



La Stratégie
canadienne

pour le com-

merce international

fut mise en distribution et

offerte sur Internet le

29 février.

Jennifer Rosebrugh de

TOC fait rapport pour

Le troc commercial sur

page 3

LE TROC COMMERCIAL

Un message du rédacteur..2	Une mission à poursuivre..4	Les rencontres mensuelles des directeurs6
La SCCI : notre petit dernier2	Sources d'information électronique5	La norme « Wilson », un an après.....7
Équipe Canada — Région du Québec.....4	Planifications commerciale : mise à jour6	Lettres de vos collègues8

Le Troc Commercial est un bulletin trimestriel qui s'adresse aux membres du Service des délégués commerciaux. Il a pour but de favoriser les échanges sur des questions d'intérêt général. Veuillez nous faire parvenir vos contributions à Maria Bernard, par courrier électronique, télex ou télécopieur, à TOO, au (613) 996-8688.

LA FORMATION — VOIES À SUIVRE ET EMBUCHES

PAR Linda Brazeau

En novembre dernier, nous avons constaté d'emblée que la plus vaste entreprise de formation (*Le troc commercial*, vol. 2, no. 3, juillet, 1995) jamais réalisée par le Ministère à l'intention de plus de 500 membres du personnel commercial en mission à l'étranger serait truffée de défis! Malgré les retards occasionnés par des événements indépendants de notre volonté, nous avons toujours continué sur notre lancée, en cherchant à offrir une formation « juste à temps », c'est-à-dire en la dispensant à tous les agents commerciaux des missions, dans les plus brefs délais possibles. L'équipe de formation a adopté un programme de rechange. Nous vous sommes reconnaissants de la patience et de la souplesse que vous avez manifestées en répondant une deuxième fois à notre appel.

Les résultats du perfectionnement des compétences se manifesteront au fil du temps, à mesure que les répercussions à long terme sur les niveaux de service et de qualité ainsi que sur le rendement et la satisfaction de la clientèle se feront jour. À court terme, les participants ont reconnu avoir profité considérablement de la formation sur le plan professionnel, ont apprécié de pouvoir partager leurs idées et leurs préoccupations avec leurs collègues à l'occasion de discussions franches et ouvertes, et nous ont fait part de commentaires pertinents sur la façon d'améliorer le service à la clientèle.

« Les compétences sont comme des déductions fiscales; soit on les utilise, soit on les perd. »

Les commentaires qui suivent résument les évaluations de la formation. On nous a présenté de nombreuses idées, approches construc-

tives et suggestions qu'il serait trop long d'énumérer ici mais qui ont été communiquées à la haute direction à Ottawa à des fins de discussion et de suivi.

Afrique et Moyen-Orient

La deuxième phase de la formation axée sur le client, offerte par le Ministère, a été lancée à Lisbonne à l'intention de nos collègues de l'Afrique et du Moyen-Orient. Si on se fie aux commentaires des participants, il est évident que cette initiative qui « était attendue depuis longtemps » a été fort bien reçue et appréciée.

Les employés des missions ont souvent de la difficulté à s'y retrouver dans toute la gamme des sources d'information gouvernementales. L'on s'entend pour dire qu'il faut travailler à rationaliser et à améliorer le service au Canada avant que les missions ne puissent conseiller en toute confiance à leurs clients de s'adresser à l'Administration centrale pour obtenir de l'aide.

De plus, la région de l'Afrique et du Moyen-Orient doit surmonter davantage d'obstacles que la plupart des autres régions pour offrir le type de services auquel le client s'attend, puisque certaines des nouvelles technologies y sont absentes et que ce milieu à risque impose certaines contraintes. Par conséquent, l'esprit de camaraderie et d'échange, la discussion des meilleures pratiques et la possibilité pour les membres du personnel commercial d'une même région d'engager un débat ouvert et informel ont suscité des éloges.

Le programme de formation se terminera au Caire et presque tous nos collègues auront eu l'occasion d'en profiter.

Suite à la page 3

