

ECO – CONTACT

AVRIL/MAI 2013

Coup d'œil:

PAGE:

- 2 Optimisez votre site Web pour croître**
- 4 Cinq conseils pratiques pour préparer votre plan d'affaires**
- 6 Des conseils pour financer votre croissance**
- 7 Palmarès de la documentation d'ECO**

@canadabusiness

Twitter

Message de la directrice d'ECO

Enfin, le beau temps nous revient! C'est le moment par excellence d'envisager des idées nouvelles pour les milieux d'affaires de votre région.

N'oubliez pas de lire «Cinq conseils pratiques pour préparer votre plan d'affaires», pour aider les clients qui éprouvent de la difficulté à mettre leurs idées sur papier.

Nous avons également fait équipe avec la Banque de développement du Canada (BDC) pour vous fournir des articles utiles sur le financement et sur la création d'une présence Web.

Source d'information utile sur les sujets qui intéressent nos clients mutuels, notre Palmarès de la documentation d'ECO vous renseigne sur les documents et les guides de notre site Web les plus en demande.

J'espère que vous profiterez de ces ressources utiles. Nous envisageons toujours avec plaisir une collaboration étroite et soutenue avec chacun de vous et nous espérons recevoir vos commentaires sur nos services.

Mes meilleures salutations,

Sarah Powell-Smith
Directrice, Entreprises Canada Ontario

Industry Canada
Library - Queen

JUN 11 2013

Industrie Canada
Bibliothèque - Queen

Optimisez votre site Web pour croître page 2

Par: Banque de développement du Canada

Imaginez que vous êtes propriétaire d'un magasin de chaussures situé dans un centre commercial très fréquenté et dont l'enseigne et la vitrine attirent inévitablement les clients.

Pour peu que vos produits et vos prix soient à peu près acceptables, votre clientèle est presque assurée, de même que vos ventes.

Imaginez maintenant un magasin de chaussures sur une route de campagne peu empruntée; l'enseigne est crasseuse et biscornue.

Même si vos chaussures sont d'une qualité exceptionnelle, il est fort probable que votre clientèle sera insuffisante pour que le magasin poursuive son activité.

Demandez-vous maintenant auquel de ces deux magasins le site Web de votre entreprise ressemble le plus. Aujourd'hui, votre site Web est en effet votre vitrine. C'est généralement par lui que les clients vous trouvent et se font une première impression de vous.

Un site bien conçu est particulièrement important si votre entreprise est en croissance et que vous voulez améliorer son profil.

Cela dit, beaucoup de petites entreprises en font trop peu pour optimiser leur site, le rendre facilement repérable par les moteurs de recherche et en faire un véritable outil de vente.

Les sites ont besoin d'amélioration

«Un site bien conçu peut aider votre entreprise à concurrencer efficacement des entreprises qui ont les goussets bien garnis et de gros budgets de marketing», dit Michel Bergeron, premier vice-président, Marketing et Affaires publiques, à la Banque de développement du Canada.

Il précise qu'être classé dans les premiers résultats des moteurs de recherche est essentiel pour la visibilité en ligne d'une entreprise. Il s'appuie sur une étude récente selon laquelle les sites qui figurent sur la première page des résultats de Google attirent plus de 90 % des visiteurs.

Mark Evans, consultant en marketing numérique et en démarrage renommé au Canada, affirme que même si vous ne réalisez pas vos ventes sur Internet, un site Web non optimisé peut être un handicap, arguant que la plupart des gens découvrent les nouveaux produits et services sur Internet.

Heureusement, les petites entreprises peuvent utiliser des outils simples et peu coûteux pour rivaliser avec les grandes entreprises. «Une petite entreprise créative et dynamique peut être aussi efficace en ligne qu'une grande société», déclare M. Evans.

Philip Murad a ainsi réussi à faire une mine d'or du site Web de son entreprise en pleine croissance, Philip & Henry, qui est spécialisée dans la réservation de spectacles de magie partout en Amérique du Nord.

Le site Web de l'entreprise représente les trois quarts de ses ventes, qui ont affiché une hausse allant jusqu'à 30 % annuellement au cours des dix dernières années.

Une page simple et claire

Les visiteurs du site sont accueillis sur une page simple et claire où il est facile de naviguer sans clics ni défilements excessifs. Le site met bien en évidence les icônes permettant d'obtenir un prix ou de réserver un spectacle dans une région donnée. On y trouve aussi une courte vidéo YouTube présentant des clients satisfaits, et les coordonnées sont très visibles en haut de la page.

En outre, le site se classe exceptionnellement bien dans les résultats de recherche de Google, apparaissant sur la première page parmi 150 millions de résultats pour le terme «magic shows». Une publicité payante pour Philip & Henry apparaît également en haut de la page si vous faites une recherche de «magician».

M. Philip explique son succès par plusieurs années d'expérimentation de l'optimisation des moteurs de recherche – l'art de faire en sorte que des moteurs de recherche comme Google classent votre site dans les premiers résultats. Il saupoudre le contenu du site avec quelques dizaines de mots clés qui décrivent son entreprise et l'aident à se démarquer de la concurrence.

Il fait aussi beaucoup d'efforts pour multiplier les liens vers son site, car ces liens constituent l'un des principaux paramètres que Google utilise pour classer les résultats d'une recherche. Plus il y a de liens vers votre site, plus vous apparaîtrez haut dans la liste.

«On dit souvent que "le contenu est le roi et les liens sont les reines", résume-t-il. Plus on parle de vous, particulièrement sur Facebook, dans les médias sociaux et sur YouTube, plus vous améliorez votre classement.»

Il confirme que son investissement sur le Web a été plus rémunérateur que n'importe quelle autre stratégie de marketing, avec un rendement pouvant aller jusqu'à 100 \$ sur chaque dollar investi pour ses meilleures campagnes. «Sans Internet, nous aurions disparu, conclut-il. Le Web a été une chance énorme pour mon entreprise, vraiment énorme.»

Marketing sur Internet 101

Vous avez un site Web, mais vous n'êtes pas sûr qu'il contribue à votre chiffre d'affaires? Voici quelques précieux conseils:

- **Plan** — Votre approche du Web doit s'inscrire dans une stratégie intégrée à la stratégie globale de votre entreprise, surtout si vous êtes en phase de croissance. Elle doit énoncer clairement vos objectifs en ce qui concerne Internet (réaliser des ventes, attirer des clients potentiels ou faire connaître votre marque), votre public cible et vos messages clés. Tout cela doit guider la conception de votre site Web, votre présence dans les médias sociaux ainsi que tout le contenu associé.
- **Mots clés** — Dressez une liste de 20 à 50 mots clés que vos clients potentiels utiliseront dans leurs recherches sur Internet pour trouver vos services. Choisissez des termes qui vous permettent de vous démarquer et intégrez-les ici et là dans votre site et le contenu de vos médias sociaux.
- **Médias sociaux et liens** — L'optimisation en termes de moteur de recherche signifie obtenir un bon classement non seulement dans Google, mais également dans les sites de médias sociaux. Affichez du contenu intéressant et informatif que les visiteurs sont susceptibles de partager. Plus on parlera de votre site et plus il y aura de liens vers celui-ci sur la Toile, mieux vous serez classé dans les résultats de recherche.
- **Conception du site Web** — Évitez à vos visiteurs les clics et les défilements excessifs pour qu'ils trouvent ce qu'ils cherchent. Mettez bien en évidence vos coordonnées et les icônes d'actions.
- **Publicités payantes** — Pensez aux publicités payantes sur Google et les médias sociaux destinées à votre public cible.
- **Évaluation** — Faites un suivi de vos réalisations en ligne pour savoir ce qui fonctionne ou ne fonctionne pas. Des outils gratuits comme Google Analytics peuvent vous être utiles.



Cinq conseils pratiques pour préparer votre plan d'affaires

Par : Entreprises Canada Ontario

Vous avez une idée d'entreprise formidable et vous y songez depuis des années? Vous êtes persuadé que cette idée fera de vous un entrepreneur prospère?

Il n'y a pas de mal à fantasmer sur les succès éventuels de votre nouvelle entreprise, mais le véritable défi consiste à prendre le temps de préciser votre idée dans un plan d'affaires en bonne et due forme. Il s'agit d'un document d'une importance cruciale, qui vous permettra de cerner les facteurs de réussite de votre entreprise et que les prêteurs et les investisseurs potentiels demanderont de consulter.

Vous avez besoin d'un coup de pouce pour démarrer? Voici cinq moyens qui vous aideront à consigner votre plan sur papier :

1 – Faites part de votre plan à un grand nombre de gens

Faites part de votre idée d'entreprise au plus grand nombre possible de gens. Il faut évidemment éviter de transmettre des renseignements de nature délicate, mais pour stimuler votre esprit d'entreprise, il n'y a rien de tel que de discuter des principaux aspects de votre idée. Vous serez étonné de voir à quel point les gens ont un avis à formuler, connaissent les personnes-ressources clés d'une industrie ou possèdent une expérience pratique du genre d'entreprise qui vous intéresse. Prenez le temps d'expliquer vos plans à des gens et, en peu de temps, vous serez en mesure de mettre ces conversations sur papier.

2 – Imprimez des cartes professionnelles pour vous motiver

C'est un truc fort simple, mais qui peut vous inciter réellement à concrétiser vos plans. Cela ne coûte pas cher, ne prendra que quelques minutes de votre temps et peut rendre votre idée d'entreprise plus tangible. Grâce à cette carte où sont inscrits votre nom et votre titre, « président et chef de la direction », votre plan cessera d'être un rêve plutôt distant pour devenir une réalité davantage à portée de la main.

3 – Organisez votre propre groupe de discussion

Réunissez quelques collègues et amis ainsi que d'autres personnes. Rédigez une liste de questions ayant trait à votre plan d'affaires et animez une discussion informelle. Posez diverses questions, entre autres : « Achèteriez-vous un tel produit? », « Qu'est-ce qui vous déplaît pas au sujet de cette industrie? », « Où pourriez-vous obtenir un tel service aujourd'hui? » Vous serez surpris de voir tout le matériel de planification d'entreprise qui se dégagera d'une discussion avec un petit groupe de personnes.

4 – Ajoutez des photos

Ne craignez pas de laisser libre cours à votre esprit créateur pour soigner l'apparence de votre plan d'affaires. Il faut évidemment témoigner d'une réflexion approfondie en exposant vos idées sur ce projet d'affaire, mais ajoutez quelques photos en couleur pour rendre le texte plus dynamique.

5 – Utilisez les services gouvernementaux gratuits

page 5

Vous voulez économiser du temps lorsque vous êtes à la recherche de données démographiques ou pour trouver des fournisseurs potentiels? Faites appels aux services gratuits, comme ceux d'Entreprises Canada Ontario, un service offert conjointement par les gouvernements du Canada et de l'Ontario. Entreprises Canada Ontario (www.entreprisescanada.ca ou 1-888-745-8888) peut fournir des rapports détaillés des dépenses à la consommation, des listes d'entreprises établies dans une ville en particulier de même que les nouvelles et les tendances relatives à une industrie. L'information gratuite que vous obtiendrez en réponse aux demandes précises de renseignements que vous avez soumises peut être ajoutée à votre plan d'affaires, pour faire valoir vos idées et en améliorer la présentation. Si vous n'avez pas encore d'idée précise du genre de renseignements qui vous seraient utiles, les agents d'information d'Entreprises Canada Ontario peuvent vous aider à les cerner.

Des conseils pour financer votre croissance

Par: Banque de développement du Canada

Le temps est venu de faire un achat important pour votre petite entreprise qui est en pleine expansion? Difficile de ne pas succomber à l'excitation.

Que vous souhaitiez investir dans la toute dernière technologie ou dans une belle machine dernier cri, vous avez sans doute passé des heures à magasiner pour trouver le meilleur produit, à comparer les avis des acheteurs et à discuter avec les vendeurs.



Et voici le moment crucial : comment allez-vous payer? C'est à cette étape qu'un grand nombre d'entrepreneurs pourraient faire mieux.

La planification financière d'un projet d'expansion n'est pas aussi séduisante qu'un nouveau téléphone intelligent ou de nouveaux locaux pour vos bureaux, mais elle est essentielle pour que votre investissement n'absorbe pas toute votre trésorerie et ne vous oblige pas à fermer boutique.

«La croissance peut mettre beaucoup de pression sur la trésorerie d'une entreprise, explique Patrice Bernard, premier vice-président, Financement et consultation, à la Banque de développement du Canada.

«Les propriétaires de petite entreprise font souvent l'erreur de la financer à même leur trésorerie ou en obtenant une série de petits prêts pour chaque achat individuel.»

Protéger votre trésorerie

Il peut en résulter des taux de financement et des conditions de remboursement médiocres. Pire encore, l'entreprise pourrait soudain se retrouver à court d'argent. Il pourrait alors être trop tard pour obtenir quelque financement que ce soit.

«C'est comme si vous utilisiez votre carte de crédit pour financer les rénovations de votre maison, illustre M. Bernard. Votre trésorerie en pâtirait sérieusement.»

Selon Peter Brown, du cabinet de services-conseils financiers Deloitte, la mauvaise planification financière est courante – et risquée – dans les entreprises à croissance rapide. «Une forte croissance peut vous tuer si vous n'avez pas le capital», déclare-t-il.

M. Bernard en convient : «Il faut planifier davantage en phase de croissance, car les comptes fournisseurs et les comptes clients deviennent beaucoup plus importants.»

Pour lui, la solution consiste à prendre le temps d'établir un plan financier pour les prochains investissements, de préférence en début d'année.

Commencez par déterminer le financement dont vous aurez besoin d'après vos plans de croissance globaux.

Ensuite, rencontrez sans attendre vos partenaires financiers afin de présenter vos plans et de les informer de vos besoins pour l'année à venir. C'est le moment d'obtenir une marge de crédit pour vos investissements des douze prochains mois, marge que vous pourrez utiliser selon vos besoins et convertir en un emprunt à long terme à la fin de l'année.

Planifier votre financement

page 7

L'idée est de planifier votre financement pour obtenir les meilleures conditions d'emprunt possibles. L'exercice peut même vous apprendre qu'avoir l'appui de plus d'un partenaire financier vous donnera davantage de souplesse.

M. Bernard insiste pour dire qu'il ne faut jamais financer des grands projets d'expansion à même sa trésorerie, même si on croit avoir des tonnes d'argent en poche à ce moment-là.

«C'est une grosse erreur, prévient-il. Lorsque la trésorerie est bonne, on pense que ce sera toujours comme ça. Mais une entreprise en croissance doit investir beaucoup plus que les autres, et il est rare que ses bénéfices suffisent à couvrir ses investissements.»

M. Brown abonde en ce sens : «Il est toujours préférable de chercher du financement avant d'en avoir besoin et non d'attendre d'être en situation de crise. C'est de la saine gestion. Les prêteurs sont plus susceptibles d'accorder un financement à un entrepreneur qui est un bon gestionnaire.»

Rob Read avait toujours utilisé l'autofinancement pour son entreprise à croissance rapide spécialisée dans l'entretien des extincteurs, Bison Fire Protection, celle-ci étant passée de cinq à 50 employés en dix ans.

Mais lorsque Rob Read et son associé Émile Jolicœur ont décidé de diversifier leurs activités, en se lançant notamment dans les alarmes à incendie et les gicleurs, ils ont compris qu'il leur faudrait une meilleure planification financière.

Ils ont fait appel à un conseiller externe pour les aider à définir leur stratégie commerciale globale, qui comprenait un plan financier. L'exercice les a conduits à établir pour la première fois un budget et des prévisions, et à obtenir une autorisation de découvert et une marge de crédit pour s'assurer d'avoir les fonds nécessaires en cas de besoin.

Pour M. Read, il a été tout aussi important d'inclure davantage ses partenaires financiers dans sa planification lors de réunions régulières afin de discuter des besoins à venir. «Ce sont les partenaires de notre entreprise. Ils font donc partie de l'équipe», conclut-il.

Trois façons de financer votre croissance

Vous songez à financer l'expansion de votre entreprise? Voici quelques conseils:

1. **Parler à vos fournisseurs** — Peter Brown, du cabinet de services-conseils financiers Deloitte, suggère de demander aux fournisseurs un financement pour un achat. Beaucoup de fournisseurs accordent des prêts pour vendre leurs produits — une situation mutuellement profitable pour le fournisseur et le client. Et si vous êtes un fournisseur vous-même, pensez à offrir du financement à vos clients. Vous aurez une nouvelle source de revenus et vous stimulerez vos ventes.
2. **Réduire les délais de paiement** — Tous les entrepreneurs savent que la productivité est importante. Mais combien s'intéressent à la productivité de leur trésorerie? «Accélérer les entrées de fonds constitue un avantage concurrentiel important», explique M. Brown. Vous pouvez par exemple offrir à vos clients des conditions créatives, comme un rabais de 2 % à ceux qui paient en moins de 10 jours. «En obtenant les fonds plus rapidement, ajoute-t-il, vous gagnez en tranquillité d'esprit et utilisez moins votre marge de crédit».
3. **Donner la priorité aux clients de qualité** — «Les clients qui prennent leur temps pour payer le font souvent parce que leur propre trésorerie n'est pas fluide, explique M. Brown, et ils ne valent pas toujours l'effort ni le risque. Beaucoup d'entreprises veulent vendre à tout prix, sans égard à la rentabilité.» Mais une entreprise bien gérée met l'accent sur les clients de qualité et à marge élevée, qui permettent de lisser les finances et réservent moins de mauvaises surprises lorsqu'une entreprise est en croissance. «C'est une vraie clé de la réussite», conclut-il.

Palmarès de la documentation d'ECO (en décembre 2012)

Documents les + en demande

- [Démarrer une entreprise](#)
- [Permis et licences](#)

Guides d'ECO les + en demande

- [Démarrage d'une entreprise](#)
- [Démarrage d'un restaurant](#)
- [Démarrage d'une garderie](#)

Documents multilingues d'ECO les + en demande

- [Guide de rédaction d'un plan d'affaires](#)
- [Façons de promouvoir votre produit ou service](#)
- [Structure d'entreprise](#)

Langue de la documentation multilingue la + en demande

- [Tagalog](#)