

une entrevue avec



Duane McMullen, Délégué commercial principal et Pierre Pettigrew, Ministre du Commerce international

Duane McMullen

Que signifie la Nouvelle approche pour vous et votre équipe ?

Nous aimons la Nouvelle approche, parce qu'elle établit des paramètres plus clairs et des objectifs limpides. Nous pouvons maintenant faire la distinction qui s'impose entre ceux qui sont nos clients véritables et ceux qui ne le sont pas.

La Nouvelle approche nous permet de mieux servir les clients canadiens qui sont prêts à se lancer sur notre marché. Elle encadre notre travail, elle est un mécanisme qui nous permet de mieux utiliser notre temps, d'aider les clients qui sont prêts et d'aider ceux qui ne sont pas prêts à décider des mesures à prendre. Elle a également recentré nos activités et mieux défini notre rôle auprès des clients.

Au lieu de nous engager dans des voies sans issue, nous pouvons désormais faire un tri. Nous sommes en mesure de dire au client : « Vous n'y êtes pas encore. Si vous voulez vous lancer sur le marché chinois, voici ce que vous devez faire ». Le client peut décider que la Chine ne l'intéresse pas autant qu'il le croyait. Dans ce cas, nous l'avons aidé à prendre une décision éclairée en ce qui concerne son choix de marché et, par la même occasion, nous évitons à nos agents de perdre leur temps. Cette approche directe oblige le client à se concentrer sur ce qu'il doit faire pour réussir. Le client peut alors décider de s'en tenir à sa stratégie initiale et se tourner vers d'autres marchés – l'Amérique latine, par exemple. Résultat : nos collègues là-bas auront un client plus engagé et plus sûr de ce qu'il veut.

Avez-vous une pratique exemplaire à partager ?

C'est une initiative que nous devons à un de mes collègues de Shanghai. Avant, nous faisons la promotion d'activités en envoyant aux gens une documentation sur papier glacé et en couleurs dans l'espoir de les attirer. Aujourd'hui, nous envoyons des messages électroniques à une clientèle ciblée. Nous créons une page distincte sur notre site Web chaque fois qu'il y a un événement spécial à signaler, et nous envoyons un message promotionnel uniquement aux clients qui pourraient être intéressés. Un lien dynamique vers cette page permet au client d'y accéder directement, et nous enregistrons le nombre de visites afin de mesurer exactement notre taux d'attraction (pour compter comme visiteur, le client doit télécharger une certaine proportion de données).

Avez-vous d'autres pratiques exemplaires à nous confier ?

L'Institut canadien du service extérieur (ICSE) possède d'excellentes installations et offre d'excellents cours de formation à Ottawa, mais nous avons découvert qu'en insistant un peu, on peut obtenir de l'Institut qu'il finance également des cours de formation au niveau local. On peut organiser des cours analogues à ceux de l'ICSE, notamment sur la gestion de projets, le leadership et les négociations. Nous avons aussi nous-mêmes créé des cours et organisé des séances d'information sur toute une série de questions, comme les services de base, en puisant à même le site Web Horizons.

Duane McMullen, délégué commercial principal à Shanghai, s'est récemment vu décerner le Prix du ministre du Commerce international pour le Service commercial pour 1999. Licencié en génie de l'Université Queen's, M. McMullen a été posté en Corée et a été affecté au personnel à Ottawa, avant d'être muté à Shanghai.