

Les affaires de A à Z



Information fournie par le Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse, 1 800 668-1010

Parlons affaires!

Anthony Pouw

Je viens de tenir un événement pour célébrer la grande ouverture de ma nouvelle entreprise. Est-ce que je peux publier la photo de mon premier client dans une annonce dans les journaux?

Il y a deux facteurs à considérer dans un tel cas : la propriété de la photo et la vie privée de votre premier client. Premièrement, il faut déterminer qui est le propriétaire de la photo. L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) invoque habituellement le paragraphe 13(2) de la *Loi sur le droit d'auteur* dans cette situation. Sous réserve de toute entente contraire, une photo est la propriété légale du particulier ou de la société qui a commandé la photo. Ainsi, le droit de publier la photo dans ce cas vous appartient, à condition que vous ayez pris la photo ou engagé le photographe.

Deuxièmement, il faut savoir quels sont les droits de la personne prise en photo. Selon l'OPIC, lorsque le propriétaire de la photo s'en servira pour générer des profits, la vie privée du client est protégée. Cela signifie que vous ne pouvez pas publier la photo sans le consentement écrit de votre client. Pour en savoir plus à ce sujet, communiquer avec l'OPIC à Halifax au 1 800 668-1010.

J'aimerais lancer une entreprise à but lucratif offrant un

Parlons page 3

Article d'affaires

De la publicité pour votre entreprise

Shirley Steller

La publicité ne se limite pas à l'achat d'annonces. Une fois que vos activités commerciales ont démarré, vous devez développer des rapports avec la collectivité que vous servez, y compris avec les médias locaux. Une bonne partie de l'établissement de tels rapports consiste à faire en sorte que les gens sont au courant des événements spéciaux et des initiatives nouvelles au fur et à mesure que votre entreprise prend de l'expansion. Vous trouverez ci-après quelques conseils sur la façon d'attirer l'attention si vous envisagez quelque chose hors de l'ordinaire pour votre entreprise.

Veillez noter que ces conseils s'appliquent aux événements spéciaux comme le lancement d'un produit nouveau, l'annonce d'un nouveau programme à l'appui d'œuvres de charité locales, ou l'obtention d'un prix. Assurez-vous de faire bon usage du temps des représentants des médias lorsqu'ils vous écoutent et concentrez-vous sur votre message. Vous devez dire aux gens qui vous êtes, *pas* en profiter pour faire gratuitement la promotion de vos escomptes les plus récents.

Ne faites pas concurrence avec d'autres pour attirer l'attention – Il y a des moments qui sont meilleurs que d'autres. Par exemple, les grandes annonces du gouvernement et les

désastres naturels l'emportent souvent sur les autres reportages dans les manchettes. Choisissez un moment où il ne se passe pas grand chose d'autres pour faire passer vos annonces afin de ne pas avoir à faire compétition pour vos quinze minutes de gloire.

Accorder une attention spéciale aux périodes de calme pour les nouvelles – Envisagez la possibilité d'organiser un événement spécial ou une activité pendant une fête où les grandes organisations fonctionnent au ralenti. Par exemple, les grandes entreprises et les gouvernements choisissent rarement le congé de mars ou les mois d'été pour tenir des événements ou faire des annonces importantes.

Article page 2

Dans ce numéro :

Article d'affaires

..... Page 1

Parlons affaires!

..... Page 1

Site Web vedette

..... Page 4

Lectures utiles

..... Page 3

Ajouts récents à notre site

Web Page 4

Canada

NOVASCOTIA

Préparez-vous avant de lancer votre campagne – Les journalistes cherchent constamment la meilleure façon de présenter leurs reportages. Soyez prêt à leur dire pourquoi vos activités sont nouvelles, différentes ou intéressantes pour leur auditoire. Si vous organisez un événement, essayez d'inviter une célébrité locale pour agir comme maître de cérémonie pour générer plus d'intérêt.

Envoyez un message d'intérêt public – Ces messages constituent un excellent moyen de faire inscrire un événement spécial dans la rubrique des activités locales des journaux et le faire annoncer à la radio locale, et en plus, c'est habituellement gratuit. Un message d'intérêt public consiste en trois ou quatre phrases seulement pour indiquer qui vous êtes, quel sera l'événement, quand il se déroulera et à quel endroit il faut aller pour y participer. Il vous suffit d'envoyer le message par télécopieur ou par courriel à tous les médias auxquels vous pouvez penser.

Embauchez un rédacteur à la pige pour composer un communiqué – Un communiqué renferme tous les renseignements contenus dans un message d'intérêt public, en plus de présenter votre événement de façon qu'il peut être imprimé tel quel dans le journal ou lu à la radio. Si vous ne connaissez pas de rédacteur à la pige dans votre localité, communiquez avec un collègue ou une université qui offre un programme de journalisme ou de relations publiques. Il y a toujours des étudiants qui ont besoin d'acquérir de l'expérience avant d'obtenir leur diplôme.

Invitez officiellement les

médias à vos événements spéciaux – Les journalistes seront plus enclins à assister à un événement (et ainsi faire un reportage) s'ils sont invités officiellement—achetez un paquet d'invitations dans une boutique de cartes locale et personnalisez-les en y ajoutant un RSVP.

Soyez prêt à répondre aux questions – Lorsque les représentants des médias s'intéressent à un sujet, ils veulent souvent parler à la personne qui est en charge...Assurez-vous d'être habillé de façon appropriée pour une entrevue et demandez si vous pouvez avoir les questions à l'avance si vous êtes nerveux. De cette façon, vous pourrez réfléchir à vos réponses à l'avance.

Si vous entretenez de bons rapports avec les médias, votre entreprise aura de meilleurs rapports avec la collectivité qu'elle sert – allez-y et vantez les caractéristiques et les réalisations particulières de votre entreprise.

Les affaires de A à Z est une publication mensuelle du Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse.

Notre mission

Améliorer les taux de démarrage, de survie et de croissance des petites et moyennes entreprises en donnant aux gens d'affaires de partout en Nouvelle-Écosse accès à des renseignements précis, opportuns et pertinents ainsi qu'à des services d'orientation.

Composez le: 1 800 668-1010

Cliquez sur: www.rcsec.org

Visitez le: 1575, rue Brunswick,
Halifax
(Nouvelle-Écosse)

Rédactrice en chef :
Shirley Steller

Contributeurs :
Anthony Pouw
Julie Penwarden

Gestionnaire du Centre :
Ann MacLean Young

Parlons affaires!

suite de la page 1

hébergement de transition aux femmes qui quittent le système correctionnel. Quelles sont les possibilités de financement pour une telle entreprise?

Votre entreprise est particulière parce qu'elle est incluse dans l'économie sociale : ce n'est pas un organisme sans but lucratif, mais votre succès sera mesuré selon l'impact social plutôt qu'en fonction de vos profits. Malheureusement, vous n'êtes quand même pas admissible au financement existant pour les activités à but non lucratif, mais vous avez des chances de trouver des prêteurs conventionnels disposés à appuyer une entreprise comme la vôtre.

Il existe plusieurs ressources qui fourniront de l'information, des conseils et du financement aux organismes engagés dans l'économie sociale. Adressez-vous aux prêteurs traditionnels en premier, comme les banques et les caisses populaires, et si ça ne donne aucun résultat, songez à vous adresser à la Corporation au bénéfice du développement communautaire (CBDC) dans votre région. Les CBDC sont des guichets uniques qui peuvent vous proposer plusieurs options de financement. Pour trouver la CBDC la plus proche, communiquez avec le Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse au 1 800 668-1010.

Vous pouvez également essayer de communiquer avec le Nova Scotia Community Services Shelter Enhancement Program (1 800 774-5130), qui pourra vous aider à acquérir ou construire des logements de transition.

Pour obtenir GRATUITEMENT des réponses à vos questions d'affaires, composez le 1-800-668-1010

ou envoyez un courriel avec vos questions à halifax@cbpsc.ic.gc.ca

Lectures utiles

The following books are available from the Canada/Nova Scotia Business Service Centre Library. These books may also be available in our resource centres, located throughout the province.

Promote your Business (Faites la promotion de votre entreprise) (en anglais seulement)

Mary Morel

Vous avez besoin de faire la promotion de votre entreprise? Évidemment. Mais vous n'avez pas besoin d'embaucher un concepteur-rédacteur ou une agence de relations publiques à grand frais. Avec ce livre, vous pouvez rédiger votre propre matériel de promotion.

Que vous soyez en affaires depuis peu ou depuis plusieurs années, *Promote your Business* est un outil pratique pour vous aider à rédiger vos propres annonces, communiqués, bulletins électroniques et sites Web.

Il s'agit d'une lecture obligatoire pour tout propriétaire de petite entreprise qui veut préparer du matériel de marketing qui fait ressortir ses produits et services. Vous économiserez temps et argent, et mieux encore, vous aiderez vos clients à en apprendre davantage au sujet de votre entreprise.

Big Business Marketing for Small Business Budgets (Le marketing des grandes sociétés adapté aux budgets restreints) (en anglais seulement)

Jeanette Maw McMurtry

Le plus grand atout des plus petites entreprises a toujours été leur capacité d'offrir un service plus personnalisé que leurs concurrents de plus grande taille. Cependant, les technologies du Web permettent maintenant aux entreprises mondiales d'adopter une image et un comportement associés à une entreprise bien plus petite que par le passé, ce qui oblige les entreprises locales à trouver de nouveaux facteurs de différenciation et d'avantage compétitif.

Big Business marketing for Small Business Budgets montre aux propriétaires des petites entreprises comment tirer le maximum de leur budget restreint de marketing en s'assurant la loyauté à vie de leurs clients les plus précieux.

Le Marketing et la PME – L'option gagnante

Serge Carrier

S'adressant à tous les entrepreneurs, débutants et expérimentés, *Le marketing et la PME* leur offre plusieurs outils qui leur permettront d'élaborer leurs propres plans d'affaires et plans marketing et de connaître et comprendre leur client.

Serge Carrier présente et définit le marketing comme un phénomène social et économique de longue date. Il couvre les multiples éléments possible : identification du produit, définition du prix et mode de distribution sont ainsi abordés. (En plus d'une discussion de base sur les mérites respectifs de la publicité, de la promotion et de la vente personnelle, [l'auteur présente] des éléments d'information sur les techniques les plus modernes de mise en marché.) Il conclut son ouvrage sur des perspectives d'avenir : le marché des prochaines années et l'évolution vers un marketing relationnel.

Récents ajouts à notre site Web

PerLE – PerLE permet aux entrepreneurs canadiens d'obtenir - d'un seul coup - tous les renseignements voulus en matière de permis et licences, et ce, pour tous les paliers d'administration publique. Pour l'instant, PerLE est offert comme projet pilote dans certaines municipalités en Ontario, en Colombie-Britannique et dans le Territoire du Yukon.

Programme canadien de salubrité et de qualité des aliments

– Ce programme aide les organismes sans but lucratif à élaborer et mettre en place des systèmes de qualité des aliments.

Site Web vedette

Rocket Fuel for your Biz (La voie rapide pour votre entreprise) (en anglais seulement)

Julie Penwarden

Rocket Fuel for your Biz est une nouvelle ressource en ligne pour les entrepreneurs qui vous montre les éléments de base du lancement et de l'expansion d'une entreprise. Ce programme éducatif interactif s'inspire de la série de vidéos Homebiz.TV Self-Employment.

Rocket Fuel comporte huit modules distincts, qui peuvent être suivis dans n'importe quel ordre et qui traitent de tous les sujets allant de la planification stratégique à l'environnement électronique. Une fois que vous avez terminé un module, vous pouvez répondre à un questionnaire pour vérifier ce que vous avez appris.

Le programme est conçu pour vous faire connaître des scénarios que vous pourriez rencontrer dans le cadre de l'exploitation d'une entreprise. Contrairement à la plupart des autres outils de formation entrepreneuriale, Rocket Fuel présente dans chaque étude de cas des vidéoclips d'entrepreneurs existants. Ces vidéoclips vous aident à appliquer des concepts nouvellement appris à des situations vécues.

Même si vous ne songez qu'à lancer votre propre entreprise, Rocket Fuel for your Biz est un excellent outil pour apprendre les étapes en cause, et de prendre connaissance de l'expérience personnelle d'autres entrepreneurs.

Prière de redistribuer

Le Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse encourage la redistribution de ce document, non modifié et dans sa version intégrale. Toute altération, modification ou inclusion dans un autre ouvrage nécessite la permission expresse par écrit du Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse.

Ne manquez pas les nouveaux programmes et services visant à appuyer votre entreprise. Abonnez-vous à notre bulletin mensuel aujourd'hui à <http://www.cbsec.org/ns/newsletter.cfm>.

CLIQUEZ

www.rcsec.org/ns

APPELEZ

1-800-668-1010

VISITEZ

1575 rue Brunswick
Halifax, N.É.