoffent les recherches et les préparatifs qu'il a effectués au Canada. Nous partons du principe que vous avez fait ces préparatifs et que vous avez déjà une bonne connaissance générale du marché et du territoire. Nous vous suggérons de visiter le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada (www.infoexport.gc.ca) et celui d'Équipe Canada inc (www.exportsource.ca). Vous devriez aussi visiter le site Web du pays cible et celui de l'ambassade du Canada (accessible par l'intermédiaire de www.infoexport.gc.ca).

Les délégués commerciaux ne divulguent aucun renseignement confidentiel sur d'autres entreprises canadiennes présentes sur le marché.

Quels renseignements dois-je fournir au délégué commercial?

Tout d'abord, le délégué commercial a besoin de temps pour se préparer en vue de votre **Rencontre personnelle**. Vous devez donc l'avertir de votre visite deux semaines à l'avance.

De plus, il doit avoir autant d'information que possible sur votre entreprise et sur vos projets. Lorsque vous demandez une **Rencontre personnelle**, soyez prêt à répondre de façon détaillée, sur une base strictement confidentielle, aux questions suivantes :

- Quand projetez-vous d'effectuer un voyage d'affaires dans le pays du marché cible?
- En quoi votre entreprise et votre produit ou votre service sont-ils uniques ou particuliers?
- Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients au Canada et à l'étranger, et quelle est votre méthode de vente?
- Quels pays ou régions ciblez-vous et pourquoi? Que savez-vous déjà de ces marchés cibles?
- Prévoyez-vous exporter, conclure un accord de licence, négocier une coentreprise ou investir dans ce marché?
- Quel est le profil type de l'acheteur, du distributeur, de l'agent ou du partenaire que vous recherchez sur ce marché?
- Prévoyez-vous adapter la documentation sur vos produits ou services en fonction de ce marché?

Publié par la Direction du marketing, Service des délégués commerciaux (TCW)

www.infoexport.gc.ca/canadexport 3

Rédactrice en chef :
Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**
Rédacteur : **Michael Mancini**
Mise en page : **Yen Le**
Tirage : **60,000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel :
canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Web site:
www.infoexport.gc.ca/canadexport

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication sans autorisation des fins de

CanadExport en français des Affaires internationales services de

CanadExport d'affaires qui Pour vous abonner communiquez avec CanadExport au (613) 992-7114. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de CanadExport ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyer l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à :

CanadExport (BCS)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
ISSN 0823-3349