

## SOUVENIRS

*Vous serez sans doute nombreux à reconnaître le titre et la présentation de cette publication. Il y a quelques années, quelques-uns de nos collègues ont lancé un bulletin non officiel du Service des délégués commerciaux, qui n'a malheureusement pas eu de suite.*

*En hommage à ceux qui ont fourni autant d'efforts dans cette première entreprise, nous avons décidé que la présente édition serait le n<sup>o</sup> 2.*

# DÉLÉGUÉE COMMERCIALE

le féminin s'entend du masculin et vice versa

## Le SDC dans les années quatre-vingt-dix

Une entrevue avec le délégué commercial en chef sur l'avenir du Service des délégués commerciaux (SDC). .....1

## Le Centenaire du SDC

En 1994 auront lieu diverses activités et manifestations pour célébrer le centenaire du Service. TOO nous dévoile ce programme et les objectifs poursuivis. ....3

## PROCHAINS NUMÉROS :

Nous prévoyons une section « lettre aux collègues » dans les prochains numéros. Vos commentaires, suggestions sur des sujets d'intérêt commun, communiqués dans un format approprié, seront imprimés selon les arrivages.

## Renseignements sur les marchés

Les activités IC/RM semblent être la nouvelle priorité qui a été fixée au SDC. De quoi s'agit-il exactement? .....4

Faites les parvenir à TOO par le moyen qui vous convient le mieux – E-Mail, Fax 613-996-8688, disquette WP, memo. Nous prévoyons une publication trimestrielle ou mieux.

## Le SDC dans les années quatre-vingt-dix

«Notre service de renseignements à jour sur les marchés est ce que nous avons de mieux à offrir au secteur privé»

PAR Thomas Oommen

«Le changement n'est pas un phénomène nouveau pour le Service des délégués commerciaux». Ainsi s'est exprimé le délégué commercial en chef, M. Brian Schumacher, au cours d'une entrevue pour ce numéro du bulletin du Service des délégués commerciaux (SDC). Lors de cette entrevue, Brian a discuté de l'orientation qu'il envisageait pour le Service dans les prochaines années et des répercussions que cela aurait sur chacun des agents commerciaux.

Selon Brian, la grande force du SDC réside dans les relations étroites qu'il entretient avec les milieux d'affaires canadiens. L'évolution du monde des affaires entraîne dans son sillage celle du Service des délégués commerciaux. En cette époque de changements continuels, caractérisée par la brièveté du cycle des produits et par la courte durée des débouchés qui se présentent sur les marchés cibles, le SDC doit être constamment à l'affût des occasions d'affaires recherchées par ses clients.

Brian a souligné l'importance de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés (IC/RM). L'information commerciale vise à aider les personnes menant des activités commerciales internationales à élaborer une stratégie. Les renseignements sur les marchés sont des informations de dernière minute sur des projets précis, qui permettront aux intéressés de mettre en oeuvre leur stratégie et de conclure des affaires. «Notre service de renseignements à jour sur les marchés est ce que nous avons de mieux à offrir au secteur privé», a dit Brian.

Il a notamment cité l'exemple de la recherche d'investissement et celui du

«marketing de créneaux», domaines où les renseignements sur les marchés peuvent jouer un rôle fondamental. En ce qui a trait à l'investissement, la concurrence est vive alors que des régions comme l'Europe de l'Est et la Chine ont lancé des programmes massifs de construction d'infrastructures. Et de plus en plus, les dollars-investissements viennent d'un certain nombre de pays asiatiques. Le Service des délégués commerciaux a un rôle de premier plan à jouer dans l'acheminement de ces précieux investissements vers le Canada et les entreprises canadiennes.

Le marketing de créneaux est un aspect important de la production post-fordienne. Il faut satisfaire les besoins spécifiques d'un client pour un produit ou un service précis. Les séries à produit unique seront de plus en plus de mise dans un monde où la concurrence est de plus en plus vive. Ce type de marché est tout particulièrement tributaire de renseignements précis et actuels, qu'il s'agisse de définir les besoins d'un consommateur donné ou de réagir aux observations de ce dernier.

Pour ces raisons, le délégué commercial en chef est persuadé que le gouvernement continuera de considérer le SDC comme un outil indispensable pour son programme de développement économique et ce, en dépit de la vague actuelle de restrictions. D'ici une dizaine d'années, il est certain que la Fonction publique sera une organisation réduite et simplifiée. Ce sera sans doute le cas aussi du Service des délégués commerciaux. Toutefois, le gouvernement a fait ressortir l'importance

Suite à la page 2