

BERCLAIN AMERICA LATINA

Berclain America Latina est une filiale du Groupe Berclain Inc. implanté au Québec. Sa filiale mexicaine a maintenant un partenaire au Brésil qui sert de base à toutes les activités de service en Amérique latine.

Le produit le plus important de Berclain au Mexique est un logiciel appelé MOOPI qui sert à la synchronisation des activités de fabrication. D'après Berclain, il permet d'attribuer, avec précision toutes les ressources distinctes d'une usine — personnes, outillage, équipement et produits — pour optimiser la production en tout temps. Outre des logiciels sophistiqués, Berclain assure le soutien, la formation et le conseil de ses clients.

D'après un des dirigeants de Berclain, la rapidité de la restructuration industrielle du Mexique a pris un grand nombre d'entreprises par surprise. Au début, peu d'entre elles mesuraient l'importance des technologies de l'automatisation pour assurer leur survie dans le nouveau contexte libéralisé des affaires. «Au début, nous avions un peu le sentiment d'essayer de vendre des parachutes à une personne tombant du haut d'un gratte-ciel, mais qui n'aurait pas encore réalisé qu'elle en a un besoin urgent.»

Quand vous avez analysé vos forces et vos faiblesses du point de vue de vos objectifs, vous pouvez déterminer ce dont vous avez besoin pour atteindre ces objectifs. Une fois que vous avez déterminé ces besoins, vous pouvez évaluer les solutions pour répondre à ces besoins. Rappelez-vous que le partenariat n'est qu'une de ces options.

Faire cet exercice a pour avantage de préciser ce que vous cherchez dans une relation stratégique. Cela vous aide à définir les ressources et le type de société dont vous aurez besoin dans n'importe quelle alliance, si vous décidez que c'est ce qu'il vous faut. Vous aurez ainsi une meilleure idée des qualités que votre partenaire éventuel devrait avoir pour que l'entreprise réussisse.

VÉRIFICATION STRATÉGIQUE

Analyse de marché

1. Quelle est votre position actuelle sur le marché? Tenez compte du cycle de vie du produit, des parts de marché, du prix du produit, de la qualité, de la stratégie de commercialisation, des compétences en étude de marché, des brevets, des licences et des ententes. Quelles sont les tendances actuelles de l'industrie? Comment votre entreprise y colle-t-elle?
2. Que font vos concurrents directs et indirects en ce qui concerne les prix, la qualité et l'originalité?
3. Quels sont vos débouchés?
Qu'aimeriez-vous faire?
4. Quelle est l'efficacité de vos détaillants ou de vos distributeurs et de vos réseaux de service? Ont-ils besoin d'amélioration?
5. Quel est le niveau de souplesse de l'organisation actuelle de votre société?
Quelles modifications pourraient être apportées à la production, au personnel, à la formation et à l'équipement?
6. Quelles sont vos stratégies de promotion et de commercialisation et dans quelle mesure sont-elles efficaces?

Innovation

1. Quelle évaluation faites-vous de votre situation actuelle en recherche et en développement?
 - Succès récents?
 - S'agissait-il de réussites commerciales?
 - Quelles sont vos capacités internes en R-D?
 - Que font vos concurrents en recherche sur les produits, sur les processus et en imitation de technologie?
2. Votre personnel est-il créatif, compétent, fiable et productif?
3. De quels brevets disposez-vous et que couvrent-ils?
 - Combien coûtent-ils?
 - Quel est l'âge de votre technologie?