

Table des matières

1.	Qu'entend-on par « Initiative de mesure du rendement? »	1
2.	Quelles sont les six composantes de l'IMR?	1
3.	Pourquoi est-il nécessaire de mesurer le rendement du Service des délégués commerciaux?	2
4.	Quels avantages les clients peuvent-ils en retirer?	2
5.	Quels avantages cette démarche offre-t-elle aux employés?	2
6.	Quels en sont les avantages pour les gestionnaires de programme?	2
7.	Quel est le calendrier de réalisation de l'IMR?	3
8.	Qui élaborera l'IMR?	3
9.	Qui consultera-t-on, et à quel moment?	3
10.	L'IMR alourdira-t-elle la charge de travail des employés en ce qui concerne la préparation de rapports?	4
11.	L'IMR s'attaquera-t-elle d'une manière ou d'une autre au problème que pose le nombre excessif de demandes d'information présentées par des clients qui ne sont pas qualifiés, ou de demandes ayant peu de choses à voir avec le commerce, l'investissement, ou les sciences et la technologie?	4
12.	Est-ce que l'IMR tentera de remédier au problème du trop grand nombre de missions commerciales mal organisées ou mal préparées à destination de nos postes à l'étranger?	4