

1.2 Qu'est-ce qu'un débouché d'affaires?

En tant que délégué commercial, vous êtes chargé d'identifier et de qualifier des débouchés d'affaires potentiels sur des marchés extérieurs, et de les présenter à des entreprises canadiennes.

En identifiant des contacts locaux, vous devriez tenir compte :

- ♦ des nouveaux marchés géographiques pour les entreprises canadiennes;
- ♦ des différents nouveaux marchés verticaux, ou segments de l'industrie, auxquels pourraient s'intéresser des entreprises du Canada;
- ♦ des possibilités de développement, de production, de science et technologie et de R&D;
- ♦ des possibilités de revente et d'alliances stratégiques;
- ♦ des débouchés pour les fournisseurs et les vendeurs de matériel;
- ♦ des rencontres d'entreprises, des occasions d'affaires et des ventes;
- ♦ des informations, occasions et menaces découlant de la réglementation, telles que les nouvelles lois, législations et conditions;
- ♦ de l'approvisionnement, local ou par le biais d'institutions financières internationales;
- ♦ des partenariats avec des entreprises locales, ou d'un pays tiers, afin de faire des offres sur des projets locaux ou sis dans des pays tiers, et
- ♦ d'autres possibilités d'investissements.

1.3 Avec qui communiquer sur le marché local?

Il est important de choisir consciencieusement la personne que vous appelez. Vous aurez plus de chances d'atteindre vos objectifs si la personne à laquelle vous parlez est en mesure de prendre des décisions au sein de son organisme, compte tenu du débouché identifié. Ciblez plus particulièrement :

- ♦ les cadres dirigeants (c.-à-d. président directeur général, directeur de l'information, directeur financier, directeur de la technologie);
- ♦ les cadres supérieurs de niveau vice-président (VP) ou premiers vice-présidents;
- ♦ les chefs d'entreprise ou les directeurs généraux;
- ♦ les directeurs d'opérations ou les administrateurs de secteur;
- ♦ les directeurs de l'approvisionnement;