

6) ENVOYEZ AUX ENTREPRISES CIBLES, AU RYTHME DE 10 PAR SEMAINE, UN RAPPEL DE VOTRE INTÉRÊT, ET RENOUVELEZ VOTRE OFFRE DE COOPÉRATION UNE FOIS PAR TRIMESTRE L'ANNÉE SUIVANTE.

### B. Attirer des alliances américaines stratégiques

7) FAITES COULER DE L'ENCRE C'est assez facile. Retenez les services d'un rédacteur compétent (au coût d'environ 500 dollars) à qui vous confiez la tâche de rédiger un article de 500 mots portant sur un aspect particulier ou intéressant de votre entreprise ou de votre organisme. Cet article peut porter sur n'importe quel sujet; votre façon de travailler, votre lieu de travail, vos réalisations ou les moyens utilisés pour réaliser vos projets.

Pendant que le rédacteur travaille à l'article, rendez-vous à la bibliothèque et demandez le *Standard Rate and Data Index of Trade Publications*.

Demandez à un membre de votre personnel de téléphoner aux personnes suivantes afin de leur demander la marche à suivre pour faire publier votre article :

- les rédacteurs des revues commerciales de votre service, de votre profession ou de tout secteur connexe que vous desservez; et
- les rédacteurs de journaux et de magazines locaux (le cas échéant).

Si votre article est imprimé (et vous avez plus de huit chances sur 10 qu'il le soit), envoyez des originaux aux organismes que vous voulez attirer.

Faites cela tous les quatre mois.

### C. Achetez des petites annonces

Cette approche est simple et directe.

Choisissez une ville américaine dans laquelle vous aimeriez travailler et faites paraître une annonce dans la section affaires du quotidien de la ville en question.

Achetez une annonce tous les lundis pendant quatre semaines.

L'annonce pourrait se lire à peu près comme suit :

« Nous sommes une entreprise canadienne désireuse de conclure une alliance stratégique dans le domaine de (précisez votre domaine) sur le marché américain. Si vous avez comme projet d'étendre vos affaires au niveau international, nous pourrions peut-être vous aider. Personne à contacter : (donnez le nom d'une personne, avec son numéro de téléphone et son adresse) ».

### D. Abonnez-vous à un numéro 1-800

Aujourd'hui, les numéros 1-800 coûtent le dixième de ce qu'ils coûtaient il y a 10 ans et sont offerts par de nombreuses entreprises de communications américaines. Les tarifs applicables au Canada ont beaucoup diminué depuis un an, même s'ils demeurent très légèrement plus élevés qu'aux États-Unis.

Une fois que vous avez un numéro 1-800, faites imprimer des cartes-annonces et envoyez-les dans des enveloppes adressées et affranchies à la main à toutes les entreprises qui répondent à votre profil d'associé éventuel ». Mentionnez vos secteurs de spécialisation, vos marchés, vos intérêts particuliers, les avantages et les bénéfices associés à une éventuelle association.

### E. Organisez un séminaire de deux heures : « L'importance de l'Accord de libre-échange nord-américain pour (votre service ou profession) »

Un séminaire est l'outil le plus efficace pour mettre en valeur vos compétences et votre expérience.

Réservez les services d'un bon animateur (toute entreprise en compte au moins un dans ses rangs) et envoyez une simple carte d'invitation (disponible chez un imprimeur de faire-part de mariage) aux associés stratégiques éventuels dans une région donnée et demandez confirmation de la réservation (« veuillez nous appeler pour confirmer votre présence »).

Fixez la date du séminaire au moins trois mois à l'avance.

Vous pouvez vous procurer le synopsis de l'ALENA, *L'Accord de libre-échange nord-américain – Évaluation économique selon une perspective canadienne*, en vous adressant au ministère des Finances à Ottawa.

### F. Proposez de votre temps pour prouver le sérieux de votre engagement

Investissez 20 heures de consultation professionnelle en vue de la conclusion d'une alliance stratégique.

Le libellé de votre offre peut être très simple :

« Notre but est d'établir une alliance stratégique ou une association virtuelle avec une entreprise américaine. À cette fin, nous mettons 20 heures de notre temps à votre disposition.

N'hésitez pas à nous appeler quand nous pourrions vous être utiles. »

### G. Envoyez un abonnement cadeau à un magazine canadien (régional ou national) aux entreprises américaines qui correspondent à votre profil d'associé idéal

Un grand nombre d'entreprises américaines n'ont qu'une connaissance limitée du Canada et de son histoire, de la politique et du monde des affaires dans notre pays. Beaucoup d'Américains se trouvent peut-être gênés de ne pas en savoir davantage, mais en fait rien ne les incite à en savoir plus long sur la question.

En les abonnant à *Macleans*, à *Canadian Business* ou à tout autre magazine régional, vous donnerez à vos associés éventuels une meilleure perspective de la situation.

Il s'agit également d'un rappel de vos intentions qui se fera tous les mois.