

L'AECEC peut aider les exportateurs à vendre du matériel non militaire au gouvernement américain

Voici le quatrième d'une série d'articles conçus pour aider les entreprises canadiennes à exploiter les débouchés du marché public du gouvernement fédéral des États-Unis. Le premier article avait paru dans le vol. 8, n° 10 de CanadExport du 1^{er} juin 1990.

Les présentations commerciales peuvent compléter efficacement votre stratégie de commercialisation auprès du gouvernement américain. Vous pouvez envisager la possibilité d'organiser une séance d'information à l'ambassade du Canada à Washington ou à l'un de nos consulats ou bureaux de commerce de par les États-Unis. Des douzaines d'entreprises font preuve de leurs capacités de cette façon, avec d'excellents résultats. L'ambassade à Washington peut accueillir plus de 170 personnes dans son amphithéâtre. Si ça vous intéresse, voici les étapes à suivre:

1. Dressez une liste de vos clients éventuels (le bureau commercial peut vous aider). Connaissent-ils votre entreprise? Comment pouvez-vous leur faire connaître ce que vous avez à offrir et capter leur intérêt? Vous cherchez à attirer les représentants qui, selon vos renseignements, ont besoin de ce que vous offrez et qui sont curieux de la façon dont vous pouvez rendre leur travail plus facile.

Parlez de votre produit ou service au bureau commercial ainsi que des ministères et organismes qui constituent vos meilleures perspectives. Avez-vous déjà vendu quelque chose à l'un de ces ministères ou organismes? Certains d'entre eux s'intéressent-ils à ce que vous donniez leur nom à titre de référence? Certains d'entre eux pourraient-ils prononcer une courte allocution pendant votre présentation afin d'expliquer la façon dont votre produit ou votre service aide leur ministère ou organisme à accomplir sa mission? Pouvez-vous faire une démonstration de votre produit? Votre auditoire peut-il l'essayer sur place? Vous faudra-t-il louer du matériel audio-visuel ou informatique?

2. Êtes-vous un nouveau venu sur le marché gouvernemental américain? Il vous faut apprendre comment on y fait

l'acquisition de produits et de services comme les vôtres. Il vous faut découvrir les personnes qui achètent auprès de vos concurrents aujourd'hui... et connaître leurs raisons. Vous pourrez ainsi modifier votre façon de vous présenter comparativement aux autres fournisseurs du marché. De quelles façons votre produit ou votre service est-il différent? Pourquoi est-il meilleur?

3. Dès que vous aurez terminé votre recherche à fond, communiquez avec le bureau commercial de l'ambassade ou du consulat avec qui vous souhaitez travailler. Faites-lui connaître vos projets et la façon dont une présentation s'intègre dans votre plan de commercialisation auprès du gouvernement. Une présentation commerciale doit se fonder sur vos efforts afin d'établir votre firme sur le marché public américain.

4. Faites le contact initial vous-même par courrier direct, par télémarketing ou par des visites. Informez-vous des programmes et des missions du gouvernement que gèrent vos clients éventuels et de la façon dont vous pouvez leur venir en aide. Ces renseignements sont importants pour concevoir une présentation qui vise leurs besoins —pour vous permettre de réussir—et les vôtres —pour vous permettre de vendre.

5. Dressez une liste de vos principaux clients éventuels et préparez votre présentation à leur égard. Il vous faudra sans doute six semaines en plus de votre présentation générale. Ces événements sont organisés sur une base de coopération. Les invitations sont envoyées par le gouvernement du Canada, mais nous travaillons avec vous à élaborer des plans et à trouver votre auditoire.

6. Faites un suivi! Faites-nous connaître votre situation par la suite et les façons dont nous pouvons vous être utiles. La Direction de la promotion du commerce et du tourisme-États-Unis (UTO) commandite aussi la participation d'entreprises à des foires commerciales qui attirent des acheteurs du gouvernement américain. Voici quelques-unes de ces foires qui auront lieu à Washington :

- Communications Networks (Com-

Net) - janvier

- Federal Office Systems Exposition (FOSE) - mars

- Federal Computer Conference (FCC) - septembre

- Federal Computer Conference West (FCC West : Anaheim) - mai

Les missions commerciales gravitent habituellement autour de la publicité plutôt que de la vente directe. Des missions axées sur la General Services Administration (GSA) des États-Unis sont fréquemment offertes sur l'ameublement, la technologie de l'information, les articles de sport, le matériel de lutte contre les incendies et d'autres secteurs. Des organismes fédéraux comme le Department of Veterans' Affairs participe aussi à des missions d'acheteurs au Canada. Composez le (613) 998-9441 pour obtenir un calendrier des événements.

Vous pouvez aussi obtenir auprès d'UTO une trousse, un document intitulé *Votre introduction aux marchés fédéraux civils des États-Unis*, ainsi qu'une bande vidéo d'information.

Pour tout renseignement sur la vente de matériel non militaire au gouvernement américain, communiquer avec Dennis Doerner (613-993-6466) ou Doreen Conrad (613-998-9441), Direction de la promotion du commerce et du tourisme-États-Unis (UTO), d'AECEC.

La Chine ouvre un bureau commercial à Toronto

L'un des organismes commerciaux les plus importants de la Chine, la China National Technical Import Corporation (CNTIC), vient d'ouvrir un bureau à Toronto.

C'est le 1^{er} novembre 1990, que le président de la CNTIC, M. Xu Deen, a officiellement inauguré cet ajout le plus récent au réseau de bureaux d'approvisionnement de la CNTIC.

M. Deen a déclaré que les entreprises canadiennes pouvaient s'attendre à faire plus d'affaires avec la Chine qui amorcera, l'an prochain, son huitième plan économique quinquennal qui mettra l'accent sur le développement des

(Voir page 9 : Bureau.)