

Vous devriez faire traduire votre matériel dans la langue du marché. Cependant, dans bien des régions du monde, l'anglais est la langue du commerce, même lorsqu'elle n'est pas la langue dominante. S'il faut traduire du matériel, faites appel aux services d'un traducteur professionnel et expérimenté en traduction de documents commerciaux. Nous recommandons également que vous demandiez à un natif du pays de revoir le matériel traduit.

Publicité directe : Une campagne de publicité directe bien ciblée peut donner d'excellents résultats. En faisant de la recherche sur votre clientèle et au fur et à mesure que vous prendrez de l'expérience dans votre marché cible, vous serez en mesure d'établir une base d'acheteurs potentiels et de clients à qui vous pourrez transmettre votre message. Pour amorcer votre campagne, vous pourriez transmettre les dernières nouvelles de votre entreprise telles que le lancement d'un nouveau produit ou service, ou encore, l'obtention d'un contrat.

Médias : La publicité sert à se faire connaître et à établir son profil et sa crédibilité. Un usage judicieux des médias peut s'avérer à la fois profitable et peu coûteux. Préparer une trousse pour les médias afin de présenter votre entreprise, vos nouveaux produits ou services, ou encore, vos activités qui méritent d'être signalées. Ajouter à la trousse des copies d'articles de journaux au sujet de votre entreprise.

Contacts personnels : Le contact personnel avec des clients potentiels est probablement le meilleur moyen de promouvoir son entreprise. Beaucoup de cultures valorisent le contact personnel en milieu d'affaires. De plus, une attention particulière portée aux nuances culturelles impressionne souvent les gens d'affaires à l'étranger.

Foires commerciales : Assister ou participer à des foires commerciales au niveau international est une excellente façon de promouvoir votre produit ou service. De plus, vous aurez l'occasion de vérifier ce que font vos compétiteurs et de mener une étude de marché. S'il est difficile pour votre entreprise de participer à une foire, vous pourriez vous joindre à d'autres entreprises canadiennes, à un groupe de délégations ou encore, à une exposition provinciale ou fédérale.

« Le succès international de notre entreprise relève directement de notre engagement à conclure des ententes de distribution sur des marchés clés. L'an dernier, nous avons fait une percée décisive en Europe où notre chiffre d'affaires a atteint plus de 11 millions de dollars. Une chaîne française de distribution au détail pour des articles de bricolage ainsi que des distributeurs belges, suisses, allemands et autrichiens ont vendu notre produit. Grâce à ces contrats, nous détenons maintenant 20 p. 100 du marché français. »

RÉCIPIENDAIRE D'UN
PRIX D'EXCELLENCE À
L'EXPORTATION CANADIENNE
1998, INDUSTRIE DU SPORT
ET DU LOISIR

4