

ZeddComm Inc.

- St. John's, Terre-Neuve ■ Emad Rizkalla, Président-directeur général
- A fondé l'entreprise en 1992, à l'âge de 23 ans ■ Nombre de salariés : 50 ■ Exporte depuis 1994
- Ventes à l'exportation : 55 % ■ Marché d'exportation : États-Unis

Le fait d'être jeune et originaire de Terre-Neuve peut sembler un lourd handicap pour quiconque désire créer une entreprise de TI, tâche qui comporte à elle seule de nombreux obstacles. Ce défi a pourtant été relevé par Emad Rizkalla, qui, avec deux confrères étudiants en génie, a fondé ZeddComm Inc. avant même d'avoir terminé ses études universitaires. En fait, Rizkalla attribue justement le succès initial des projets d'exportation vers les États-Unis de son entreprise à sa jeunesse et à son héritage terre-neuvien. Et ce succès ne saurait être mis en doute. ZeddComm, qui figurait, en 2002 et en 2000, dans la liste des 100 entreprises canadiennes ayant connu la croissance la plus rapide, selon la publication PROFIT, a affiché un taux de croissance de 1 283 % au cours des cinq dernières années -- la moitié de cette croissance étant attribuable à ses exportations américaines.

ZeddComm, c'est ... une entreprise lauréate d'experts-conseils en technologie de l'information dont le siège social se trouve au

avoir travaillé six mois au développement du produit, les trois étudiants se sont rendu compte que le rôle d'entrepreneur

ment Sony, Pfizer, Cisco Systems et Microsoft.

Un projet étudiant qui rapporte gros

Au départ, ZeddComm était un projet universitaire que M. Rizkalla et deux autres étudiants en génie ont mis sur pied avec l'idée d'en faire un produit qui serait vendu à une entreprise locale. « Nous voulions nous établir à Vancouver pour y chercher un emploi ». Mais après

ajoute : « Les Américains sont beaucoup plus disposés à prendre des risques, de sorte que les États-Unis constituent un marché riche et prometteur pour les jeunes exportateurs qui, essentiellement, sont enclins à prendre des risques. »

En fait, M. Rizkalla estime que lorsqu'il a démarré son entreprise, sa jeunesse et son inexpérience ont été deux de ses principaux atouts. « Quand vous êtes jeune, vous croyez passionnément en vous-même et en vos produits. Cette énergie vous galvanise; les obstacles n'existent pas pour vous. Vous ignorez qu'il pourrait être considéré présumptueux de téléphoner au prestigieux Johns Hopkins Hospital de Baltimore pour en faire votre

« Lorsque vous démarrez une entreprise dans votre sous-sol et avez besoin d'une source de revenu, il ne s'agit pas d'établir un plan d'entreprise, mais bien de faire tout ce qu'il faut pour survivre pendant que vous nourrissez votre vision. »

sommet de Signal Hill, site historique de St. John's. ZeddComm se spécialise dans la conception, le développement et la mise en oeuvre de solutions personnalisées d'apprentissage en ligne et d'applications de gestion sur Internet pour les entreprises figurant dans la liste établie par la revue Fortune des 500 sociétés les plus riches, les établissements d'enseignement et diverses administrations publiques. Son impressionnante liste de clients à l'exportation comprend notam-

leur plaisait, et ils ont décidé de demeurer à St. John's avec ZeddComm.

« Nous ignorions tout de la gestion d'une entreprise », reconnaît M. Rizkalla, « mais comme il fallait survivre, nous avons réuni des fonds par toutes sortes de moyens, par exemple en effectuant du travail à temps partiel, en vendant des ordinateurs et en offrant des services de consultation. »

Le fait d'être originaire du Roc est un atout

Contrairement à toute attente, M. Rizkalla est d'avis que la position avantageuse dont jouit son entreprise sur le marché américain est attribuable en partie à sa jeunesse et à ses origines terre-neuviennes. « Nos clients ne prisent pas le jargon du métier ou les interprétations partisans, ce qui cadre bien avec la philosophie terre à terre innée des Terre-Neuviens. Nous sommes des gens simples et directs. Nous nous employons à fournir des solutions qui améliorent de façon tangible la vie de nos clients. Il

premier client. Mais c'est ce que j'ai fait, et tant mieux, car ils ont accepté! »

Ciblez votre marché

Dans un marché où la concurrence est vive, le succès de ZeddComm tient aussi au fait que les services de l'entreprise ont été offerts à la clientèle appropriée. « L'avantage que nous possédons est attribuable au fait que nous offrons un service de première qualité pour des projets de moins de 2 \$ millions. Nous passons beaucoup de temps à nous renseigner sur nos clients de façon à pouvoir leur offrir des solutions adaptées à leurs besoins. Les experts-conseils des multinationales parviennent difficilement à fournir ce genre de service sur mesure, et les petits concurrents n'ont pas l'expérience ou les systèmes leur permettant de donner pleine satisfaction à leurs clients. Nous avons un excellent créneau. »

Tél. : (709) 739-9000
Courriel : contact@zeddcomm.com
Site Web : www.zeddcomm.com

Tell Us About Us Inc.

- Winnipeg, Manitoba ■ Tyler Gompf, Fondateur et président

Une mauvaise expérience avec l'achat d'un stéréo et la prise de conscience qu'un marché existe pour de meilleurs mécanismes de communication entre l'entreprise et la clientèle ont été le moteur de la création de Tell Us About Us Inc. de Winnipeg. Le fondateur et président Tyler Gompf avait d'ailleurs une autre chose qui lui a permis de transformer une idée de marché en une affaire prospère, soit d'excellents partenaires. « Dès l'abord, Tell Us About Us a attiré des personnes de qualité qui croyaient dans le produit » aux dires de Gompf, qui a quitté son emploi antérieur pour fonder Tell Us About Us en 1997, à l'âge de 24, avec son frère Kirby, qui en avait 22.

Tell Us About Us utilisait au début les méthodes les plus élémentaires pour recueillir les commentaires des clients, c'est-à-dire transcrire les messages laissés dans la boîte vocale. Elle est ensuite devenue une entreprise lauréate pour le savoir-faire technologique : elle offre aux clients des programmes proactifs et réactifs et utilise les toutes dernières innovations dans les domaines de la réponse vocale interactive, des communications Internet et de la téléphonie informatique. Son « Indicator Program » (ou programme d'indicateurs) permet aux entreprises de mesurer les opinions réelles des clients alors que son « Assured Resolution Program » (ou programme de résolution garantie) donne la parole aux clients. « Nos deux principaux concurrents américains offrent l'un ou

l'autre service et non les deux » indique Gompf. « Nous sommes un guichet unique » dit-il, en ajoutant sincèrement « nous offrons de meilleurs services ».

La vision originale de l'entreprise était de devenir « la meilleure entreprise au Manitoba au services des entreprises manitobaines. » Or, un casino du Montana qui a pris connaissance de Tell Us About Us par le biais de son site Web a changé cette vision en 1999. « Nous nous sommes rendu compte qu'il y a un marché bien plus lucratif aux États-Unis » signale Gompf. Tell Us About Us effectue actuellement 90 p. 100 de ses activités commerciales au sud de la frontière et vise des industries qui ont plusieurs unités se trouvant dans des lieux différents, des chaînes de restaurant par exemple.

Qu'en est-il de sa stratégie d'exportation? « Nous avons acheté des bases de données sur les éventuelles intégrations verticales et nous avons engagé quelques personnes pour les suivre de près pour nous. Nous avons en fait une personne qui vivait dans les avions pour participer aux salons professionnels, rencontrant des clients et faisant des démonstrations de nos produits. Nous avons commencé à créer une notoriété de notre marque, nous avons attiré quelques grandes chaînes, puis nous avons utilisé les recommandations des clients. » Popeyes Chicken & Biscuits, Dairy Queen International et Arby's comptent parmi la clientèle américaine de Tell Us About Us qui, ensemble, couvre plus de 2 000 emplacements.

Sans frais : (877) 301-5469 Courriel : resultsresults@tellusaboutus.com Site Web : www.tellusaboutus.com

Revolution Media Inc.

- Summerside, Île-du-Prince-Édouard ■ Mike Critchley, Directeur de création

Dans un pays connu à l'échelle internationale pour ses services à la clientèle, on pourrait prétendre que la chaleureuse Île-du-Prince-Édouard a un petit avantage. Revolution Media Inc., une entreprise établie à Summerside, a décidé de miser sur le créneau de la gentillesse conjugée à une approche détendue et drôle de fournir sérieusement des services de conception de pages Web et de commercialisation à 150 clients, dont plusieurs du secteur public. Il s'agit d'une approche qui semble porter fruits : en 2001, Branham 300 a classé la jeune entreprise parmi les 25 entreprises prometteuses du secteur de la technologie de l'information au Canada.

Fondée en novembre 2000, Revolution Media s'est dotée d'une équipe de cinq professionnels de l'informatique et des médias brillants et enjoués, ayant tous entre 20 et 30 ans. L'entreprise vient de se lancer sur le marché américain et a obtenu ses premiers clients de bouche à oreille ainsi que grâce aux liens de partenariat avec d'autres entreprises de publicité canadiennes. Selon le directeur de création, Mike Critchley, « la pratique canadienne est de mettre l'accent sur le client et d'accorder une plus

grande attention à la vision et à la tâche à accomplir plutôt qu'aux résultats financiers. Nous tirons profit de cette réputation. Nos clients américains sont emportés par le plaisir de travailler avec nous. Ils trouvent que nous sommes de vrais professionnels tout en étant plus gentils que nos concurrents. »

La stratégie d'exportation de l'entreprise, encore au stade d'élaboration, consiste à participer à l'important salon professionnel dans le domaine de la technologie de l'information, Softworld 2002, qui se tiendra à Charlottetown à l'automne 2002, ainsi qu'aux prochaines missions d'Équipe Canada.



De gauche à droite : Ryan Hutchinson, Patrick Killorn, Steven Perry, Mike Critchley.

Tél. : (902) 436-5060 Courriel : think@revolution.ca Site Web : www.revolution.ca