



LES FEMMES D'AFFAIRES PRENNENT LEUR ENVOL

Avez-vous envisagé de participer à une mission commerciale axée sur les femmes? Conçues avec votre succès au niveau mondial à l'esprit, ces missions réunissent des femmes dynamiques qui veulent que leurs entreprises prennent leur envol dans de nouveaux marchés.

L'équipe de FACI effectue deux missions en 2015. La mission commerciale de FACI à la conférence et foire commerciale de WBENC aura lieu du 21 au 26 juin à Austin, Texas. WBENC est la plus grande foire commerciale des États-Unis pour les entreprises appartenant à des femmes et l'un des meilleurs endroits pour rencontrer les acheteurs des sociétés Fortune 500 offrant également des programmes de diversification des fournisseurs. Ces programmes consacrent des millions de dollars pour s'approvisionner en produits et services auprès de groupes tels que les femmes propriétaires d'entreprises qui ne sont pas traditionnellement incluses dans la chaîne d'approvisionnement.

Faith Grant, résidente d'Edmonton et co-propriétaire de Rejuvenation Health Services, prévoit assister à sa troisième mission WBENC. « À chacune d'elles, nous avons appris à être plus précises sur la façon dont nous présentons notre proposition de valeur », explique M^{me} Grant. Cette année, je sais quels acheteurs je veux rencontrer et je conçois des présentations spécifiques à chacun d'eux ».

Le programme FACI effectuera également une mission au congrès de développement des affaires « Go for the Greens » à Orlando, en Floride, du 17 au 19 septembre. Cet événement unique en son genre offre un accès exclusif à des entreprises, à des organismes gouvernementaux, à des organismes à but non-lucratif et à des associations qui peuvent aider les femmes propriétaires d'entreprises à obtenir des contrats.

« Les missions commerciales de ce genre donnent aux femmes l'accès à des séances de formation et à des rencontres individuelles avec des acheteurs. Vous aurez également l'occasion de repérer des clients potentiels et des occasions de partenariat qui contribueront à la croissance de votre entreprise », explique Josie Mousseau, directrice adjointe du programme FACI.

Pour plus d'informations sur ces missions et d'autres, contactez l'équipe du programme FACI à faci@international.gc.ca.

TISSER DES LIENS GRÂCE AUX PARTENARIATS

Josée Dufour, femme d'affaires de Montréal, est prête à prendre de l'expansion. Son entreprise, Axiomatech, gère l'entretien de bâtiments commerciaux, industriels et institutionnels et les aide à suivre des lignes directrices rigoureuses et à détecter des enjeux avant qu'ils ne deviennent des problèmes.



Josée Dufour, présidente
Axiomatech

Grâce à des partenariats, M^{me} Dufour est en mesure de percer de nouveaux marchés et d'acquérir de nouveaux clients.

« Nous avons établi un partenariat avec une importante entreprise à propriété féminine bien établie aux États-Unis et en Europe, explique M^{me} Dufour. Ce partenariat nous procure un solide avantage et nous donne accès à de nouveaux marchés. »

Ruth Vachon, PDG du Réseau des Femmes d'affaires du Québec, souligne que ce genre de partenariat crée d'excellents débouchés et des relations à long terme.



Ruth Vachon, PDG
Réseau des Femmes
d'affaires du Québec

« Il arrive souvent que, compte tenu de la taille de leurs entreprises, les femmes ne soient pas en mesure de vendre leurs produits à de grandes entreprises qui veulent en acheter dans le cadre de programmes de diversification des fournisseurs. En travaillant ensemble, les femmes peuvent alors essayer d'obtenir des contrats de grande envergure. »

Êtes-vous prête à établir un partenariat?

Selon Alia Dedhar, déléguée commerciale établie à New York, lorsqu'une entreprise a de la difficulté à percer de nouveaux marchés ou de trouver de nouveaux clients, il est temps de penser au partenariat. Un partenaire local, ou une entreprise canadienne ou étrangère qui est présente dans votre marché cible, peut vous fournir des renseignements commerciaux utiles et vous permettre d'avoir accès à un réseau complet dans l'industrie : contacts, acheteurs, investisseurs, fournisseurs et distributeurs.

Envisagez-vous de vous engager dans un partenariat?

M^{me} Dedhar propose quelques recommandations à ce sujet :

1. Renseignez-vous au sujet de votre partenaire potentiel afin de confirmer s'il s'agira du bon partenaire. Ce dernier doit ajouter de la valeur et posséder une expérience dont vous pourrez tirer profit.
2. Établissez la proportion de contrôle que vous êtes prête à céder. Dans quelle mesure avez-vous besoin d'intervenir?
3. Soyez consciente de vos limites. Le partenariat affaiblira-t-il votre marque? Les choses changent lorsque d'autres personnes font partie de l'équation.
4. Travaillez avec le SDC. Les délégués commerciaux peuvent vous présenter à des partenaires potentiels et vous aider à déterminer quels avantages vous pourriez tirer de ces partenariats.



Partout où vous faites des affaires
**Le Service des délégués
commerciaux du Canada**

deleguescommerciaux.gc.ca



BUSINESS WOMEN TAKE FLIGHT

Have you considered participating in a women-focused trade mission? Designed with your global success in mind, these missions bring together dynamic women who want their businesses to take off in new markets.

The BWIT team is leading two missions in 2015. The WBENC mission will take place from June 21–26 in Austin, Texas. WBENC is the largest U.S. business fair for women-owned enterprises and one of the best places to meet buyers from Fortune 500 firms with supplier diversity programs. These programs earmark millions of dollars to source products and services from groups such as women-owned businesses, who are not traditionally included in the supply chain.

Edmonton's Faith Grant, a partner in Rejuvenation Health Services, is planning to attend her third WBENC mission. "With each one, we've learned to be more precise about how we present our value proposition," explains Grant. "This year, I know which buyers I want to meet and I'm designing specific pitches for each of them."

BWIT will also lead a mission to the Go for the Greens Conference in Orlando, Florida from September 17–19. This unique event offers exclusive access to companies, government agencies, non-profits and associations that can help women-owned businesses secure contracts.

"Trade missions such as these give women access to educational sessions and one-on-one meetings with buyers. You'll also identify sales leads and partnership opportunities that will help your business grow," says Josie Mousseau, Deputy Director, Canadian Business Women in International Trade.

For more information about these missions and others, contact the BWIT team at bwit@international.gc.ca.

BUILDING BRIDGES WITH PARTNERSHIPS

Montreal entrepreneur Josée Dufour is ready to grow. Her business, Axiomatech, manages maintenance of commercial, industrial and institutional buildings, helping them meet strict guidelines and identify potential issues before they become problems.



Josée Dufour, President
Axiomatech

Partnerships are enabling Dufour to expand into new markets and land more clients.

"We've partnered with a large women-owned firm with an excellent presence in the U.S. and Europe," explains Dufour. "It makes us a strong force, and it's opening up new markets for us."

Ruth Vachon, CEO of the Réseau des Femmes d'affaires du Québec, says partnerships like these create solid opportunities and lasting relationships.



Ruth Vachon, CEO
Réseau des Femmes
d'affaires du Québec

"Often, the size of their business doesn't permit women to sell to large firms who want to buy from them through supplier diversity programs. When women work together, they can go for much larger contracts."

Are you ready to partner?

New York City based Trade Commissioner Alia Dedhar says that if you're having trouble accessing new markets or signing new clients, it's time for a partner. A local partner – or a Canadian or foreign company doing business in your target market – can offer valuable market intelligence and access to a full network of industry contacts, buyers, investors, suppliers and distributors.

Thinking about partnering?

Dedhar offers these recommendations:

1. Research your partner to confirm they will be a good fit. They should add value and have experience you can leverage.
2. Figure out how much control you're willing to give up. How involved do you need to be?
3. Know your limits. Will the partnership erode your brand? Things change when other people get involved.
4. Work with the TCS. Trade commissioners can introduce you to potential partners and help you figure out how the partnership can work to your advantage.



Everywhere you do business
**The Canadian Trade
Commissioner Service**

tradecommissioner.gc.ca