

Comment vaincre un nouveau concurrent au Canada

La concurrence est toujours rude en affaires et elle peut même être exceptionnellement brutale pour une entreprise en démarrage. Les propriétaires clairvoyants de petites entreprises peuvent surmonter la concurrence, même dans un marché saturé et aussi contre quelques grandes entreprises. La meilleure stratégie de victoire consiste à définir votre entreprise et sa place sur le marché.

Votre entreprise hors pair attirera fort probablement la concurrence. Par conséquent, vous devez établir dès maintenant une stratégie de victoire. Suivez les six conseils ci-dessous pour vaincre vos concurrents.

La concurrence au Canada



Nombre d'unités de franchises au Canada
[Source: [Cfa.ca](#)]



Pour cent des entreprises échouent au Canada en raison d'une mauvaise planification financière
[Source: [Statistique Canada](#)]



Nombre d'entreprises avec employés au Canada
[Source: [Industrie Canada](#)]



des petites et moyennes entreprises du Canada durent cinq ans
[Source: [CanadianBusiness.com](#)]



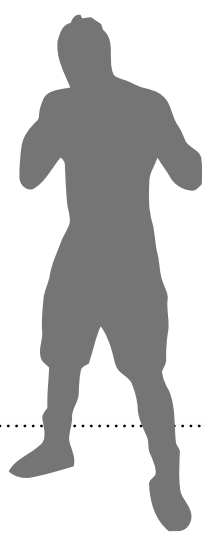
Qui est votre concurrent?

Par définition, n'importe quelle entreprise du même secteur ou tout secteur similaire qui offre un produit ou service similaire.

Six conseils pour vaincre vos concurrents

«Si vous n'avez pas d'avantage concurrentiel, n'affrontez pas la concurrence.»

Jack Welch, ex-PDG de General Electric



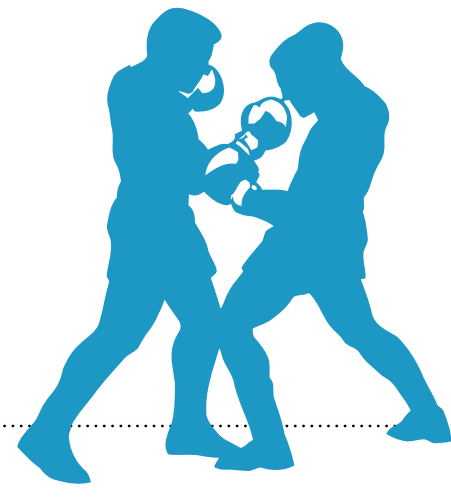
Distinguez-vous grâce à une qualité élevée

Vous pourrez demander un prix plus élevé et gagner une guerre de prix grâce à un produit ou un service de qualité supérieure.



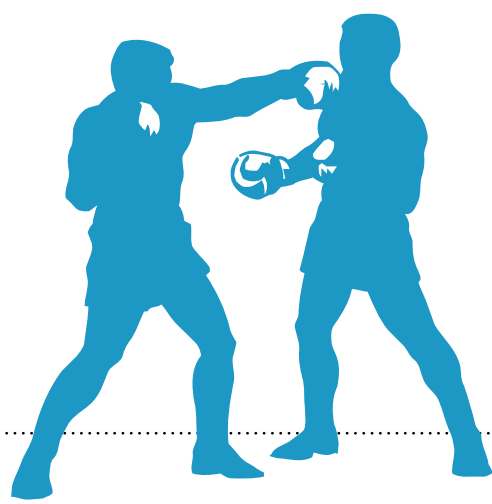
Attirez des clients avec un meilleur site Web

Créez un site Web très convivial, pour que les clients puissent acheter très facilement ce que vous offrez.



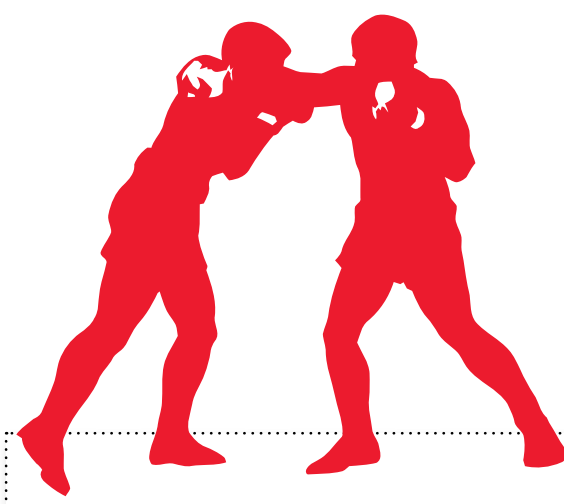
Prenez le virage vert

L'achat éthique est une tendance importante chez les consommateurs. Donc, votre entreprise devra recycler, réduire, réutiliser ou opter pour le commerce équitable.



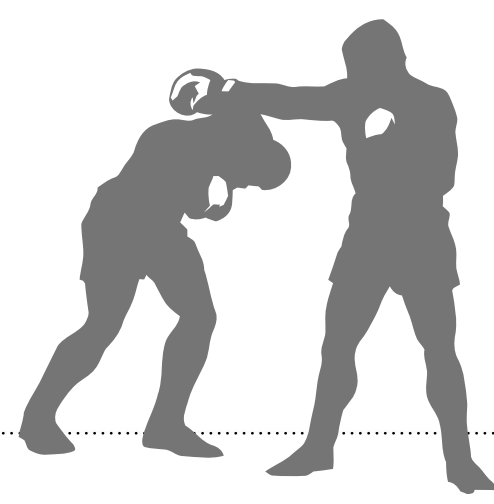
Offrez un excellent service à la clientèle

Concentrez vos efforts sur vos clients en portant attention aux détails. Faites preuve de politesse, d'empathie et d'attention, car ce sont des valeurs que les grandes entreprises négligent.



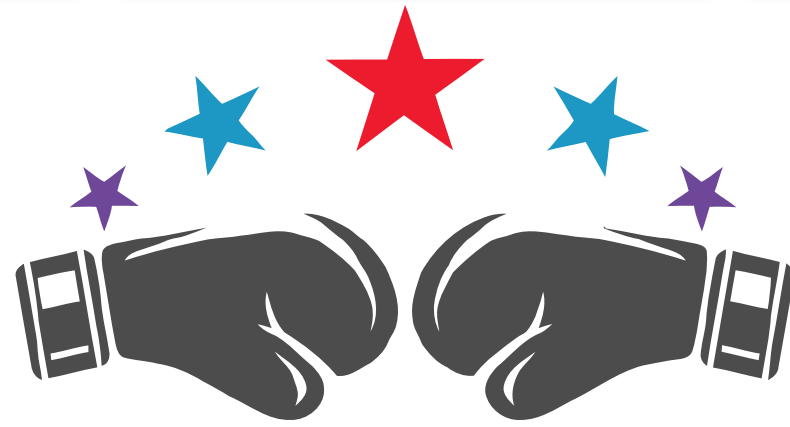
Engagez des employés exceptionnels

Attirez des gens talentueux et sympathiques dans votre entreprise et vos clients s'en apercevront. Formez votre personnel en vue de l'excellence du service à la clientèle.



Bâissez une image de marque

Les consommateurs ne veulent pas traiter avec une entreprise anonyme. Ils veulent faire affaires avec des gens qu'ils connaissent, apprécient et croient.



Conseils additionnels

Produit ou service local

Si votre produit ou service est d'origine locale, soulignez ce fait pour vous distinguer des concurrents qui importent ou distribuent des produits étrangers. Les acheteurs aiment soutenir les entreprises locales.

Attitude optimiste

Ne vous laissez pas intimider par une entreprise plus imposante. Ayez confiance en vos capacités, votre produit ou service et votre équipe. La concurrence se nourrit de la peur.

Créneau particulier

Étudiez soigneusement vos concurrents pour cerner un créneau spécialisé qu'ils auraient négligé. Concentrez vos efforts sur un produit ou service unique que vos concurrents ne peuvent pas produire. Par exemple, le service personnalisé et des saveurs uniques expliquent comment des bistrotiers de quartier peuvent concurrence Starbucks.



Conseils de formation

C'est le service, et non le prix, qui est important

Diminuer vos prix peut temporairement stimuler vos ventes, mais cette décision n'est pas soutenable parce qu'elle réduit vos profits.

La saturation d'un marché peut témoigner de sa force

Un secteur concurrentiel et saturé montre que la demande des clients existe et que le marché est viable. Ne reculez pas.

Surveillez vos concurrents

Surveillez vos concurrents pour mieux les connaître. Inscrivez-vous à leur bulletin, obtenez leur liste de distribution, visitez leurs locaux et parlez à leurs clients. Recherchez leurs points faibles.

Mauvaise tactique : les prix d'éviction

L'application d'une politique de prix exagérément bas pour éliminer un concurrent est une infraction criminelle au Canada.

Faites appel à un spécialiste

Vous serez en excellente position grâce à l'assistance de votre [conseiller, Petites entreprises, de la Banque Scotia](#). Renseignez-vous sur les produits, services et outils financiers qui permettent à votre entreprise d'être plus concurrentielle.