

5

Pour vos clients locaux:

Vous voudrez peut-être nous faire parvenir des documents à l'intention de vos clients locaux. Nous discuterons ensemble de la meilleure façon de présenter cette information.

Questions et réponses:

Q. Et si notre poste a déjà un site Web?

R. Vous voudrez alors profiter de la popularité d'InfoExport. Rappelez-vous que 35 000 clients se branchent sur InfoExport chaque mois et qu'ils y cliquent un demi-million de fois. De plus, les recherches effectuées dans ExportSource saisissent les documents d'InfoExport. Pouvez-vous en dire autant de votre propre site?

Commencez par jeter un coup d'oeil à votre pays dans la section du Service des délégués commerciaux d'InfoExport. Adaptez la section à vos besoins en suivant les cinq étapes ci-haut et faites-en la section Commerce et Investissement de votre site Web. Ainsi, les clients qui cliqueront sur "Commerce et Investissement" dans votre site Web seront redirigés vers votre section d'InfoExport. Vous n'aurez qu'un seul site à gérer tout en ayant un nombre accru de visiteurs.

Q. Quelle sera notre adresse sur le Web?

R. Votre adresse sur le Web sera celle d'InfoExport suivie du suffixe Internet de votre pays. Par exemple:

- www.infoexport.gc.ca/jp pour le Japon;
- www.infoexport.gc.ca/ru pour la Fédération russe;
- www.infoexport.gc.ca/pe pour le Pérou.

Q. Qui paiera pour la traduction des documents?

R. L'Unité d'appui aux postes paiera pour la traduction des documents suivants:

- présentation de votre territoire
- présentation de vos postes
- conseils à l'intention des clients
- liste de vos services additionnels
- liste de liens Internet
- liste d'hôtels locaux
- conseils aux voyageurs d'affaires
- listes vérifiées de contacts

L'Unité d'appui aux postes communiquera avec votre Direction géographique pour discuter de la traduction des documents qui ne font pas partie de cette liste.

Q. Qui mettra à jour l'information contenue sur notre site Web?

R. Le poste lui-même sera responsable de garder le site à jour. Pour faciliter ce processus, il est fortement recommandé de nommer un coordinateur. Sélectionnez cette personne parmi le personnel commercial et non pas parmi le personnel technique: il est plus important de connaître les fonctions commerciales du poste que de connaître l'informatique. Le coordinateur révisera le site sur une base mensuelle pour s'assurer de la validité des liens Internet et verra à ce que chaque document soit révisé sur une base annuelle.