

Recherche de contacts clés – *Notre avantage sur la concurrence*

Il ne suffit pas de simplement définir les services — nous devons aussi être capables de les offrir! Le deuxième service défini sur la liste de services s'intitule Recherche de contacts clés. Qu'en est-il exactement de cette fonction? À quoi doivent s'attendre les clients? Quelle est la définition d'une bonne recherche de contacts clés?

Premièrement, la fonction Recherche de contacts clés a pour objet d'aider les clients à se procurer une liste de personnes de votre territoire qui peuvent fournir des renseignements commerciaux additionnels. Cette liste de contacts ayant bonne réputation sur le marché aidera nos clients à améliorer et à mettre en oeuvre leur stratégie d'accès au marché. Les entreprises canadiennes s'adressent à vous en raison de votre connaissance du marché et de votre réseau de contacts.

La fonction Recherche de contacts clés ne se caractérise pas par une longue liste d'entreprises puisée dans des annuaires, des bases de données ou les Pages jaunes. Il s'agit plutôt d'une liste à jour et précise de noms, de titres, d'organisations, d'adresses, de numéros de téléphone et de télécopieurs, et d'adresses de courrier électronique. Cette liste doit comprendre de brefs commentaires expliquant pourquoi chaque personne-ressource vous paraît utile.

En règle générale, les contacts clés doivent être des personnes que vous connaissez; c'est d'ailleurs pourquoi vous les proposez comme personnes pouvant fournir des renseignements spécialisés additionnels sur le marché. Si ce n'est pas le cas pour certains des noms que vous suggérez, vous devez clairement l'indiquer dans votre réponse. Si vous devez vous fier à des renseignements qui proviennent d'une tierce partie, telles des bases de données et des organisations locales, vous devez en indiquer la source et sa fiabilité.

Si vous n'êtes pas en mesure de fournir au client une

liste exhaustive de contacts sans procéder à une recherche approfondie, vous devez rapidement l'en aviser, et lui suggérer une autre source dans la mesure du possible. Même lorsque vous êtes incapable de fournir le nom de contacts clés, vous devez essayer de référer le client à d'autres sources de renseignements, dont des revues spécialisées, des listes de distribution et des adresses de sites Web.

Quand vous devez accéder à des bases de données locales spécialisées pour dresser la liste de contacts clés, et que des frais s'appliquent, demandez un dépôt à votre client avant d'engager quelque dépense que ce soit.

Ce que vous devez obtenir du client

Vous devez obtenir une réponse brève mais précise aux questions suivantes, obtenue directement de l'entreprise, de son site Web ou de WIN :

- Prévoyez-vous exporter, conclure un accord de licence, négocier une coentreprise ou investir sur ce marché?
- Quel est le profil type de l'acheteur, distributeur, agent ou partenaire que vous recherchez sur le marché-cible?
- Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients au Canada et à l'étranger, et quelle est votre méthode de vente?

Dans certains cas, comme pour les produits des maisons de commerce (par exemple, poisson, produits agroalimentaires, matières premières, minéraux, produits de papier), vous n'avez pas besoin de renseignements additionnels sur la stratégie du client. Les clients préfèrent recevoir immédiatement une liste d'acheteurs et de distributeurs (même si elle n'a pas été vérifiée) qu'ils peuvent pressentir directement. Servez-vous de la lettre type qui convient et consultez le cas connexe sur le site Web Horizons.

Voici le deuxième article d'une nouvelle série qui a pour but d'expliquer chacun des six services de base du SDC.

