



EXPORTER : UN MONDE DE POSSIBILITÉS

[suite de la page 1]

« Parlez-nous des marchés que vous désirez conquérir. Nous pouvons discuter de l'étude de marché que vous avez déjà faite et vous aider à recenser des sources supplémentaires de renseignement, explique Victoria Hayes, déléguée commerciale à Vancouver.

Une fois que vous avez élaboré une stratégie commerciale pour vos marchés cibles, nous pouvons vous mettre en contact avec nos collègues dans les régions d'activité ciblées afin qu'ils vous donnent des conseils et du soutien adaptés au milieu. Nous pouvons également vous aider à recenser les contacts nécessaires pour faire avancer votre entreprise dans ces marchés. Ces contacts peuvent être des acheteurs étrangers, des partenaires ou d'autres acteurs qui pourraient avoir de l'intérêt pour votre bien ou service ».

Ciblez des marchés et des secteurs prometteurs

Grâce au soutien que le gouvernement du Canada apporte à vos efforts, vous avez une longueur d'avance sur celles qui se lancent seules. Le *Plan d'action sur les marchés mondiaux* concentre les efforts du Canada sur les marchés et les secteurs les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes.

Ce plan commercial ambitieux donne des résultats. Le Canada a rendu accessibles d'importants marchés grâce à des accords de libre-échange avec la Corée du Sud et l'Union européenne. Nous avons maintenant conclu onze accords et nous sommes engagés dans des négociations avec plus de 60 pays. Nos exportations vers le monde croissent. Pour la première fois, notre commerce bilatéral a dépassé 1 billion de dollars en 2014.

Adoptez des mesures pour assurer votre succès

Quant à M^{me} Nahmiache, elle a quelques derniers conseils à vous donner si vous planifiez votre propre expansion. « Communiquez avec les membres de votre réseau professionnel qui ont de l'expérience dans l'exportation. Votre approche doit prendre en compte votre entreprise existante. Travaillez avec FACI et participez à leurs événements et missions commerciales.

Vous apprendrez beaucoup tout comme je l'ai fait ».



Lindsay Nahmiache,
co-propriétaire
Jive Communications

Êtes-vous prête à aller conquérir le monde?

Découvrez-le en participant au jeu-questionnaire de FACI sur la capacité immédiate d'exporter. Vous découvrirez également des aspects de votre plan d'affaires ou d'exportation sur lesquels vous pourriez mettre l'accent avant de prendre la décision d'aller à l'international. Y participer ne vous prendra que cinq à dix minutes : deleguescommerciaux.gc.ca/facisondage-exportation.



CINQ ÉTAPES VERS VOTRE PROCHAIN MARCHÉ

Vous êtes prête à mettre le cap sur de nouveaux marchés : par où commencer? Rashma Agarwal, la déléguée commerciale principale à Los Angeles, et Wendy Weir, propriétaire de Libre, une société de filtres à thé en feuille, donnent leur avis :

1. Découvrez vos capacités

« Déterminez la différence que votre produit ou service apporte sur le marché que vous avez choisi. Découvrez vos capacités et ce qui vous distingue de vos concurrents. Ensuite, avancez à petits pas. Quel que soit le marché que vous choisissiez, prenez en considération la quantité de travail à réaliser : pouvez-vous l'assumer? La réglementation est-elle complexe? Envisagez de trouver un partenaire ou un distributeur local. Le SDC peut jouer un rôle important dans la réussite des entreprises ». - Rashma

2. Comprenez les besoins de vos clients

« Tout réside dans votre connaissance de la clientèle visée. C'est la clé de notre succès au Royaume-Uni. Nous savions que le thé en feuilles a été intégré au style de vie yoga, mais que le reste du pays utilise les sachets de thé. Nous avons participé à une exposition lors d'un grand salon professionnel de yoga et ce fut l'élément déclencheur du succès de nos affaires au Royaume-Uni ». - Wendy

3. Concentrez vos efforts

« Ne vous lancez pas trop vite dans un marché. Les États-Unis, par exemple, renferment un ensemble de marchés régionaux divers dont chacun est associé à des possibilités et à des défis. L'adoption d'une démarche sur mesure adaptée à chaque marché est requise pour y saisir des occasions d'affaires ». - Rashma

4. Soyez prête à livrer la marchandise

« Accordez une grande importance à votre marché même s'il est petit. Connaissez vos limites. Pouvez-vous évoluer jusqu'à être en mesure d'exécuter de grosses commandes? Ne tombez pas dans le piège de l'alléchante possibilité de vendre à une grande entreprise comme Disney si vous n'y êtes pas prête ». - Rashma

5. Demandez conseil à des experts

« Le SDC nous a donné des ressources sur les distributeurs et des informations sur le marché local. Puis, nous avons étudié nos options. Maintenant, nous stockons nos produits à Los Angeles, à Vancouver, au Royaume-Uni et en Australie afin de faciliter la livraison à nos clients ». - Wendy

AVANTAGES DE L'EXPORTATION

- » Augmentez vos ventes et profits
- » Réalisez des économies d'échelle
- » Réduisez la vulnérabilité de votre entreprise
- » Acquérez de nouvelles connaissances et de l'expérience
- » Augmentez votre compétitivité au Canada et à l'étranger