

# Championnes

Des idées et des ressources pour les femmes chefs d'entreprise

[www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/)

Printemps/Été 2004 Numéro 1 Volume 7

## Le forum Les femmes et le commerce international : Tout un éventail de possibilités

« Les contacts que nous avons établis au cours de ce forum vont se répercuter pendant des années à venir. » C'est ce qu'a prédit **Astrid Pregel**, ex-consule générale du Canada à Atlanta et pionnière de diverses initiatives du commerce au féminin, lors de son allocution au forum *Les femmes et le commerce international et la Mission commerciale*, tenu à Vancouver, en Colombie-Britannique, ce printemps.

Plus de 200 femmes entrepreneures, représentantes du gouvernement et des milieux financiers des États-Unis, du Royaume-Uni, de l'Australie, du Moyen-Orient et du Canada ont participé à ce forum de trois jours présenté par RBC Banque Royale<sup>™</sup> en collaboration avec Global Banking Alliance for Women. Cet événement a permis aux femmes d'affaires de réseauter,

### « Un congrès fabuleux qui offrait une vaste perspective. »

Judy Bradt, directrice, Summit Insight

et plus de 40 conférencières dynamiques ont pris la parole, notamment la récipiendaire du prix remis à l'entrepreneure canadienne de l'année, **Rebecca MacDonald**, et **D<sup>e</sup> Raja Dhafer**, l'une des trois femmes faisant partie du Conseil de direction iraquien.

La mission avait pour objectif de faciliter l'établissement de liens entre les femmes entrepreneures se destinant à l'exportation dans tous les secteurs d'activités et de les aider à faire croître leur entreprise à l'échelle internationale. « Mon objectif principal était d'établir des contacts à long terme », mentionne **Linda Wilson**, première associée, Precision Management Catalysts.

La participation de femmes provenant d'Iraq et de la Jordanie – financée par la Banque mondiale – a mis en valeur les défis uniques

auxquels font face les entrepreneures dans ces pays, où les femmes sont bien souvent marginalisées. De plus, le forum a également ouvert la voie à des associations éventuelles entre des femmes de tous les coins du monde.

« Les femmes des pays en voie de développement veulent tisser des liens stratégiques », indique l'une des conférencières, **Sally**

**Armstrong**, envoyée spéciale de *Châtelaine*, qui a conseillé vivement aux déléguées de trouver des façons novatrices d'établir des partenariats.

De plus en plus de pays reconnaissent la nécessité de tirer profit des activités d'entrepreneuriat des femmes : il est donc important que les préoccupations de ces dernières se reflètent dans les politiques commerciales. L'ambassadeur canadien à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et à l'ONU, **Sergio Marchi**, a demandé aux déléguées de jouer un rôle de leader au nom des femmes propriétaires d'entreprise en participant à la ronde de négociations Doha qui a lieu actuellement.

Pour plus de détails sur le forum *Les femmes et le commerce international*, consultez le site

[www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/fr\\_missed\\_the\\_event.html](http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/fr_missed_the_event.html)



L'entrepreneure canadienne Linda Wilson [à gauche] avec D<sup>e</sup> Raja Dhafer d'Iraq.

## Commentaire

Photo : Henk et Yanka Van der Kolk



Avec notre rapport sur le forum **Les femmes et le commerce international**, qui apparaît sur cette page, nous estimons qu'il serait des plus appropriés d'axer le contenu du présent numéro de *Championnes* sur les entreprises en croissance. Nous continuons à soutenir les femmes entrepreneures, tant pour les entreprises à l'étape de démarrage que pour les sociétés bien établies. Consultez notre site Web à [www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes](http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes), où vous trouverez de nombreuses ressources pour vous aider.

Nous croyons qu'encourager la croissance d'entreprises dirigées par des femmes en donnant à celles-ci accès à de nouveaux marchés est dans notre intérêt à tous. C'est pourquoi nous avons été honorés d'accueillir le forum *Les femmes et le commerce international* à Vancouver, une ville côtière symbolisant le commerce international. Et nous avons été très heureux d'être témoins des contacts établis par les femmes entrepreneures, qui ont pu bâtir des relations d'affaires pour l'avenir. L'engagement de mes partenaires de Global Banking Alliance ainsi que le soutien et les conseils des femmes de tous les coins du monde ont non seulement rendu possible le forum *Les femmes et le commerce international*, mais lui ont

donné un caractère bien spécial.

Les conférencières invitées nous ont rappelées, les unes après les autres, que nous nous trouvons dans une période d'occasions exceptionnelles pour les femmes entrepreneures. J'espère que l'information offerte dans les présentes pages vous aidera à saisir les occasions qui vous permettront d'assurer la croissance de votre entreprise.

A handwritten signature in cursive script that reads "Betty Wood".

**Betty Wood**

Première directrice, Marchés des femmes  
RBC Groupe Financier

## TABLE DES MATIÈRES

Résultats du Groupe de travail	2
Ressources pour la croissance	3
Profil de championnes	4
Rencontrez nos clientes	6

Financement de l'expansion	8
Tactiques de marketing	10
Les femmes font la manchette	11
Ressources gratuites	12

Sarmite Bulte, présidente du Groupe de travail du Premier ministre, était la conférencière invitée de l'événement Step Ahead Women's Mentoring Group animé par RBC Banque Royale en décembre 2003. [de gauche à droite] Sarmite Bulte, Lynne Bain de RBC Banque Royale, Wendy Banting de Step Ahead, et Candice Rice de Commerce International Canada.



## LE GROUPE DE TRAVAIL FAIT RAPPORT SUR LA PREMIÈRE ÉTAPE DU PROCESSUS ENTREPRIS POUR FAIRE AVANCER LA CAUSE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Le rapport du **Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures** comprenait plus de cent recommandations au gouvernement. Parmi les principales recommandations figuraient celles-ci :

1. Améliorer l'accès à l'aide financière, à l'approvisionnement gouvernemental et aux occasions d'exportation
2. Établir des centres pour femmes entrepreneures en Ontario et au Québec similaires à ceux dans l'Ouest et l'Est du Canada
3. Accorder des prestations de maternité aux femmes qui travaillent à leur compte
4. Passer en revue d'autres programmes sociaux, en étudiant la possibilité d'accorder plus de prestations d'assurance-emploi (AE) et d'autres prestations aux femmes qui travaillent à leur compte
5. Soutenir des recherches à plus grande échelle sur les femmes entrepreneures et l'entreprenariat de celles-ci

RBC Banque Royale® est la seule banque à avoir présenté des recommandations au Groupe de travail afin de trouver des manières d'accroître l'accès des femmes aux marchés, aux réseaux et au financement. Pour plus de détails, consultez le site [www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/fr\\_top\\_news\\_archive.html#pmtaskforce](http://www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/fr_top_news_archive.html#pmtaskforce).

Vous trouverez le rapport complet du Groupe de travail ainsi que la présentation et les recommandations de RBC Banque Royale en ligne à [www.liberal.parl.gc.ca/entrepreneur/about.asp?lang=fr](http://www.liberal.parl.gc.ca/entrepreneur/about.asp?lang=fr).

Si nous pouvons tirer une conclusion du **Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures** – qui a présenté son rapport et ses recommandations finales (voir l'encadré) l'automne dernier –, c'est bien que le processus est aussi important que le résultat. Plus de 400 femmes propriétaires d'entreprises dans tout le Canada – dont plusieurs avaient fait des présentations durant les consultations réalisées dans les différents coins du pays – se sont rassemblées à Ottawa le 29 octobre dernier pour un événement spécial sur la Colline parlementaire animé par l'ancien Premier ministre Jean Chrétien.

Le Groupe de travail, créé à la demande du Premier ministre en novembre 2002, a entendu plus de 1 000 femmes durant la série de consultations nationales l'année dernière. Les Canadiennes sont propriétaires de plus de 821 000 entreprises<sup>1</sup>. Chaque année, elles contribuent pour plus de 18 milliards de dollars à notre économie.<sup>2</sup> Ces chiffres ont augmenté de plus de 200 pour cent au cours des 20 dernières années. Et ensemble, les femmes entrepreneures forment le secteur de notre économie qui connaît la croissance la plus rapide.

« Il ne fait aucun doute que la mise en œuvre de ces recommandations aura un effet marqué sur la vie des femmes, sur les personnes qu'elles emploient et sur leur collectivité », a dit **Catharine Devlin**, présidente et chef de la direction, Devlin e-Business Architects Inc. ([www.devlin.ca](http://www.devlin.ca)), qui comptait parmi les nombreuses femmes chefs d'entreprise qui se sont rendues à Ottawa pour assister au dévoilement du rapport.

« Nous faisons partie d'un long processus qui aura un impact sur la vie de nos filles et de nos petites-filles », a ajouté **Linda Gervais**, qui travaillait à l'époque pour le service des Relations avec le gouvernement fédéral de Bell Canada, l'un des commanditaires de l'événement.

Le message des membres du Groupe de travail, présidé par la députée **Sarmite Bulte**, n'a fait que renforcer cette affirmation.

« C'est le début d'une longue et fructueuse relation entre les parties présentes et le

gouvernement », a dit **Karen Redman**, députée de Kitchener-Centre.

« C'est une autre étape dans la promotion de la cause des femmes entrepreneures », a ajouté l'**Honorable Catherine Callbeck**, sénatrice (Île-du-Prince-Édouard) et vice-présidente du Groupe de travail. « Nous aurons besoin de la volonté politique de tous pour mettre les recommandations de l'avant. »

« C'est vraiment un événement historique ; dans 20 ans, les gens en parleront en ces termes. »  
**Virginia Littlejohn, PDG, Project Tsunami**

Sarmite Bulte a demandé à tous les participants d'encourager leur député et d'autres représentants du gouvernement à mettre en pratique les recommandations du rapport. « Les femmes peuvent faire une différence ; les femmes feront une différence », a-t-elle souligné.

« Nous devons maintenir le leadership qui a vu le jour avec le Groupe de travail et trouver une façon de poursuivre sur cette lancée », a dit **Sharon Henhoeffter**, présidente de Intoinfo Consulting Group ([www.intoinfo.com](http://www.intoinfo.com)).

<sup>1</sup> Statistiques Canada, 2002

<sup>2</sup> Présentation par Statistiques Canada au Groupe de travail, le 6 mai 2003

RBC Banque Royale a animé une soirée pour les femmes entrepreneures en janvier 2004 afin de souligner les réalisations du Groupe de travail. Apparaissent sur la photo l'animateur de RBC, Charlie Coffey [centre], avec les membres du Groupe de travail [de gauche à droite], la sénatrice Catherine Callbeck, Sarmite Bulte et Karen Redman.



# Des ressources pratiques pour vous aider

Voici quelques-unes des nombreuses ressources qui vous aideront à mettre votre entreprise sur pied et à prendre de l'expansion. N'oubliez pas de consulter le site [www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/) pour plus d'information sur le financement de la croissance de votre entreprise et les autres associations, publications et services uniques offerts aux femmes propriétaires d'entreprise dans tout le Canada.

## WOMEN PRESIDENTS' ORGANIZATION

**qu'est-ce que c'est :** Un organisme sans but lucratif réunissant des présidentes d'horizons différents et dont les entreprises ont généré des ventes annuelles brutes d'au moins 2 millions \$ (ou 1 million \$ pour les entreprises de services).

**ce que vous obtenez :** Les sections locales (maximum de 20 femmes) sont animées par une professionnelle qui organise les réunions du groupe de pairs. Ces rencontres sont axées sur les enjeux d'affaires importants et les nouvelles tendances commerciales. Au Canada, il y a une section locale à Montréal, à Toronto, et bientôt à Vancouver et à Calgary.

**renseignements :** Tél. : (416) 762-1990 ou consultez le site [www.womenpresidentsorg.com](http://www.womenpresidentsorg.com)

## ORGANIZATION OF WOMEN IN INTERNATIONAL TRADE : OWIT-TORONTO ET OWIT-ALBERTA

**qu'est-ce que c'est :** Un organisme international sans but lucratif, avec deux sections locales au Canada, qui a pour but d'aider les femmes à faire des affaires à l'échelle mondiale.

**ce que vous obtenez :** Des occasions de réseautage au cours des réunions des sections locales et d'une conférence internationale annuelle ; accès à des contacts d'affaires à l'échelle internationale ; renseignements et formation au cours de réunions, d'ateliers et de séminaires portant sur des thèmes bien précis.

**renseignements :** Toronto: Gail Morris au (416) 253-1500, par courriel à

[gail.morris@sympatico.ca](mailto:gail.morris@sympatico.ca) ou consultez le site [www.wito.ca](http://www.wito.ca)

Alberta: Leann Hackman-Carty au (403) 214-0224, par courriel à [leann@concreteglobal.com](mailto:leann@concreteglobal.com) ou consultez le site [www.owit.org/albertapages.html](http://www.owit.org/albertapages.html)

## INITIATIVE SUR LES FEMMES D'AFFAIRES DE L'AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE

**qu'est-ce que c'est :** Une initiative du gouvernement conçue pour améliorer la croissance et la compétitivité des entreprises dirigées par des femmes dans les secteurs de croissance émergents du Canada Atlantique.

**ce que vous obtenez :** Soutien individuel pour vous aider à déterminer les renseignements et les services dont vous avez besoin pour votre entreprise et à faire des contacts avec les personnes et les organismes de votre région qui offrent ce programme.

**renseignements :** APECA, sans frais au 1 800 561-7862 ou consultez [www.acoa-apeca.gc.ca/f/business/entrepreneurship/wbi/wbi.shtml](http://www.acoa-apeca.gc.ca/f/business/entrepreneurship/wbi/wbi.shtml)

## INITIATIVE POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES DE LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST DU CANADA

**qu'est-ce que c'est :** Renseignements et services d'affaires adaptés aux besoins des femmes des provinces de l'Ouest et offerts par des groupes sans but lucratif – la Women's Enterprise Society of B.C., l'Alberta Women's Enterprise Initiative Association, la Women Entrepreneurs of Saskatchewan Inc.

et la Women's Enterprise Centre of Manitoba. Les bureaux de l'IFE sont situés à Kelowna, à Calgary, à Saskatoon et à Winnipeg, avec des bureaux satellites à Vancouver, Edmonton and Regina.

**ce que vous obtenez :** Accès à un fonds de prêt et à des services-conseils, de l'aide relative aux plans d'entreprise et d'exportation, et des recommandations à d'autres services.

**renseignements :** Numéro sans frais (accessible dans l'Ouest canadien seulement) 1 888 338-WEST (9378) [www.wd.gc.ca/pos/wei/xindex\\_f.asp](http://www.wd.gc.ca/pos/wei/xindex_f.asp)

## CENTRES POUR FEMMES ENTREPRENEURES

**qu'est-ce que c'est :** À la suite des recommandations du Groupe de travail des femmes entrepreneures, le gouvernement fédéral ouvrira des centres d'affaires en Ontario et au Québec cette année pour aider les femmes entrepreneures à démarrer leur entreprise et à prendre de l'expansion.

**ce que vous obtenez :** Services de mentorat et de réseautage, soutien, information sur les sources de financement et autres services adaptés aux besoins des femmes d'affaires.

**renseignements :** Québec : Sylvain Savage, Développement économique Canada, Tél. : (514) 496-5473 ; courriel : [sylvain.savage@dec-ced.gc.ca](mailto:sylvain.savage@dec-ced.gc.ca)  
Ontario : Candice Rice, Commerce international Canada, Tél. : (416) 973-5157 ; courriel : [rice.candice@ic.gc.ca](mailto:rice.candice@ic.gc.ca)

Groupe de pairs

Canada Atlantique

Réseautage

Ouest du Canada

Centre du Canada



POUR VOUS AIDER À PRENDRE DE L'EXPANSION

Le guide de la gestion de l'entreprise en expansion

Voir la page 12 pour obtenir de l'information



## Championnes de RBC Banque Royale

« Vendre du chocolat ou  
vendre des voitures,  
c'est de la vente »



### Anne Morisset

profil | cliente

L'an dernier, lorsque Toyota Canada a choisi le principal concessionnaire de voitures à dominer le marché au Canada, bien des gens ont été surpris d'apprendre, dans ce domaine à prédominance masculine par tradition, que la palme revenait à un concessionnaire dirigé par une femme, **Anne Morisset**, présidente de Boulevard Lexus Toyota à Québec. Les ventes de nouvelles voitures à son entreprise avaient grimpé de plus de 30 % par rapport à l'année précédente, passant de 2 200 à 3 100. Elle a fait l'envie de la concurrence... et comment donc ! Mais ceux qui connaissent bien Anne savaient qu'elle ne faisait que récolter ce qu'elle avait semé au fil des ans.

Diplômée en administration des affaires, à sa sortie de l'université, Anne a obtenu son premier emploi auprès de Cadbury. Lorsque son père, un concessionnaire de voitures prospère, lui a demandé en 1985 si elle pouvait lui recommander une femme intéressée à vendre des voitures, elle s'est empressée de répondre : « Oui, moi-même! Vendre du chocolat ou vendre des voitures, c'est de la vente... ».

N'étant pas convaincu qu'Anne pourrait composer avec les longues journées de travail qu'exige le métier, Louis Morisset a préféré décliner son offre. Loin de se laisser décourager, elle a posé sa candidature auprès d'un concurrent pour un poste dans la vente. En apprenant cela, son père stupéfait a décidé de lui accorder une entrevue d'emploi officielle avec son directeur des ventes. Anne a été embauchée sur-le-champ et, trois mois plus tard, elle était nommée « vendeuse du mois » (terme encore inconnu à l'époque dans l'industrie) pour ensuite devenir la meilleure vendeuse du Québec en 1987.

Elle n'a pas tardé à être promue directrice des ventes, étant toujours la seule femme de l'équipe de vente qui comptait douze personnes. Elle a lancé le modèle Lexus à Québec.

Cependant, après deux ans seulement, elle a quitté l'entreprise pour aller s'installer à Montréal. « J'étais épuisée et j'avais besoin de changer d'air. Mon père ne m'épargnait guère, car il ne voulait aucunement donner une impression de favoritisme envers sa fille. »

Trois ans plus tard, son père la relance et l'invite à prendre les rênes de la direction. Elle avait les affaires bien en main, s'attaquant à divers problèmes qui lui ont permis de mobiliser les différentes forces de l'équipe tout en accordant un poids égal aux points de vue des hommes et des femmes. Anne a ensuite mis l'accent sur les besoins des clientes, cherchant à les mettre à leur aise dans un monde de l'automobile à prédominance masculine. Stratégie gagnante... elle avait vu juste!

En 2000, Anne est nommée présidente de Boulevard Lexus Toyota et, lorsque son père lui confie la direction de l'entreprise de manière officielle en 2002, les opérations avec RBC Banque Royale, avec qui il faisait affaire depuis plus d'un demi-siècle, n'exigeaient rien de plus que les signatures appropriées. Ses plans dans l'immédiat consistent entre autres à faire construire une nouvelle salle d'exposition. « Cependant, à long terme, mon objectif est d'accroître le pourcentage de femmes parmi nos clients », confie-t-elle.

Anne combat le stress associé à la direction d'une entreprise de 125 employés et conserve un équilibre en écoutant de la musique et en faisant des promenades matinales.

Prudente et tenace lorsqu'il est question de définir ses objectifs, Anne offre les conseils suivants aux autres femmes : « N'ayez pas peur de foncer et, même si vous n'avez pas réponse à tout, ne vous laissez pas désarmer pour autant. Croyez au succès du travail d'équipe, demandez conseil et allez de l'avant. »

**Anne Morisset** « *Les véritables propriétaires de notre entreprise, ce sont nos clients. Sans eux, nous ne serions pas là.* »

Présidente, Groupe Morisset Inc.

Lieu : Québec (Québec)

(418) 683-6565

amorisset@boulevardlexustoyota.com

www.boulevardlexustoyota.com



RBC Banque Royale compte sur un réseau national dynamique qui regroupe 100 championnes du marché des femmes d'affaires qui ont à cœur de servir les femmes chefs d'entreprise de leur collectivité. Ces directrices de comptes fournissent de l'information utile, des occasions de réseautage, des recommandations et des conseils financiers et bancaires afin d'aider les clients à faire croître leur entreprise. Pour trouver la championne de votre région, consultez [www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/fr\\_meet\\_champion.html#championleaders](http://www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/fr_meet_champion.html#championleaders)

## Johanne Grenier

**Johanne Grenier** est au service de RBC Banque Royale depuis 1980. Vingt-quatre ans se sont écoulés et elle se plaît toujours à relever les défis et à profiter des bienfaits de son poste actuel dans le domaine des services bancaires aux entreprises. Championne de RBC, Johanne participe de façon très active aux dossiers touchant les femmes tant à l'intérieur de la banque qu'à l'extérieur. En 1998, elle a joué un rôle clé dans la mise sur pied du Comité Entrepreneurship au féminin, qui rassemble des employées de RBC provenant de divers secteurs bancaires. Sa contribution particulière consiste à établir des contacts et à mettre des gens en rapport entre eux. « Nous avons pour objectif de bâtir et d'entretenir un réseau de femmes d'affaires et de professionnelles. » La participation de la banque au Gala Femmes de mérite de Québec ces cinq dernières années, à titre de parrain officiel pour 2003 et 2004, est l'une des réussites du comité.

« Je crois que ces échanges et ces regroupements par le biais d'événements ou d'activités

se doivent d'être agréables. Cela permet de tisser des liens personnels ou professionnels et de combler un besoin de partager nos désirs, nos rêves, nos défis, nos appréhensions, nos inquiétudes. »

L'action sociale de Johanne dans la collectivité passe par son Comité Femmes d'Initiatives, qui existe sous les auspices de la Chambre de commerce de Québec. L'objectif est d'accroître la visibilité et la représentation des femmes dans les activités de la Chambre. Elle trouve intéressant et enrichissant de nouer de nouveaux contacts. « J'aime bien le climat d'amitié qu'engendrent le travail et les relations sociales avec les femmes. »

En ce qui concerne sa cliente, **Anne Morisset**, de Boulevard Lexus Toyota, Johanne admire sa ténacité et ne tarit pas d'éloges à son endroit. « C'est une femme passionnée et dévouée à sa cause, à la tête d'un type d'entreprise rarement dirigée par des femmes. Son père, homme d'affaires, reconnaît l'enthousiasme, la

persévérance et la performance d'Anne. » Fidèle à sa propre philosophie, Johanne maintient un contact étroit avec l'entreprise d'Anne, comme elle le fait d'ailleurs avec toutes ses clientes, toujours en personne - en la rencontrant ou tout bonnement en l'invitant à un repas - mais jamais par courriel.

Cependant, Anne a un côté tout à fait unique. « C'est la seule de mes clientes à m'inviter à la présentation annuelle du budget de la compagnie. Je suis l'unique personne de l'extérieur de son entreprise. Cela me permet d'échanger avec ses proches collaborateurs de connaître l'orientation de l'entreprise, d'en saisir les besoins financiers, de poser des questions et de proposer diverses façons pour la banque de se rendre utile. »

« Je crois que ces échanges et ces regroupements par le biais d'événements ou d'activités se doivent d'être agréables. »

### Johanne Grenier

Directrice de comptes, Services aux entreprises  
(418) 698-6848 [johanne.grenier@rbc.com](mailto:johanne.grenier@rbc.com)

Lieu : Québec (Québec)  
[www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroyale.com/pme/femmes/)

## Planifiez votre stratégie de sortie d'un marché dès maintenant

Lorsque vous exploitez votre propre entreprise, il n'est jamais trop tôt pour évaluer vos options de retraite. Que vous planifiez de vendre votre entreprise, de la transférer ou de la liquider, la planification à l'avance peut vous aider à prendre des décisions plus réfléchies à long terme, à augmenter les fonds dont vous bénéficierez à la retraite, à faciliter la transition et à accroître vos options. Il faut savoir quels pièges éviter et quelles questions aborder ; il est donc préférable de planifier sa retraite le plus tôt possible. *Le Guide du départ à la retraite à l'intention du propriétaire d'entreprise*, publié par RBC Banque Royale, peut vous aider à planifier votre avenir ainsi que celui de votre entreprise.

Examinez les résultats d'un sondage national réalisé récemment sur les entreprises canadiennes par la firme comptable Grant Thornton LLP, qui a démontré que 67 % des propriétaires sondés n'avaient pas

de stratégie de retraite. Cependant, la majorité d'entre eux considéraient la retraite et la planification de la relève comme faisant partie intégrante de l'avenir de leur entreprise.

La planification de la relève est encore plus importante pour les entreprises familiales. Actuellement, 70 % des entreprises familiales canadiennes ne passent pas à la deuxième génération. Le Guide du départ à la retraite renferme une quantité de conseils et de mesures indiquant comment transférer votre entreprise à la prochaine génération.

Allez chercher votre exemplaire gratuit à votre succursale RBC Banque Royale locale ou consultez le site

[www.rbcbanqueroyale.com/leguide/](http://www.rbcbanqueroyale.com/leguide/)



# RBC Banque Royale rend hommage aux femmes entrepreneures au Canada



[de gauche à droite] Marie-Claude Bergevin, Debi DeBelsler et Rachel Arsenau-Ferguson

Une entreprise qui utilise des procédés de traitement extrêmement variés, qui fournit au secteur alimentaire tous les produits à base de canneberge possibles et imaginables.

Marie-Claude Bergevin, présidente, La Maison Bergevin Inc.

## Une seule passion : les canneberges

Marie-Claude Bergevin est la première femme architecte paysagiste de Sainte-Foy. En 1972, elle y lance, avec une collègue diplômée dans ce domaine, un cabinet-conseil en aménagement paysager, le premier dans la région à être géré par des femmes. Plus tard, elle démarre le service de l'environnement au sein de l'une des plus importantes sociétés de génie-conseil au Québec.

Boureau de travail, Marie-Claude est incapable de se tourner les pouces après avoir quitté son poste. Elle incite sa fille, diplômée en nutrition, et son gendre, qui a des connaissances en agriculture, à se lancer dans la culture de canneberges, leur terre fertile regorgeant de canneberges sauvages.

## La Maison Bergevin est née

Ses années dans les affaires lui ont permis d'aiguiser ses aptitudes de marketing. Après deux ans passés à contribuer à la naissance de la ferme de canneberges, Marie-Claude y ajoute un volet de transformation. En 1999, La Maison Bergevin voit le jour. « Je voulais laisser quelque chose aux générations futures, à mes petits-enfants. Il est vrai qu'il faut attendre trois ans avant de faire sa première récolte de canneberges, mais après, les arbustes continuent à produire des baies pendant plusieurs siècles. C'est une entreprise à long terme. »

## Trouver son créneau

Marie-Claude a compris l'originalité de ce produit de niche. Cela lui a permis d'ouvrir la voie à sa commercialisation. Son chiffre d'affaires annuel a atteint 1,5 millions \$ en 2003. La maison exporte 65 % de sa production en Europe, au Japon et aux États-Unis. Étant donné d'une part, les vertus thérapeutiques des canneberges, que Marie-Claude met en valeur et, d'autre part, l'engouement pour les remèdes naturels qui gagne le marché, la conjoncture favorise la croissance de l'entreprise.

Marie-Claude préfère un contact personnel avec ses

conseillers financiers, qu'elle rencontre à la banque. « Je ne me vois pas changer de banque un jour. Depuis les huit dernières années, RBC est notre partenaire financier indispensable. Elle nous a fourni une marge de crédit et des prêts à long terme grâce auxquels nous avons pu concrétiser nos projets. Chaque fois que nous avons envisagé une expansion, la Banque nous a tendu la main et a comblé nos besoins. »

**La Maison Bergevin Inc., Québec (Québec), tél : (418) 624-9797, courriel : [mcbergevin@maisonbergevin.com](mailto:mcbergevin@maisonbergevin.com), site Web : [www.maisonbergevin.com](http://www.maisonbergevin.com)**

### CONSEIL DE CROISSANCE

« Ne craignez pas de vous entourer de personnes plus compétentes que vous. Insufflez un esprit d'équipe et encouragez tout le monde à se surpasser. »

Debi DeBelsler, présidente, NWP Inc.

## Tout a commencé par la pratique

« Je n'ai pas été élevée afin de prendre en charge l'entreprise familiale », se rappelle Debi DeBelsler, présidente de NWP Inc., « mais je me souviens que lorsque j'étais jeune, j'aimais bien me servir des outils de forage ; l'intérêt était bien présent. » Debi a commencé à travailler pour l'entreprise de son père en 1979. Elle a obtenu de plus en plus de responsabilités, a incité son père à prendre de l'expansion en créant plusieurs succursales, puis est devenue présidente en 1992.

Chef de file dans le secteur des champs de pétrole, NWP Inc. offre des services pétroliers et gaziers en Alberta, en Saskatchewan et en Colombie-Britannique par l'entremise de ses quatre sociétés d'exploitation. L'entreprise offre toute une gamme de services, allant de

la fabrication de matériel de production pour les champs pétrolières aux conduites et au matériel de transport. Sous le leadership de Debi, NWP est passée de 60 à 130 employés et de deux emplacements à six ; de plus, ses revenus dépassent maintenant 20 millions \$.

### CONSEIL DE CROISSANCE

« Ne faites pas comme certains entrepreneurs qui sont tellement absorbés dans leur entreprise qu'ils ne savent pas d'où provient la rentabilité. Soyez prêt à prendre des décisions difficiles lorsque vous devez vous libérer des secteurs non rentables. »

## Exploiter les cycles du secteur d'activités

« Étant donné que notre secteur d'activités est très cyclique, et que les revenus peuvent augmenter et diminuer rapidement en fonction de la demande de pétrole, nous avons opté pour une stratégie de diversification afin de pour-

suivre notre croissance et axons nos efforts sur l'amélioration de la rentabilité plutôt que de nous concentrer uniquement sur les revenus. Actuellement, dans le cadre de notre stratégie de croissance, nous fournissons du soutien à l'égard du financement et des systèmes de gestion et d'administration à des sociétés de

démarrage intéressantes ou cherchons à acquérir une participation dans des petites sociétés d'exploitation individuelles – même hors du secteur pétrolier et gazier. »

NWP s'est associée à RBC Banque Royale il y a 12 ans. « La banque nous soutient depuis ce temps. »

**NWP Inc., Blackfalds, Alberta, téléphone : (403) 885-4656, courriel : [debdeb@nwp.ca](mailto:debdeb@nwp.ca), Web : [www.nwp.ca](http://www.nwp.ca)**

Nous vous invitons à faire la connaissance de certaines de nos clientes dynamiques et prospères dans tous les coins du pays qui font faire des pas de géant à leur entreprise.

Rachel Arseneau-Ferguson, présidente, Centre Transmed Center Inc.

## Capter un créneau inexploité

Alors qu'elle enseignait la transcription médicale bilingue dans un collège communautaire de sa localité, Rachel Arseneau-Ferguson a décidé de démarrer son entreprise après avoir découvert qu'il n'y avait pas d'autres entreprises au Canada – ou en Amérique du Nord – qui fournissait des transcriptions médicales en français et en anglais. Transmed offre des services de transcription et de traduction médicales aux grands hôpitaux, aux cliniques privées et aux bureaux de médecins dans le Centre et l'Est du Canada. Le logiciel vocal numérique utilisé par l'entreprise peut se connecter à n'importe quel hôpital et télécharger des fichiers vocaux ainsi que des rapports médicaux.

### Une étape de croissance à la fois

Rachel préfère adopter une approche progressive en ce qui a trait à la croissance ; elle accepte de nouveaux clients seulement lorsqu'elle est assurée de pouvoir combler leurs besoins. « Je n'ai jamais voulu prendre de l'expansion trop rapidement. J'ai déjà refusé un contrat de 3,5 millions \$ parce que je savais que nous ne pourrions nous en occuper correctement à ce moment-là. » Transmed a débuté avec un plan d'affaires, une étude de marché et quatre employés ; la société compte maintenant 14 employés à son service. « Il faut bâtir sa confiance et sa réputation. Nous avons travaillé fort pour promouvoir la qualité, l'accessibilité et l'efficacité de nos services. Il faut aussi se rappeler qu'on ne peut réussir seul. »

### Le soutien dont elle avait besoin

Un prêt sans intérêt de l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), une subvention du ministère du Développement économique du Nouveau-Brunswick et de l'aide de la commission industrielle régionale ont permis à l'entreprise de décoller. « L'APECA m'a soutenue à bien des égards – non seulement avec des prêts et la souplesse de changer le barème des versements lorsque les temps étaient plus difficiles, mais on m'a aussi donné des conseils. C'est vraiment un avantage dans notre domaine. »

Rachel a pu acheter du nouveau matériel en 2003 grâce au soutien de l'APECA, de la province du Nouveau-Brunswick et d'un prêt à terme de RBC Banque Royale.

« RBC Banque Royale m'a appuyée dès le départ. La troisième année a été la plus dure ; soit nous passions à travers ou nous y laissons notre peau. Le directeur nous a aidés à sortir de cette période difficile. Il nous a fait confiance et nous a accordé une marge de crédit supplémentaire ... et nous avons passé à travers ! »

Centre Transmed Center Inc., Campbellton, Nouveau-Brunswick, téléphone : (506) 753-4418, courriel : transmed@nbnet.nb.ca

« C'est bien d'être le meilleur dans son secteur d'activités, mais cela représente également tout un défi. »

#### CONSEIL DE CROISSANCE

« Soyez persévérant. Je n'ai jamais cru qu'il fallait entre trois et cinq ans pour démarrer une entreprise et la faire fonctionner adéquatement. Je me suis donc fixée des objectifs sur des périodes de six mois. Ne regardez pas la forêt au complet, mais un arbre à la fois. »

## Hommage



Leah George Wilson, directrice de Treaty, Lands & Resources et ancienne chef du Conseil de bande de la nation Tsleil-Waututh (ldgeorge@twnation.ca), a retrouvé ses racines dans l'étude de l'anthropologie et a utilisé les connaissances acquises pour amener la stabilité économique et susciter un sentiment d'appartenance chez son peuple. Après avoir obtenu son diplôme de l'université Simon Fraser en 1991, Leah a été engagée par le Conseil Tsleil-Waututh en 1992 afin d'occuper un poste administratif, où elle a commencé à réaliser à quel point ses études pourraient contribuer au progrès de sa communauté. Après avoir travaillé pendant dix ans au sein d'une équipe homogène, Leah a été fortement encouragée à se faire élire comme chef du Conseil de bande. Elle a gagné les élections et a dirigé le Conseil de bande pendant deux ans, de 2001 à 2003.

Beaucoup de choses se passent dans cette communauté de Vancouver Nord, et l'équipe de Leah a mis la main à la pâte dès le premier jour. L'une des plus belles réalisations de l'équipe constitue le projet de développement domiciliaire Ravenwoods ([www.ravenwoods.com](http://www.ravenwoods.com)), mené par l'ancien chef Leonard George au début des années 1990, et qui a marqué le début de leur aventure dans le développement économique. Ce projet a donné lieu à l'inclusion de logements unifamiliaux dans la communauté. « Nous voulons rapatrier le plus de gens de notre nation possible », dit Leah. « Les membres de notre communauté vivent dans des logements loués et sont éparpillés dans la région de Vancouver ; ils n'ont pas été en mesure, pour plusieurs raisons – notamment la difficulté d'obtenir des prêts hypothécaires – de bâtir une maison sur notre terre. La question du logement dans les réserves des Premières nations a posé de nombreux défis ; nous sommes fiers d'avoir fait de l'accession à la propriété un rêve qui peut devenir réalité. »

Il était donc naturel pour RBC Banque Royale – à titre de banquier administratif de longue date du Conseil de bande – de prendre en charge l'entente hypothécaire du groupe négociée avec le Conseil. « Gail Murray », notre représentante RBC, était le meilleur agent de liaison que nous pouvions espérer avoir. Elle comprend nos objectifs, tant dans le cadre de notre relation financière qu'à l'extérieur de ce cadre, et nous donne son soutien de nombreuses façons. Elle est toujours là pour nous. »

La nation Tsleil-Waututh ([www.bcfm.org/profile/tsleilwaututh.htm](http://www.bcfm.org/profile/tsleilwaututh.htm)) est propriétaire d'un terrain de golf et d'exercice qui emploie certains membres de la communauté, de même que de Takaya Tours ([www.takayatours.com](http://www.takayatours.com)), une entreprise d'écotourisme.

*Gail Murray, leader des Services bancaires aux autochtones de RBC en Colombie-Britannique, offre différents niveaux de soutien au développement des communautés autochtones. La banque a créé des produits, des services, des initiatives et des programmes spécialisés pour combler les besoins variés des communautés et pour mieux gérer la complexité de la Loi sur les Indiens. Pour plus d'information, consultez le site [www.rbcbanqueroyale.com/autochtones](http://www.rbcbanqueroyale.com/autochtones).*

## avoir accès à du financement bancaire pour aider votre entreprise à prendre de l'expansion

Accéder au financement approprié représente une composante essentielle de l'expansion de votre entreprise. Étant donné que les entrepreneurs trouvent souvent ce processus éprouvant, **Barry Baker**, directeur national, Clients d'affaires auprès de RBC Banque Royale, a élaboré quelques suggestions sur la manière de se préparer avant d'approcher la banque pour obtenir du financement :

- 1. Assurez-vous de communiquer clairement votre vision, vos objectifs, vos stratégies et vos attentes ainsi que la solidité de votre équipe de gestion, vous y compris.
- 2. Ayez un plan d'affaires à jour ainsi que les états financiers courants, notamment le bilan, l'état des résultats, l'analyse des mouvements de trésorerie et vos prévisions d'états financiers pour les trois prochaines années au moins. Les prévisions de la première année devraient être faites tous les mois pour que vous puissiez comprendre les fluctuations de votre trésorerie. Cette information sera utilisée pour établir votre cote de risque financier, qui représente une combinaison de nombreux facteurs, notamment le secteur d'activités, la gestion et la santé financière. La santé financière est fonction de la liquidité, du levier financier et de la rentabilité. Voici trois ratios importants (mais non exclusifs) : ratio de liquidité générale, ratio dette/valeur corporelle nette et surplus du service de la dette. Vous pouvez compenser des ratios plus faibles en offrant des sûretés en garantie, qui proviennent habituellement d'actifs non détenus par l'entreprise.
- 3. Compilez un bilan personnel et soyez prêt à fournir une garantie personnelle partielle pour soutenir vos marges de crédit. Cette condition peut être exigée ou non, tout dépendant de la solidité financière de votre entreprise et de la vitesse à laquelle vous voulez que celle-ci prenne de l'expansion.
- 4. Déterminez le type de financement bancaire qui convient le mieux à vos besoins. Recherchez-vous un prêt d'exploitation (une marge de crédit) ou un prêt à terme afin d'acheter du matériel par exemple ? Si vous avez des besoins plus précis comme la construction d'une nouvelle usine ou le financement de créances étrangères, ou si vous avez simplement besoin de conseils sur ce que devez faire après avoir obtenu un gros contrat, RBC dispose de spécialistes dans un bon nombre de domaines, notamment le crédit-bail, l'immobilier commercial, le crédit commercial et le financement d'actifs qui peuvent vous aider. Vous pouvez accéder à ces spécialistes par l'intermédiaire de votre directeur de comptes.
- 5. Recherchez l'avis de conseillers professionnels, y compris votre avocat, votre comptable et votre banquier. Ils pourront vous donner des conseils et vous guider, ce qui est tout aussi important que l'obtention du capital. Votre banquier peut vous conseiller sur des éléments comme la structuration d'un prêt et la gestion des liquidités.

N'oubliez pas que la banque ne représente qu'une source du capital de croissance. Le financement bancaire classique n'est peut-être pas approprié dans toutes les situations. Demandez à votre directeur de comptes de vous présenter d'autres options.

### ➔ NOUS DEMANDONS AUX MANUFACTURIERS DE NOUS CONTACTER !

**RBC a récemment lancé une nouvelle initiative mettant l'accent sur les besoins uniques des clients propriétaires de moyennes entreprises manufacturières à croissance élevée.** Nous avons affecté des directeurs de comptes – possédant des compétences dans le domaine manufacturier – en Ontario et au Québec qui sont responsables d'établir des partenariats avec les manufacturiers et de leur fournir des conseils et de l'expertise sur les tendances de leur secteur d'activités et la gestion de la croissance. Ils oeuvrent également auprès des réseaux externes qui soutiennent les manufacturiers, comme les Manufacturiers et Exportateurs du Canada.

**En travaillant avec ces directeurs de comptes spécialistes, les clients d'entreprises manufacturières en croissance peuvent avoir accès aux ressources suivantes :**

- Des données spécifiques au secteur d'activités, mises à jour tous les trimestres.
- Un logiciel convivial (disponible sous peu) afin de faire le suivi des objectifs financiers et de déterminer - en temps réel - l'incidence de différentes variables sur la rentabilité, comme la ventilation chronologique des créances, des stocks et des marges.
- Des occasions de réseautage par l'intermédiaire de séminaires concernant le secteur d'activités.

Le programme est offert tout d'abord en Ontario et au Québec, où se trouvent 84 % des manufacturiers canadiens ; cependant, la Banque prévoit étendre ce programme à l'échelle nationale. *Pour consulter un spécialiste du secteur manufacturier dans votre région, consultez le site [www.rbcbanqueroyale.com/production](http://www.rbcbanqueroyale.com/production).*

# Éviter les pièges de l'expansion

Peu importe la taille de votre entreprise, l'expansion se définit habituellement en termes de croissance des ventes. La plupart des entrepreneurs aiment prendre des risques ; ils sont guidés par leur vision et assimilent le succès à la croissance des ventes. Cependant, s'ils se concentrent uniquement sur les ventes et les revenus, ils s'apercevront que les apparences peuvent être trompeuses. **Naznine Virjee**, premier directeur, Groupe des prêts spéciaux auprès de RBC Banque Royale, offre les conseils suivants aux entrepreneurs afin qu'ils évitent les pièges de l'expansion :

## Gérez vos liquidités

Avant de décider d'engager des fonds importants, tenez compte des variables clés qui peuvent toucher les liquidités futures, comme les taux d'intérêt, les fluctuations des devises, le coût des matières premières, les coûts nécessaires pour réaliser les projets et le caractère saisonnier et cyclique (étant donné que les phases de croissance ne sont pas linéaires).

## Sachez quels sont les éléments qui ont une incidence sur vos liquidités.

L'entreprise prend-elle de l'expansion au moyen d'une structure de coûts adéquate ? Pouvez-vous obtenir plus de liquidités à partir de l'exploitation ?

## Soyez attentif aux signes annonçant des difficultés dans votre secteur d'activités.

Évaluez la signification de ces indices pour votre entreprise, et transmettez rapidement l'information à votre prêteur. « Si on saisit un problème à temps, on peut habituellement aider l'entreprise à retrouver une bonne santé financière et même, dans les cas extrêmes, à éviter la faillite. » Pensez en termes d'options lorsque vous communiquez.

Si vous prévoyez des temps difficiles, fournissez des solutions de rechange. Les banquiers ne comprennent pas votre entreprise de la même façon que vous ; pour les aider, présentez-leur un plan A et un plan B. De cette façon, la banque sera plus encline à continuer à vous soutenir et à vous donner accès au crédit, même si votre entreprise en croissance connaît des périodes de turbulence. Dites à vos partenaires financiers que vous comprenez les problèmes et disposez d'un plan pour en atténuer les effets, et donnez-leur l'occasion de vous conseiller.

## Communiquez régulièrement avec les intervenants.

Il est facile d'oublier de communiquer avec les prêteurs, les fournisseurs, le gouvernement et les clients lorsque vous consacrez toute votre énergie à l'expansion de votre entreprise. Cependant, il est essentiel de communiquer le plan d'affaires et les résultats de celui-ci pour obtenir un soutien continu durant les périodes difficiles. La transparence est également primordiale pour faire en sorte que les intervenants se rallient à votre plan, à condition que cela ne diminue pas votre avantage concurrentiel.

## Une bataille rangée contre les pourriels

Vous avez peur d'ouvrir votre courrier électronique ? Attendez-vous l'attaque de messages non sollicités, en sachant que vous perdrez du temps précieux à faire le tri ? Une personne moyenne reçoit 197 courriels par semaine – de ce nombre, un tiers sont des pourriels ! Vous avez besoin d'un plan d'action – parce que dans 75 % des cas, vous avez vous-même demandé, sans le savoir, qu'on vous envoie ces pourriels. Devenez futé en matière de pourriels et protégez votre identité sur Internet. Rendez-vous à l'adresse [www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/fr\\_biz\\_strategies.html](http://www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/fr_biz_strategies.html) pour consulter les choses à faire et à ne pas faire, présentées par Paula Jubinville, présidente de AQUEOUS Limited ([www.aqueous.ca](http://www.aqueous.ca))



## Profil d'une association



WOMEN  
ENTREPRENEURS  
OF CANADA

« WEC vous permet de réseauter dans trois grands domaines : affaires, gouvernement et marché américain. C'est difficile d'y arriver toute seule ! »

*Ada Lee, présidente*

**QU'EST-CE QUE C'EST :** Fondée à Toronto en 1992, la WEC constitue une ressource et un réseau de soutien pour les femmes chefs d'entreprise au Canada. Appuyant les entrepreneures orientées vers la croissance, la WEC promeut et favorise la

réussite de celles-ci au Canada tout en les aidant à faire passer leur entreprise au prochain niveau. La WEC fait la promotion des intérêts des femmes entrepreneures dans les communautés d'affaires ; facilite le transfert des compétences aux membres de la WEC ; agit en partenariat avec des organismes au Canada et à l'étranger. Établie à Toronto, la WEC est actuellement à mettre en place une stratégie d'expansion dans tout le Canada et offre une adhésion « virtuelle » aux entrepreneures à l'extérieur de cette région.

**CE QUE VOUS OBTENEZ :** Les membres de la WEC créent des occasions de croissance pour leur entreprise en réseautant avec d'autres femmes qui partagent leur vision

grâce à des rencontres régulières tenues à Toronto, de septembre à juin, à des événements spéciaux et à des conférences, en leur donnant accès à des réseaux de femmes d'affaires américains et internationaux ainsi qu'au nouveau répertoire des membres de la WEC.

**COÛT :** 300 \$ par année. Les membres votants sont des femmes de 18 ans ou plus qui sont propriétaires d'une entreprise, qui risquent leur propre capital dans l'entreprise, et qui sont responsables en tout ou en partie des engagements financiers de leur entreprise.

**INFO:** Tél. : (416) 388-5586, courriel : [wec@wec.ca](mailto:wec@wec.ca) ou consultez le site [www.wec.ca](http://www.wec.ca)

## Comment affiner votre « infomercial »

Vous connaissez l'adage qui dit qu'on n'a qu'une chance de faire une bonne première impression ? De nombreux entrepreneurs ont tendance à commettre l'erreur classique de donner des explications trop élaborées sur leur entreprise. Cependant, être capable de dire aux autres ce que fait votre entreprise - de façon succincte et persuasive - est essentiel pour laisser une bonne impression, car cela peut mener à de nouvelles occasions d'affaires.

Pour répondre à la question « Et vous, dans quel domaine travaillez-vous ? », préparez une réponse qui durera tout au plus 30 secondes. L'experte en marketing **Nora Camps**, présidente de DUO Strategy & Design Inc. ([www.duo.ca](http://www.duo.ca)), donne les conseils :

**Exercez-vous :** Le réseautage efficace repose sur l'établissement de relations, en commençant par le premier contact. Exercez-vous à bien exprimer ce que vous faites. Assurez-vous que votre exposé soit complet, concis et intéressant. Expliquez brièvement comment vos produits ou services aident les clients. Assurez-vous de ne pas réciter un texte appris par cœur. Exercez-vous jusqu'à ce que vous soyez naturelle et spontanée. Assistez à des événements de réseautage régulièrement pour continuer à pratiquer et à affiner votre infomercial. Voici un exemple :

**Dialogue :** *Je m'appelle Annie Tremblay, spécialiste en stratégies de communications marketing chez AT marketing.*

**Actions :** *Donnez la main et établissez un contact visuel.*

**Dialogue :** *Nous concevons des programmes de communication pour obtenir des résultats bien précis.*

**Actions :** *Faites une pause.*

**Dialogue :** *Nos clients veulent augmenter leurs ventes, lancer un nouveau produit, préparer un plan de communications marketing ou bâtir un site Web.*

**Actions :** *Faites une pause.*

**Dialogue :** *Parlez-moi de VOTRE entreprise.*

**Actions :** *Faites une pause. Maintenez un contact visuel.*



## Tactiques de marketing pour l'expansion

Vos efforts de marketing devraient être stratégiques et ne pas avoir comme unique objectif d'attirer des affaires nouvelles. Dans un marché concurrentiel, il est également essentiel de conserver vos clients actuels en améliorant vos relations et en obtenant d'autres contrats auprès d'eux. Cela demande que vous adoptiez une perspective marketing.

Il existe plusieurs façons de faire du marketing à part la publicité, qui représente une stratégie à plus long terme et possiblement plus coûteuse. **Elizabeth Kuzmas** [en haute à droite], conseillère en placement, RBC Dominion valeurs mobilières ([elizabeth.kuzmas@rbc.com](mailto:elizabeth.kuzmas@rbc.com)), et **Debbie Ross** [en haute à gauche], une cliente, présidente de The Women's TravelNetwork.ca ([www.womenstravelnetwork.ca](http://www.womenstravelnetwork.ca)), vous suggèrent ces méthodes efficaces pour augmenter le profil de votre entreprise, tant auprès de vos clients actuels que de vos clients éventuels :

### 1. Maillez effectivement en maintenant votre intégrité

Le maillage (ou réseautage) représente une excellente méthode pour augmenter le profil de votre entreprise. Définissez clairement vos objectifs : Voulez-vous établir des contacts afin de favoriser les collaborations ou les affaires nouvelles, ou bâtir des relations qui peuvent vous mener à de nouvelles occasions d'affaires ? Ensuite, demandez à d'autres professionnels, fournisseurs, ou même des clients actuels ou éventuels, avec quelles relations ils pourraient vous mettre en contact. Et n'oubliez pas que vous devez être prêt à rendre la faveur.

### 2. Faites des relations publiques

Une campagne de relations publiques bien menée peut accomplir beaucoup pour faire connaître votre entreprise et peut même être plus efficace qu'une publicité payée. Préparez-vous un dossier de relations publiques et soyez à l'affût des occasions – ciblez les émissions de radio, de télé, et les journaux communautaires ou d'affaires que votre entreprise pourrait intéresser. Envoyez des copies ou des réimpressions d'articles parlant de vous à vos clients. Recherchez les occasions de présenter des événements spéciaux dans votre secteur d'activité ou d'y parler.

### 3. Organisez des présentations et des séminaires

Une présentation vous permet d'interagir avec vos clients et vos contacts dans le secteur, de montrer votre savoir-faire et de faire connaître votre entreprise. Soyez bref et intéressant, et donnez des renseignements pratiques qui aideront votre auditoire ; évitez de faire du baratin publicitaire. Lors des con-

grès et des foires commerciales, offrez de prononcer une allocution pour vous faire connaître plutôt que de vous contenter d'offrir quelque chose pour les sacs des délégués.

### 4. Publiez un bulletin d'information professionnel

Un bulletin imprimé peut ajouter de la valeur à vos relations clientèle, générer des recommandations et mettre en valeur vos produits et services ainsi que votre expertise tant auprès des clients actuels qu'éventuels. Fournissez un contenu intéressant, envoyez le bulletin au moins une fois par trimestre, et demandez l'aide d'un spécialiste du marketing si vous n'avez pas les connaissances ou le temps voulus.

### 5. Participez aux foires commerciales

Les foires commerciales sont de plus en plus populaires depuis quelques années. Votre but est de faire circuler votre nom – ne vous attendez pas à faire des ventes sur-le-champ. Une foire commerciale est bonne pour la prospection puisque beaucoup de clients potentiels sont disposés à s'arrêter et à poser des questions ; assurez-vous de faire un bon suivi.

La mise en oeuvre de quelques-unes ou de l'ensemble des stratégies ci-dessus rehaussera le profil de votre entreprise, ce qui peut contribuer à améliorer vos résultats. Une approche à plusieurs facettes est moins risquée qu'une approche axée sur une seule méthode. Et n'oubliez pas que le bon moment pour faire du marketing est lorsque vous êtes très occupée. Intégrez le marketing à votre horaire quotidien et visez la réussite !

Pour prendre connaissance de stratégies qui vous aideront à faire du marketing, consultez le site [www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/fr\\_growing\\_your\\_business.html#market\\_tactics](http://www.rbcbanqueroyle.com/pme/femmes/fr_growing_your_business.html#market_tactics)

## Les manchettes



**Réseautage en haute mer** - L'automne dernier, plus de 100 femmes d'affaires ont accompagné les représentantes de RBC Groupe Financier de Vancouver dans une croisière mémorable de trois jours à destination de San Francisco. Cet événement, qui joignait l'utile à l'agréable, comportait des séminaires et des ateliers sur des sujets comme la création de plans d'affaires, l'assurance invalidité de courte et de longue durée et les différences entre les hommes et les femmes en ce qui concerne les investissements.

Apparaissent ici [rangée du haut, de gauche à droite] : Marie Temming, représentante des Services aux entreprises, Vancouver, et Deborah L'Abbee, conseillère en placement, White Rock, [assisées] Caroline Parker, conseillère en placement, White Rock et Bev Poole, représentante des Services aux entreprises, White Rock.



**Célébration des femmes artistes** - La peintre canadienne réputée **Doris McCarthy** [centre] a prononcé une allocution au cours d'une exposition mettant en valeur des femmes oeuvrant dans le domaine des arts visuels. L'événement, présenté par Elizabeth Kuzmas [en haut à droite] de RBC Groupe Financier, a eu lieu récemment à Toronto. L'apport de

Doris à l'art canadien est impressionnant. Elle a produit une quantité d'oeuvres inégalées, a été la première femme présidente de la Ontario Society of Artists et a enseigné à quelques-uns des artistes canadiens les plus remarquables. Elle se passionne pour les paysages canadiens : « Nous avons un très beau pays et j'adore le mettre en peinture ! » Voici son conseil aux talentueux artistes présents à l'événement : « Travaillez, dessinez, n'arrêtez jamais. Mettez tout votre coeur dans ce que vous faites. Et n'oubliez pas que l'auto-promotion représente un aspect essentiel du succès pour un artiste. »

## Levons notre chapeau à ...

**Charlie Coffey**, vice-président directeur, Affaires gouvernementales et communautaires, RBC Groupe Financier, qui est devenu Officier de l'Ordre du Canada le 27 janvier dernier. Charlie est reconnu pour avoir soutenu, durant toute sa carrière, les femmes entrepreneures, les autochtones et les jeunes. Son leadership, son expérience confirmée et son excellente réputation dans les secteurs public, privé et à but non lucratif dans tout le pays lui ont permis d'obtenir de nombreux hommages spéciaux et d'autres nominations, notamment le prix Yorktown Family Services Humanitarian Award for Community Services remis en 2004 à Toronto.



**Andrina Lever**, Lever Enterprises, une firme de consultation se spécialisant en commerce international, en finances et en expansion commerciale, a été honorée à la fin de 2003 par The International Alliance for Women (TIAW). Elle a reçu le prix World of Difference Award au Global Partnership Forum qui s'est tenu à Washington, D.C. Ce prix récompense les femmes dont les actions, les efforts et l'inspiration ont fait une différence dans l'avancement des femmes dans leur communauté, leur région et sur le plan international.

## À LA MÉMOIRE D'UNE FEMME EXCEPTIONNELLE



**JoAnna Townsend**

Défenseuse infatigable des entrepreneures et des exportatrices, JoAnna Townsend, ancienne directrice de la division des Petites et moyennes entreprises au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) est décédée à Ottawa en janvier dernier après une lutte courageuse contre le cancer du cerveau.

Dans le cadre de ses fonctions au sein du MAECI, JoAnna a joué un rôle crucial dans la sensibilisation du ministère à la cause des femmes entrepreneures, en lançant des initiatives pour encourager plus de Canadiennes à oeuvrer dans le secteur de l'exportation. Plus précisément, à titre de présidente de la Coalition pour la recherche commerciale, elle a été le fer de lance de l'étude Par-delà les frontières – la première recherche de ce type à l'échelle mondiale qui se penchait sur les femmes et leur rôle dans le commerce international.

La Organization of Women in International Trade – Toronto (OWIT – Toronto) a nommé son nouveau prix d'exportation en souvenir de JoAnna (consultez le site [www.wito.ca](http://www.wito.ca)).



**Le guide de la gestion de l'entreprise en expansion.** Le principal élément qui distingue les entreprises qui connaîtront probablement du succès et celles qui n'en connaîtront pas est le leadership et les capacités de gestion. Ce guide aidera les entreprises qui se trouvent dans le cycle de croissance intermédiaire à renforcer leurs capacités de gestion et à mieux se préparer à gérer la croissance. Il offre des conseils sur l'élaboration d'une vision, la délégation de tâches, l'accompagnement, la constitution d'équipes et le financement de la croissance ainsi que des listes de contrôle sur les défis que pose l'expansion et des messages d'avertissement signalant une croissance rapide.

Obtenez un exemplaire gratuit de notre plus récent Guide définitif à votre succursale locale ou consultez le site [www.rbcbanqueroiyale.com/leguide](http://www.rbcbanqueroiyale.com/leguide) pour obtenir une série complète.

Pour obtenir une liste à jour des événements pour les femmes entrepreneures, consultez la page Événements sur notre site Web à [www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/)



**Apprentissage en direct pour les petites entreprises.** Vous souhaitez disposer d'un moyen simple et rapide pour accroître vos connaissances sur les affaires et le commerce international ? *Apprentissage en direct pour les petites entreprises* – Une coalition de partenaires des entreprises, du gouvernement et d'associations sans but lucratif, y compris Exportation et développement Canada –, ont lancé une série de cours sur le Web destinés au marché des PME. Les cours portent sur divers sujets, notamment sur le commerce électronique et la préparation à l'exportation. Pour un essai gratuit de 90 jours, consultez le site [www.edc.ca/common/vubiz\\_pros\\_f.asp](http://www.edc.ca/common/vubiz_pros_f.asp). Pour rejoindre EDC, appelez au 1 866 297-1255 ou consultez le site [www.edc.ca/prodserve/smallbus/index\\_f.htm](http://www.edc.ca/prodserve/smallbus/index_f.htm).

[www.edc.ca/prodserve/womex/index\\_f.htm](http://www.edc.ca/prodserve/womex/index_f.htm) Cette nouvelle section Web, lancée par Exportation et développement Canada (EDC), est conçue pour les entreprises dirigées par des femmes qui oeuvrent dans l'exportation ou planifient se lancer dans ce domaine. Elle contient des témoignages de réussite, le calendrier des événements à venir et des liens à d'autres sites Web sur le commerce. Elle offre également aux femmes entrepreneures un accès facile à un représentant d'EDC pour discuter des services financiers et de la gestion des risques.

## Adhérez à notre Réseau virtuel !



Êtes-vous membre du **réseau virtuel des femmes chefs d'entreprise de RBC Banque Royale** ? L'adhésion ne coûte rien et vous donne droit à une mine de ressources gratuites, dont un choix de publications et d'ouvrages gratuits et des communications électroniques de RBC Banque Royale à propos de thèmes susceptibles d'intéresser les femmes chefs d'entreprise.

Inscrivez-vous dès aujourd'hui à [www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/) et cliquez sur « Adhérez à notre Réseau virtuel ».

### Championnes du marché des femmes entrepreneures

Pour un complément d'information sur les services de RBC Banque Royale et sur les projets locaux destinés aux femmes entrepreneures, communiquez avec la championne de votre secteur :

**Québec**

Sonia Lapierre  
(514) 874-7992  
sonia.lapierre@rbc.com

**Atlantique**

Gwen Crowell  
(902) 421-8234  
gwen.crowell@rbc.com

**Ontario**

Andrea Law  
(416) 974-5904  
andrea.law@rbc.com

**Prairies**

David King  
(403) 292-3189  
david.king@rbc.com

**Colombie-britannique**

Joe de Napoli  
(604) 665-0717  
joe.denapoli@rbc.com



SERVICES BANCAIRES • PLACEMENTS • ASSURANCES

® Marque déposée de la Banque Royale du Canada.  
© Marques de commerce de la Banque Royale du Canada. RBC et Banque Royale sont des marques déposées de la Banque Royale du Canada. RBC Centura est une marque déposée de la Banque Royale du Canada.

Le contenu de ce bulletin, qui émane de sources dignes de foi, est publié sous toutes réserves.

**Championnes est publiée à tous les semestres par RBC Banque Royale.**

**RBC Banque Royale**  
1, Place Ville-Marie, 10e étage, Aile Est,  
Montréal (Québec) H3C 3A9

Rédactrice en chef : Susan Baka  
Bay Communications & Marketing Inc.  
(www.baycomm.ca)  
Conception : Nora Camps  
DUO Strategy and Design Inc.  
(www.duo.ca)

**Contactez-nous**

Vous voulez devenir membre du réseau virtuel des femmes chefs d'entreprise ? Visitez le site [www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/](http://www.rbcbanqueroiyale.com/pme/femmes/)

Avez-vous des suggestions d'articles ou des conseils d'affaires à partager ? Courriel : [womensvirtualnetwork@rbc.com](mailto:womensvirtualnetwork@rbc.com) ou appelez le rédacteur en chef au (416) 410-1654.

Pour plus d'information sur nos produits et services, appelez au 1 800 ROYAL® 2-0 (1 800 769-2520).