



LES FEMMES D'AFFAIRES PRENNENT LEUR ENVOL

Avez-vous envisagé de participer à une mission commerciale axée sur les femmes? Conçues avec votre succès au niveau mondial à l'esprit, ces missions réunissent des femmes dynamiques qui veulent que leurs entreprises prennent leur envol dans de nouveaux marchés.

L'équipe de FACI effectue deux missions en 2015. La mission commerciale de FACI à la conférence et foire commerciale de WBENC aura lieu du 21 au 26 juin à Austin, Texas. WBENC est la plus grande foire commerciale des États-Unis pour les entreprises appartenant à des femmes et l'un des meilleurs endroits pour rencontrer les acheteurs des sociétés Fortune 500 offrant également des programmes de diversification des fournisseurs. Ces programmes consacrent des millions de dollars pour s'approvisionner en produits et services auprès de groupes tels que les femmes propriétaires d'entreprises qui ne sont pas traditionnellement incluses dans la chaîne d'approvisionnement.

Faith Grant, résidente d'Edmonton et co-propriétaire de Rejuvenation Health Services, prévoit assister à sa troisième mission WBENC. « À chacune d'elles, nous avons appris à être plus précises sur la façon dont nous présentons notre proposition de valeur », explique M^{me} Grant. Cette année, je sais quels acheteurs je veux rencontrer et je conçois des présentations spécifiques à chacun d'eux ».

Le programme FACI effectuera également une mission au congrès de développement des affaires « Go for the Greens » à Orlando, en Floride, du 17 au 19 septembre. Cet événement unique en son genre offre un accès exclusif à des entreprises, à des organismes gouvernementaux, à des organismes à but non-lucratif et à des associations qui peuvent aider les femmes propriétaires d'entreprises à obtenir des contrats.

« Les missions commerciales de ce genre donnent aux femmes l'accès à des séances de formation et à des rencontres individuelles avec des acheteurs. Vous aurez également l'occasion de repérer des clients potentiels et des occasions de partenariat qui contribueront à la croissance de votre entreprise », explique Josie Mousseau, directrice adjointe du programme FACI.

Pour plus d'informations sur ces missions et d'autres, contactez l'équipe du programme FACI à faci@international.gc.ca.

TISSER DES LIENS GRÂCE AUX PARTENARIATS

Josée Dufour, femme d'affaires de Montréal, est prête à prendre de l'expansion. Son entreprise, Axiomatech, gère l'entretien de bâtiments commerciaux, industriels et institutionnels et les aide à suivre des lignes directrices rigoureuses et à détecter des enjeux avant qu'ils ne deviennent des problèmes.



Josée Dufour, présidente
Axiomatech

Grâce à des partenariats, M^{me} Dufour est en mesure de percer de nouveaux marchés et d'acquérir de nouveaux clients.

« Nous avons établi un partenariat avec une importante entreprise à propriété féminine bien établie aux États-Unis et en Europe, explique M^{me} Dufour. Ce partenariat nous procure un solide avantage et nous donne accès à de nouveaux marchés. »

Ruth Vachon, PDG du Réseau des Femmes d'affaires du Québec, souligne que ce genre de partenariat crée d'excellents débouchés et des relations à long terme.

« Il arrive souvent que, compte tenu de la taille de leurs entreprises, les femmes ne soient pas en mesure de vendre leurs produits à de grandes entreprises qui veulent en acheter dans le cadre de programmes de diversification des fournisseurs. En travaillant ensemble, les femmes peuvent alors essayer d'obtenir des contrats de grande envergure. »



Ruth Vachon, PDG
Réseau des Femmes
d'affaires du Québec

Êtes-vous prête à établir un partenariat?

Selon Alia Dedhar, déléguée commerciale établie à New York, lorsqu'une entreprise a de la difficulté à percer de nouveaux marchés ou de trouver de nouveaux clients, il est temps de penser au partenariat. Un partenaire local, ou une entreprise canadienne ou étrangère qui est présente dans votre marché cible, peut vous fournir des renseignements commerciaux utiles et vous permettre d'avoir accès à un réseau complet dans l'industrie : contacts, acheteurs, investisseurs, fournisseurs et distributeurs.

Envisagez-vous de vous engager dans un partenariat?

M^{me} Dedhar propose quelques recommandations à ce sujet :

1. Renseignez-vous au sujet de votre partenaire potentiel afin de confirmer s'il s'agira du bon partenaire. Ce dernier doit ajouter de la valeur et posséder une expérience dont vous pourrez tirer profit.
2. Établissez la proportion de contrôle que vous êtes prête à céder. Dans quelle mesure avez-vous besoin d'intervenir?
3. Soyez consciente de vos limites. Le partenariat affaiblira-t-il votre marque? Les choses changent lorsque d'autres personnes font partie de l'équation.
4. Travaillez avec le SDC. Les délégués commerciaux peuvent vous présenter à des partenaires potentiels et vous aider à déterminer quels avantages vous pourriez tirer de ces partenariats.



Partout où vous faites des affaires
**Le Service des délégués
commerciaux du Canada**
deleguescommerciaux.gc.ca