

## Messages de la déléguée commerciale en chef SUITE DE LA PAGE 5

### *La vision : les objectifs du Canada en matière de commerce international*

- Libre-échange à l'échelle mondiale pour accroître la sécurité sur le plan commercial et la confiance permettant de planifier, de prendre de l'expansion et de créer des emplois dans un contexte qui devrait être régi par des règles fixes, et non pas par le pouvoir.
- Progression sur les plans du volume des exportations, du nombre d'exportateurs et de marchés, ainsi que du montant des investissements : emplois et croissance au moyen du développement du commerce international.

Les marchés prioritaires  
Équipe Canada  
Équipe Canada Inc  
Renouveau du SDC

Amélioration du financement des exportations  
Renforcement de la promotion de l'investissement  
Services de vente  
Promotion de l'éducation canadienne  
Les PME et sujets connexes  
OMC  
États-Unis  
Amérique latine  
Asie-Pacifique  
Europe  
Moyen-Orient et Afrique  
La dimension fédérale  
Relations fédérales-provinciales  
Relations fédérales-municipales  
Rechercher des conseils éclairés  
Partenariats avec le monde des affaires  
Les avantages du Canada grâce à son multiculturalisme  
Communiquer avec nos compatriotes

## *Les organismes étrangers de développement du commerce* SUITE DE LA PAGE 4

une formation poussée sur les produits et le système de facturation s'est révélée être un facteur essentiel du succès d'un nouveau système de facturation des services.

Austrade a élaboré une politique sur le service à la clientèle qu'il a énoncée dans un document volumineux intitulé *Meeting our Client Needs - a Practical Handbook* et qui contient des lignes directrices détaillées sur le service à la clientèle et de deux à trois pages sur chacun de ses services. Les délégués commerciaux principaux donnent toutes les deux à quatre semaines une formation au personnel des missions qui s'inspire souvent de ce document.

En plus de ce guide et de la formation à la mission, Austrade a élaboré une série de modules sur les pratiques exemplaires s'appuyant sur l'expérience des délégués commerciaux sur le terrain. Ces modules comprennent des études de cas et des séances de jeu de rôle. La formation est donnée par des équipes qui proviennent de l'administration centrale ou qui travaillent sur le terrain. Ainsi, 12 agents du changement interne ont été choisis parmi les gestionnaires sur place « en fonction de leur crédibilité et de leur engagement prouvé envers Austrade et en faveur du changement », afin d'aider des équipes d'agents du Service du développement stratégique et du Service du développement des ressources humaines à donner cette formation.

À Tradenz, la formation en DCI est considérée comme une activité prioritaire, et les cours de techniques de consultation continuent d'occuper la plus

grande place. Le Conseil suédois du commerce extérieur a un objectif de formation semblable. Il vise à améliorer le rendement du personnel à titre de consultants : comprendre les clients et les servir, apprendre comment commercialiser les services de l'organisme et entretenir des rapports à long terme avec les clients.

De nombreux organismes ont des services de formation qui élaborent, souvent à l'interne, des modules de formation à l'intention de tout le personnel, y compris le personnel recruté sur place. En outre, certains organismes ont établi leur propre institut de DCI, à l'intention principalement du secteur privé, où leur personnel peut également suivre des cours. Les Britanniques ont emprunté une voie différente. Ils ont créé un Professionalism in Trade Programme (PIT), reconnu par la Nottingham Business School. Ce programme d'enseignement professionnel en commerce mène à plusieurs diplômes, depuis un certificat jusqu'à un diplôme d'études supérieures. Il vise à accroître les compétences en DCI dans les secteurs privé et public, et à encourager les échanges entre les deux secteurs. Des programmes de téléenseignement sont aussi offerts.

### **3. Les évaluations et la rémunération**

Un grand nombre de nos organismes repères ont mis en place diverses ententes individuelles sur le rendement reliées au système de mesure du rendement général de l'organisme. Plusieurs de ces ententes reposent sur un système d'évaluation tous azimuts où chaque employé évalue le rendement de ses supérieurs

« Nous avons deux oreilles et une bouche, ce qui fait que nous pouvons écouter deux fois plus que parler. »

*Epicète*