



POURRIEZ-VOUS NOUS FAIRE PART DE PRATIQUES EXEMPLAIRES QUI FONCTIONNENT POUR VOUS?

Simon (Londres): Mon principal conseil à ce sujet est très simple : n'allumez pas votre ordinateur à votre arrivée au bureau; attendez une heure. Les gens en viennent à être commandés par leur ordinateur. La première heure de la journée est la plus productive : c'est alors que la vivacité d'esprit, la réceptivité et la créativité sont optimales. Donc, j'évite dans toute la mesure du possible d'allumer mon ordinateur durant cette période.

Thawee (Bangkok): Nous avons organisé différents programmes de formation en coopération avec des organismes du gouvernement thaïlandais et le secteur privé en ce qui concerne l'utilisation sûre et responsable de la fibre d'amiante en milieu de travail. Cette activité s'est révélée particulièrement bien adaptée à ce marché.

QUELS SONT LES ÉLÉMENTS CLÉS D'UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION RÉUSSIE POUR PÉNÉTRER VOTRE MARCHÉ? ET QU'ONT EN COMMUN LES ENTREPRISES QUI CONNAISSENT DU SUCCÈS SUR VOTRE MARCHÉ?

Simon (Londres): Au Royaume-Uni, pour réussir, il importe davantage d'attirer de l'investissement et de faire connaître ses actions que de vendre effectivement des produits et du matériel miniers sur le marché britannique. Ici, la promotion des investissements est une activité pointue qui nécessite des talents particuliers, des talents qu'il faut affiner si l'on veut voir sa stratégie de commercialisation réussir. Souvent, une compagnie trouve utile d'embaucher un organisateur professionnel pour arranger des rencontres avec des analystes britanniques influents au sein de la communauté des investisseurs. Pour être concurrentielles, bon nombre de compagnies ont conçu des présentations bien rodées de 20 minutes pour se mettre en valeur. Je pense que les compagnies canadiennes peuvent connaître beaucoup de succès sur ce plan.

Thawee (Bangkok): Le marché thaïlandais est très compliqué; il est donc impératif que les entreprises canadiennes comprennent la structure du monde des affaires dans ce pays. De plus, je les encourage toujours à visiter le marché régulièrement et, surtout, à établir une bonne relation avec un distributeur ou un agent thaïlandais. Les compagnies qui réussissent ici ont la plupart du temps un représentant à Bangkok ou dans une autre ville asiatique.

QUEL A ÉTÉ VOTRE PIRE CAUCHEMAR OU L'INCIDENT LE PLUS COCASSE QUI VOUS SOIT ARRIVÉ?

Simon (Londres): À un salon commercial, je remarque un stand occupé par la Polish Diamond Company. Cela a attiré mon attention parce que ma famille vient de Pologne. Je demande au représentant de quelle région de la Pologne il vient. Voyant qu'il ne réagit pas, j'ajoute en articulant lentement : « Il y a le mot Polish dans votre raison sociale, donc je suppose que vous venez de Pologne? » D'un air stupéfait et avec un accent tout à fait britannique, il me répond : « Non, mon vieux. Ce n'est pas Polish dans le sens de Polonais, c'est Polish dans le sens de polir. Je vends des produits pour polir les bijoux. » Puis il me demande ce que je fais dans la vie. Je lui réponds que je travaille à l'ambassade des États-Unis, avant de quitter précipitamment.

Thawee (Bangkok): C'est peut-être dû à quelque chose que je mange avant de me coucher, mais je me réveille souvent au beau milieu de la nuit certain de ne pas avoir pris les dispositions nécessaires pour un client qui vient me voir le lendemain. Puis invariablement, à mon arrivée au bureau, je constate que tout est dans l'ordre.