

son appareil sans se procurer des pièces de haute qualité pour en assurer la durabilité, et qui vendent le tout sous l'appellation d'origine. Dans certains cas, les copies sont si parfaites que Knelson a pu les réparer elle-même, avec ses propres pièces brevetées, quand elles ont flanché après quelques semaines d'usage!

Pour l'entreprise, l'avenir est très prometteur, car les voies d'expansion ne manquent pas et la concurrence est pratiquement nulle pour son procédé breveté qui, essentiellement, sépare par centrifugation l'or des fines ou du minerai broyé ou passé au crible. Jusqu'ici, la plus importante commande a été d'une valeur de 600 000 \$ et portait sur un système destiné à récupérer l'or du circuit des fines de l'une des plus grandes mines de diamant du monde, située en Afrique de l'Ouest. La plupart des commandes se situent cependant autour de 50 000 \$, ce qui démontre que le marché international n'est pas la chasse-gardée des grandes entreprises. Dans un secteur dont la réputation a souffert, Knelson International Sales Inc. a su démontrer son honnêteté; elle prévoit que son plus grand défi sera désormais la bonne gestion de son expansion.

LE SECTEUR DE LA TECHNOLOGIE DE POINTE ET DE L'ÉLECTRONIQUE

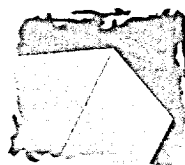
Dans ce domaine, le plus difficile est de savoir viser le bon marché. Si le client potentiel est un gouvernement, le pays en question doit démontrer qu'il est prêt à investir dans la spécialité du fournisseur et qu'il possède les ressources nécessaires. Les lauréats recommandent de consulter les ambassades et les organismes de développement international, car, pour les pays en voie de développement, les achats de grands systèmes sont souvent financés en grande partie par des organismes tels que l'ACDI et la Banque mondiale.

Une fois le marché choisi, l'autre grande difficulté, dans ce domaine, est d'ordre humain: il faudra trouver un représentant efficace. Dans le secteur de la technologie de pointe, la tâche ne sera pas facile, moins dans certains pays que dans d'autres, car les exigences en matière de connaissances techniques

sont très élevées. Le candidat choisi devra être en mesure de conserver des stocks de pièces de rechange, de faire les réparations et, parfois, de participer aux travaux de conception afin de bien adapter le produit au marché. Enfin, il doit bien connaître la clientèle et lui inspirer confiance.

L'engagement d'un personnel interne de vente présente également des difficultés. Ces employés doivent non seulement posséder les connaissances techniques requises, mais aussi démontrer suffisamment de souplesse et respecter les cultures étrangères, et savoir comment se réalise une vente à l'étranger. La société Eicon Technologie (voir profil) a, pour sa part, obtenu de francs succès sans s'être dotée d'un service de ventes internationales, en mettant à profit les activités de promotion des fabricants de produits complémentaires.

Créer un marché pour un nouveau produit de technologie de pointe demande beaucoup de patience, en raison du temps que l'on doit consacrer à le faire connaître. La société Imax Systems Corporation (voir profil page 33) s'est rendu compte que l'appui d'un organisme de prestige, tel le Smithsonian Institution de Washington, peut être utile à ce chapitre. L'opération exige que l'on se trouve des clients éventuels tout en vendant d'autres articles et en recherchant de nouveaux marchés; il est souvent démoralisant de voir combien de temps peut s'écouler entre la sélection du marché et la vente.



INTERA INFORMATION TECHNOLOGIES CORPORATION — LA MISE EN MARCHÉ DE LA TECHNOLOGIE

La société INTERA Information Technologies Corporation, lauréate d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1988, offre des produits et des services de collecte, de traitement et d'interprétation des données aux entreprises pétrolières, au secteur des ressources naturelles et aux gouvernements partout dans le monde. Elle a des clients dans environ 85 pays différents; son personnel est

Procurez-vous un exemplaire du plan quinquennal du pays et cherchez à savoir quelles sont les priorités et les projets de dépenses. Les plans quinquennaux vous apprendront si vos produits entrent dans le cadre d'un programme.

M. Bernie Clark
directeur des ventes
MacDonald Dettwiler and
Associates Ltd.

Pour réussir, faites en sorte de ne manquer ni d'argent, ni d'énergie. Il nous a fallu six ans et un demi-million de dollars avant de nous établir solidement à l'étranger.

M. Brian Bullock
président du conseil et
directeur général
INTERA Information
Technologies Corporation