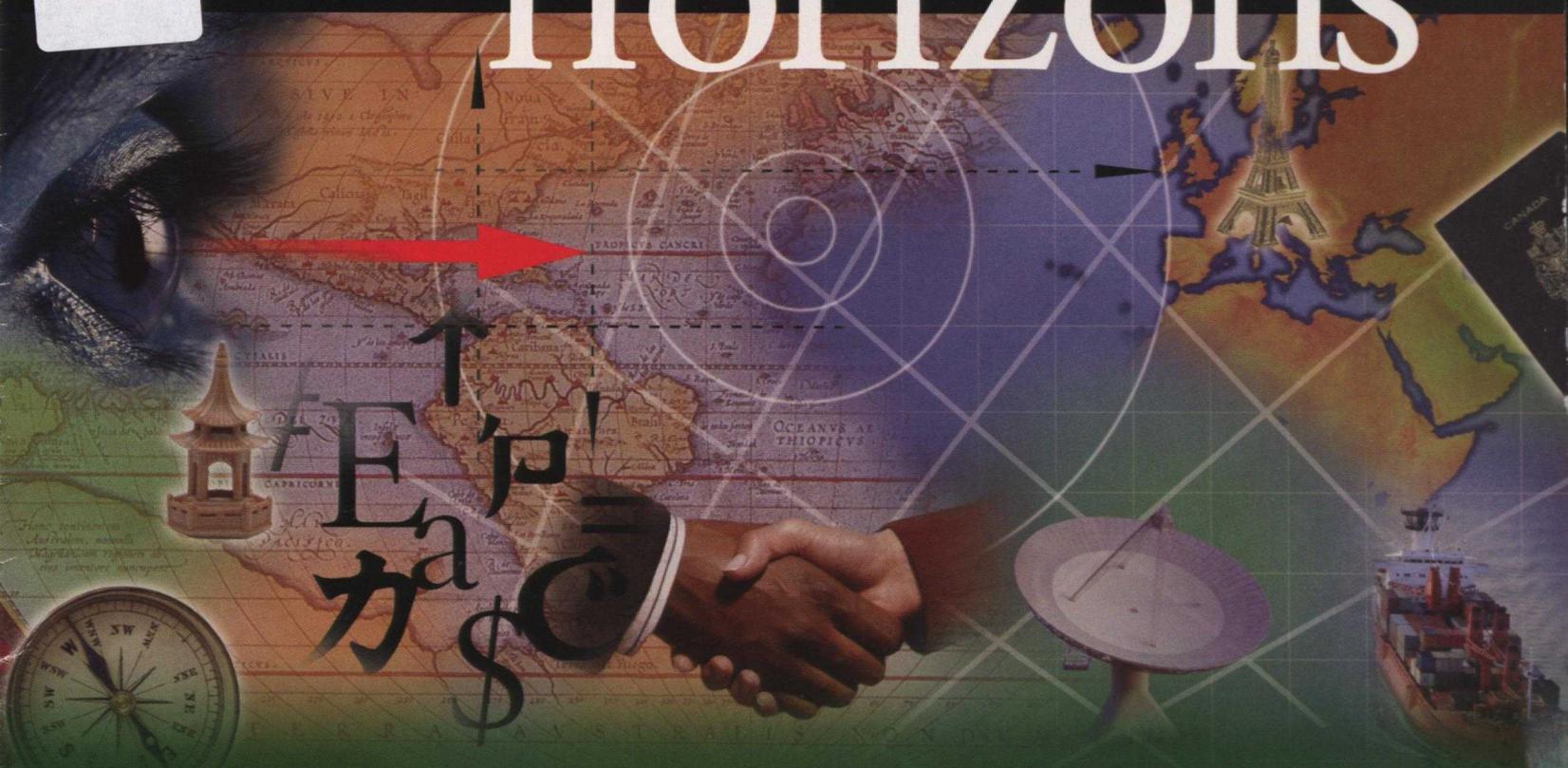


doc
CA1
EA163
98C17
FRE

Vers de nouveaux horizons



Équipe Canada inc - Team Canada Inc



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

*Une nouvelle façon
de vous aider à
faire des affaires
à l'étranger*



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

Un réseau mondial de professionnels...

En 1894, le premier délégué commercial du Canada, M. John Short Larke, s'embarquait pour l'Australie. Sa mission : promouvoir le commerce entre le Canada et l'Australie. À l'ère de la vapeur, il était le seul délégué commercial du Canada.

Un siècle plus tard... plus de 300 délégués commerciaux travaillent pour les gens d'affaires canadiens dans plus de 100 villes du monde. Ces délégués commerciaux canadiens font partie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et travaillent avec des agents commerciaux recrutés sur place qui connaissent les coutumes et les pratiques commerciales locales.



Leur travail est de promouvoir les intérêts économiques du Canada sur les marchés internationaux.

Leurs domaines d'expertise :

- ▶ accès aux marchés étrangers
- ▶ contacts d'affaires internationaux
- ▶ exportation
- ▶ création de coentreprises
- ▶ occasions d'affaires à l'étranger
- ▶ investissement au Canada
- ▶ accords de licence
- ▶ transfert de technologie

Ils fournissent des **services** axés sur le client



De nos jours, les délégués commerciaux possèdent les compétences nécessaires pour offrir aux entreprises l'information et l'aide dont elles ont besoin pour faire concurrence aux meilleures sociétés du monde.

Aperçu du potentiel de marché

Nous vous aiderons à évaluer votre potentiel sur votre marché-cible. Des études de marché sont disponibles pour certains secteurs. *Si vous désirez obtenir des renseignements supplémentaires sur le marché, nous pouvons vous diriger vers des entreprises locales.*

Recherche de contacts clés

Vous avez besoin d'une liste personnes-ressources clés pour votre marché-cible? Nous pouvons vous l'obtenir. Ces personnes ont les connaissances pertinentes dont vous avez besoin pour raffiner et mettre en oeuvre votre stratégie d'entrée sur le marché. *Nous vous informerons des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées.*

Renseignements pour les visites

Lorsque vous déciderez de visiter votre marché-cible, nous pourrons vous conseiller pour déterminer le moment approprié d'y effectuer votre voyage et comment l'organiser. *Veuillez consulter votre agent de voyage pour toute réservation ayant trait à l'hébergement et au transport.*

Rencontre personnelle

Un de nos agents vous rencontrera pour discuter des plus récents développements sur votre marché-cible et de vos besoins futurs. *Prévenez-nous simplement de votre visite au moins deux semaines avant votre départ.*

Information sur les entreprises locales

Nous vous fournirons de l'information sur les principales organisations ou entreprises locales que vous aurez identifiées. *Nous vous informerons des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées. Pour les rapports de crédit, vous serez habituellement dirigés vers des agences spécialisées.*

Dépannage

Nous pouvons vous conseiller ou vous aider à régler certaines questions urgentes de nature commerciale ou ayant trait à l'accès au marché. *Nos agents ne peuvent pas prendre part aux différends commerciaux, ni agir à titre de courtiers en douane, d'agents de vente, d'agents de recouvrement ou d'avocats.*

Vous avez besoin d'aide supplémentaire?

Certains de nos bureaux à l'étranger offrent des services additionnels. Pour obtenir des précisions sur les services offerts, communiquez avec le bureau responsable du marché qui vous intéresse. Les bureaux n'offrant pas les services que vous souhaitez vous dirigeront vers un fournisseur compétent, qui exigera généralement des frais pour ses services.

... qui aident les sociétés ayant étudié leurs marchés-cibles...

Le Service des délégués commerciaux du Canada travaille avec les sociétés qui peuvent démontrer leur détermination à réussir sur les marchés étrangers. Que votre entreprise soit petite ou grande, et que vous ayez ou non une expérience des marchés étrangers, vous devez vous préparer à relever les défis du commerce international. Les délégués commerciaux peuvent vous y aider.

Pour optimiser vos résultats dans vos rapports avec les délégués commerciaux, suivez ces trois étapes simples :

Première étape : Étudiez et choisissez vos marchés-cibles

Appelez Équipe Canada inc au 1 888 811-1119

ou consultez exportsource.gc.ca

Contactez Équipe Canada inc pour accéder à toute la gamme des services de développement du commerce international offerts par le gouvernement du Canada. Un agent répondra à vos questions concernant les études de marché, les missions et les événements commerciaux, la préparation à l'exportation et le financement, ou vous dirigera vers le bon contact.

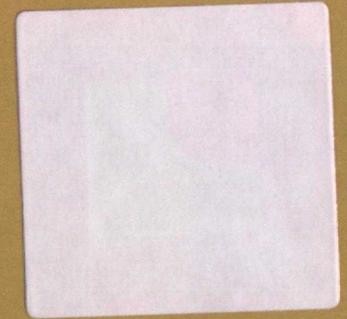
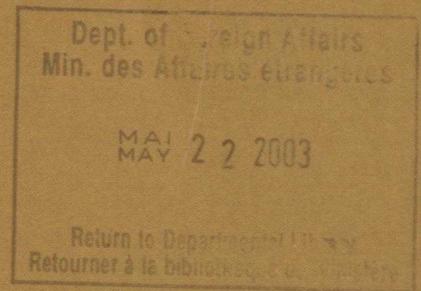
Deuxième étape : Inscrivez-vous à WIN Exports 1 800 551-4946

Les délégués commerciaux utilisent WIN Exports comme base de données sur leur clientèle. C'est votre chance de leur faire connaître votre société. En vous inscrivant à WIN, vous vous assurerez aussi que les délégués commerciaux peuvent vous communiquer des occasions d'affaires opportunes.

Troisième étape : Aidez-nous à mieux vous servir

Lorsque vous communiquez avec nos bureaux à l'étranger, décrivez votre entreprise et vos projets. Pour vous aider à vous préparer, voici des questions typiquement posées par les acheteurs et les contacts étrangers :

- ▶ En quoi votre entreprise et votre produit ou votre service sont-ils uniques ou particuliers?
- ▶ Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients au Canada et à l'étranger, et quelle est votre méthode de vente?
- ▶ Quels pays ou régions (p. ex. le nord-ouest des États-Unis) ciblez-vous et pourquoi? Que savez-vous déjà de ces marchés-cibles?
- ▶ Prévoyez-vous exporter, conclure un accord de licence, négocier une coentreprise ou investir sur ce marché?
- ▶ Quel est le profil type de l'acheteur, distributeur, agent ou partenaire que vous recherchez sur le marché-cible?
- ▶ Quand projetez-vous effectuer un voyage d'affaires dans le marché-cible? Prévoyez-vous adapter la documentation sur vos produits ou services en fonction de ce marché?



65119/24



Chaque jour, nombre de sociétés affrontent la concurrence sur les marchés internationaux et en ressortent gagnantes.

Voici leurs conseils pour réussir.

Concentrez-vous sur les marchés les plus prometteurs

Les sociétés qui réussissent se concentrent sur un seul marché étranger à la fois, ne s'attaquant à un deuxième marché qu'après avoir réussi sur le premier.

...RÉUSSIR à l'étranger

Profitez de l'expérience de sociétés qui ont réussi

Parlez aux représentants d'entreprises canadiennes ayant eu du succès sur votre marché-cible. Plusieurs acceptent de partager leur expérience des choses à faire et à ne pas faire. Contactez votre association industrielle pour trouver le nom de ces sociétés.

Planifiez les ressources financières dont vous aurez besoin

L'exploration de marchés étrangers peut prendre plus de temps et coûter plus cher que prévu. Soyez prêt à couvrir les frais élevés occasionnés par les études de marché, les lancements de produits et plusieurs visites personnelles.

Préparez-vous pour la demande

Assurez-vous d'être en mesure de satisfaire à la demande accrue générée par un contrat de vente à l'étranger. N'oubliez pas de prévoir comment vous adapterez vos produits ou services aux besoins et aux goûts du marché-cible.

Faites des visites personnelles

Les contacts interpersonnels sont la meilleure façon de bâtir des relations d'affaires sur les marchés étrangers. Les télécopies et les appels téléphoniques sont efficaces pour assurer le suivi, mais rien ne vaut les rencontres personnelles.

Étudiez le marché et sa culture

Les gens d'affaires et les clients dans la plupart des marchés étrangers apprécieront et récompenseront les efforts que vous ferez pour vous renseigner sur leur culture.

Ayez des attentes réalistes

Le développement de marchés étrangers est un engagement à long terme qui nécessite du temps, de l'effort et de l'argent. Il est donc indispensable d'obtenir l'appui des dirigeants de votre entreprise. Armez-vous de patience et faites de la persévérance la clé de votre succès.

