

## CRÉER UN RÉSEAU SANS ORDINATEUR

PAR Carl Light et  
Thomas  
Palamides

Depuis peu, Ottawa a mis à l'honneur une nouvelle tactique pour ses agents commerciaux affectés sur le terrain. La nouvelle stratégie accorde une priorité accrue aux « renseignements sur les marchés ». Une principale autorité en la matière est M. Leonard M. Fuld. Ce dernier a exposé ses théories et ses réflexions à ce sujet dans un ouvrage intitulé « The New Competitor Intelligence », qui constitue une source de précieux renseignements susceptibles d'intéresser tous les agents.

Ce qui ressort le plus clairement des écrits de Fuld est le fait que les renseignements sur les marchés sont une denrée dont la caractéristique intrinsèque est d'évoluer constamment. D'avoir une dynamique interne. En tant qu'individus, nous possédons aussi une dynamique, dont l'intensité varie toutefois en fonction des personnes. Dans tous les domaines, qu'il s'agisse de l'expression orale ou écrite ou des mathématiques, certaines personnes manifestent plus d'aisance que d'autres. Mais rien ni personne, y compris la technologie, ne peut remplacer la technique millénaire de l'entretien d'un réseau de contacts personnels. La connaissance des façons de nouer des relations professionnelles et de les entretenir constitue un atout inestimable.

Les façons traditionnelles de favoriser l'établissement de telles relations consistent à adhérer à des associations professionnelles ou à des regroupements de l'industrie, ainsi qu'à assister aux réceptions et à s'inscrire dans des clubs spécialisés. N'oubliez cependant pas les rencontres entre voisins, les activités sportives (comme le golf), les manifestations religieuses et les visites dans les centres commerciaux. Toute activité, quelle qu'elle soit, fournit l'occasion de rencontrer des personnes issues de divers milieux. Exploitez ces occasions à votre avantage.

Voici certains trucs qui pourront vous aider :

- NE VOUS PRÉSENTEZ JAMAIS EN RETARD À UNE ACTIVITÉ : en arrivant tôt, vous améliorez vos chances de rencontrer les personnes qui

vous intéressent, et peut-être même le conférencier invité.

- RENSEIGNEZ-VOUS AFIN DE SAVOIR QUI ASSISTERA À L'ACTIVITÉ PRÉVUE : vous serez ainsi mieux en mesure de vous préparer.
- NE CHERCHEZ JAMAIS À VOUS FAIRE VALOIR. Souvenez-vous que cela nuit à l'établissement de bonnes relations interpersonnelles, et que votre but consiste à recueillir de l'information.
- NE VOUS ASSEYEZ JAMAIS AVEC UN COLLEAGUE DE BUREAU : cela vous forcera à rencontrer d'autres personnes.

Que vous soyez attablé avec d'autres convives ou que vous flâniez près du bar, efforcez-vous de reléguer votre timidité aux oubliettes et n'oubliez pas de tendre la main aux personnes que vous rencontrez (après vous être assuré qu'il s'agit bien là de la pratique courante dans les milieux d'affaires du pays où vous vous trouvez). Exposez brièvement à vos interlocuteurs

*Mais rien ni personne, y compris la technologie, ne peut remplacer la technique millénaire de l'entretien d'un réseau de contacts personnels.*

la raison pour laquelle vous assistez à cette réception et, si l'occasion s'y prête, quels sont les intérêts du Canada à l'égard de l'industrie visée. Interrogez les personnes que vous rencontrez au sujet de leurs intérêts professionnels et personnels : les gens sont toujours heureux de parler d'eux-mêmes et de leurs réalisations. Enfin, une stratégie rentable consiste à demander une carte d'affaires, ce qui vous permettra de faire un suivi, surtout si vous partagez des intérêts communs.

Ce ne sont là que quelques-unes des façons d'aiguiser vos talents à l'art de créer et d'entretenir des réseaux de contacts. N'oubliez pas, toutefois, que la pratique demeure la meilleure façon de vous initier à cet art, qui peut vous aider à accroître votre efficacité et, éventuellement, à produire des résultats avantageux pour le Canada.

Carl Light et Thomas Palamides sont des agents commerciaux affectés au Consulat Général du Canada à Los Angeles.