

sures judicieuses. Ces dernières comprennent la capacité de trouver et de maintenir un créneau sur le marché, de concevoir un produit ou un service, et d'appliquer une stratégie efficace à l'exportation.

Chacune de ces constatations est expliquée plus amplement dans ce chapitre et est étayée d'exemples et de citations des compagnies lauréates.

Certains facteurs de réussite ne sont pas communs à toutes les compagnies, et ne font pas l'objet d'un chapitre à part. On espère toutefois que le profil des cinq compagnies fournira des renseignements utiles, à savoir comment une activité particulière d'exportation requiert une approche bien précise.

Avoir un bon personnel

« C'est notre personnel qui fait notre succès »

C'est le personnel qui constitue le grand point fort des lauréats. Non seulement les cadres, mais tous les employés et la façon dont ces deux groupes entrent en interaction.

« Ce sont nos employés qui font la force de notre organisation. »

*Reinhard Zobrist
Vice-président et directeur
général
Division des produits en
lingots
Société d'électrolyse et de
chimie Alcan Limitée*

Les cadres

Les compétences et les capacités des cadres sont un facteur clé du succès à l'exportation. Nombre d'entreprises sont fières de leur savoir-faire et de leurs compétences spécifiques comme leur capacité de négociation ou leur expérience des affaires sur des marchés étrangers donnés. Mais le thème prédominant est un engagement à faire un bon travail.

« Le principal facteur de notre succès à l'exportation est notre équipe de cadres très engagés et fiers. »

*Peter Sewell
Président
Western Packaging
Systems Ltd.*

Seaboard Lumber Sales de Vancouver (Colombie-Britannique) met l'accent sur les compétences et les aptitudes de son équipe de cadres dans les négociations internationales, un domaine hautement concurrentiel et changeant. Clive Roberts, administrateur en chef, rapporte :

« Les gens sont le facteur clé dans l'entreprise internationale. Vous devez avoir le personnel adéquat qui connaît son domaine et qui peut établir de bonnes relations avec le client. Une grande partie de vos activités dépendent d'eux. Si vous n'avez pas les bonnes personnes à votre emploi, vous ne pourrez conclure de bonnes affaires. »