



Privilégier l'esprit d'entreprise

Conseils pratiques pour les entreprises canadiennes à l'ère du numérique

VISA



2



Introduction

Observations tirées des données d'un sondage sur les enjeux qui importent le plus aux entrepreneurs et chefs d'entreprise

Tendances

Les dernières tendances en matière de marketing, d'affaires et de technologie pour donner le ton

3

5



Passage au numérique

Avantages des paiements numériques

Socialement responsable

Chercher conseil auprès des experts chez Instagram



10

11



Agent de changement

Comment Visa peut aider votre entreprise

Ressources

Tout ce dont vous avez besoin pour maintenir votre entreprise sur la bonne voie

12

INTRODUCTION



4 millions

d'entreprises au Canada



1,2 million

d'entreprises au Canada avec
au moins un employé



2,8 millions

de Canadiens sont les seuls propriétaires
de leurs entreprises



Il n'y a que 15,7 %

des petites et moyennes entreprises au
Canada qui sont gérées par des femmes¹.

38,4 %

du PIB du Canada
(produit intérieur brut)

provient des petites et
moyennes entreprises²

Engagement auprès des nouvelles entreprises

Visa a entrepris des recherches pour mieux comprendre les entrepreneures et chefs d'entreprise : leurs motivations, les défis auxquels ils font face et leurs priorités professionnelles. Nous utilisons désormais ces résultats pour mettre en lumière les questions qui comptent le plus pour les chefs d'entreprise et leur fournir des ressources sur les enjeux et les obstacles les plus urgents. Les principales conclusions sont les suivantes :

Motivateurs clés

Les principales motivations pour lancer une entreprise sont tant financières que personnelles : L'indépendance financière (49 %), un revenu plus élevé (44 %), la flexibilité (38 %) et un meilleur équilibre travail-vie personnelle (30 %)³.

Questions financières

37 % des chefs d'entreprise indiquent qu'il leur a été difficile d'obtenir du financement. De fait, 63 % des chefs d'entreprise ont financé eux-mêmes leur entrepreneuriat et seulement 19 % ont choisi de recourir à un prêt d'entreprise³.

Numérique avant tout

30 % des entrepreneurs souhaitent apprendre à utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir et assurer la croissance de leur entreprise, et 26 % d'entre eux montrent un intérêt similaire pour le marketing numérique. **Mais en général, la création d'une présence en ligne présente un défi pour 11 % des entrepreneurs³.**



¹ Grekou,D, (2018, 18 septembre) Entreprises appartenant à des femmes au Canada. www150.statcan.gc.ca

² Innovation, Sciences et Développement économique Canada, Direction des petites entreprises, (2019, janvier) Principales statistiques relatives aux petites entreprises. ic.gc.ca/sbstatistics

³ Recherche sur la transformation numérique Visa, sondage Maru/Matchbox 2019 commandé par Visa

Cinq tendances d'entreprise qui touchent le commerce électronique d'aujourd'hui

Aujourd'hui, les affaires se déroulent – et évoluent – au rythme de la vie. Qu'il s'agisse de nouvelles technologies, de plateformes de marketing, de réseaux sociaux ou de paiements, les chefs d'entreprise doivent être au courant des dernières tendances pour pouvoir s'y adapter. Planifier l'avenir, c'est aussi être agile et ouvert aux changements de stratégie ou de tactique en temps réel pour s'adapter à l'évolution constante de l'état d'esprit des consommateurs.





Visa a dressé une liste de tendances et de conseils qui ont des répercussions sur les consommateurs, le commerce et les employés d'entreprises aujourd'hui.

Certaines peuvent être plus faciles que d'autres à mettre en œuvre immédiatement dans votre entreprise, mais toutes peuvent susciter des idées créatives pour créer de nouvelles approches qui vous permettront d'atteindre vos objectifs.

Les transactions sont partout

Un « point de vente » (PdV) centralisé est un oxymore dans un monde où presque tous les consommateurs ont un téléphone intelligent et, par conséquent, un moyen de paiement dans leur poche. Bienvenue dans un monde radicalement nouveau : celui de l'omniprésence des points d'achat (POP). Les chefs d'entreprise innovateurs peuvent encourager les clients à tirer profit des nouvelles technologies comme les paiements sans contact pour éviter la file d'attente, venir chercher en boutique des achats effectués en ligne et autres façons d'économiser du temps.

Les entreprises reconnaissent que permettre aux consommateurs d'économiser du temps peut souvent être aussi précieux que leur offrir des rabais.

Tous les canaux sont connectés et personnalisés

Les clients ont plus de moyens que jamais de communiquer avec leurs entreprises préférées — en ligne, en personne, par l'entremise du commerce électronique, des réseaux sociaux et de la messagerie, et les entreprises intelligentes rendent ces expériences faciles et fluides.

Il est également impératif de personnaliser toutes ces expériences. Les consommateurs ne seront plus convaincus par un catalogue d'images, les campagnes génériques ou les appels à l'action non personnalisés.

Afin d'obtenir les meilleurs résultats, les entreprises devront fournir un contenu personnalisé et de valeur à chaque étape du processus.

L'évaluation des utilisateurs continuera de porter la couronne

Les évaluations des clients influencent plus de 86 % des clients en ligne (95 % pour ceux âgés de 18 à 34 ans) avant qu'ils ne décident de visiter un magasin ou de faire un achat. De fait, les consommateurs lisent en moyenne 10 évaluations en ligne avant d'atteindre une certaine mesure de confiance envers un commerce local, et 91 % de ceux âgés de 18 à 34 ans font autant confiance aux évaluations en ligne qu'à une recommandation personnelle³.

Les évaluations des clients peuvent exercer la plus grande influence. Les entreprises devraient chercher à tirer profit des évaluations positives et à remédier rapidement à celles qui sont négatives, en particulier sur les sites les plus visités par leur public cible.

L'espace physique renaît de ses cendres

Comprenant que les gens ont soif d'expériences, les entreprises en sont venues à réaliser qu'elles peuvent éduquer, inspirer et divertir leurs clients plus qu'elles ne l'auraient jamais cru possible. Même les détaillants de l'ère numérique continuent à comprendre la valeur des emplacements de vente physiques. Les entreprises peuvent créer des expériences mémorables pour leurs clients en combinant les mondes physique et numérique, tout en veillant à garder plusieurs points à l'esprit :

L'exclusivité est maître. Offrir des expériences « uniquement chez » et des biens et services limités confère une unicité à l'espace physique et peut créer une pénurie artificielle de fournitures, ce qui stimule les visites et les ventes en magasins¹.

L'espace est mobile. Les magasins temporaires et les locations d'espaces de vente au détail à court terme sont devenus une entreprise de 45 à 50 milliards de dollars rien qu'aux États-Unis². Les détaillants testent tout, des conteneurs d'expédition aménagés aux espaces faisant la part belle à l'expérience et l'éducation, et où l'achat est encouragé par le commerce électronique à un moment ultérieur.

Les nouvelles technologies créent de nouveaux « espaces ».

À l'avenir, les clients pourront choisir de faire leurs achats dans le confort de leur salon grâce à la réalité virtuelle. Les entreprises seront également en mesure de proposer un espace de vente virtuellement infini, ce qui augmentera considérablement les options et les stocks disponibles. Au fur et à mesure que l'essor du commerce par enceintes connectées se poursuit, les entreprises disposent d'un « espace » supplémentaire pour réfléchir à la manière dont fonctionne leur marque.

Proposer une expérience de vente au détail créative peut aider les entreprises à épater leurs consommateurs d'une nouvelle façon.

Le personnel est autonomisé

Quatre-vingt-trois pour cent¹ des clients pensent en savoir plus sur les produits et services d'une entreprise que la plupart des employés. Heureusement, l'automatisation contribue à réduire le temps consacré aux tâches de faible valeur, créant ainsi une opportunité pour le personnel en boutique de se recentrer sur les clients. L'objectif est d'autonomiser le personnel et de le redéployer dans des activités à plus forte valeur ajoutée qu'une machine ne saurait fournir.

¹ eMarketer, Holiday 2018 Forecast Update (mise à jour des prévisions pour les fêtes 2018), novembre 2018

² Pop-up Republic, 2016

³ Tulip Retail, mars 2017

Paiements numériques pour plus de commodités : Les avantages de passer au numérique

Sécurité

Les marchands qui n'utilisent pas d'espèces peuvent protéger leur fonds de roulement en éliminant le risque de perte ou de vol.

Commodité

Le client n'a plus besoin de chercher un guichet automatique bancaire, de faire la queue dans une banque, de faire de la monnaie ou de transporter des montants exacts en liquide.

Recettes supplémentaires

Lorsqu'il commande un repas ou des plats à emporter, un consommateur qui paie par carte dépense généralement 25 % de plus dans une pizzeria, 33 % de plus dans une épicerie fine ou un petit restaurant et 40 % de plus dans un restaurant familial¹.

¹ Visa U.S. Consumer Payment Panel Study, 19 482 U.S. Adults (18+ years old) [Étude d'un panel de consommateurs américains de Visa auprès de 19 482 adultes (+ de 18 ans)], données du T2 2016 au T1 2017. Own Plastic Payment Card [Avoir une carte de paiement en plastique], une étude commandée par VISA

Homogénéité

Avec la croissance du commerce mobile et en ligne, les options de paiement sans espèces créent de nouvelles façons de toucher le consommateur et de fournir un service pour les achats, les échanges et la livraison.

Efficacité

Les gestionnaires et les employés n'ont plus besoin de passer du temps à compter l'argent liquide et à rapprocher les transactions.

Récompenses

Les paiements sans espèces peuvent aider les marchands à établir des relations durables avec leurs clients en leur offrant des programmes incitatifs pour faire de nouveaux achats ou récompenser les achats fréquents.

Preuve future

L'utilisation du commerce électronique et des options de paiement mobile continue d'évoluer dans tous les secteurs, ce qui incite les entreprises qui cherchent à profiter des avantages d'un monde de plus en plus numérique de mettre la priorité sur les options de paiement sans espèces.





La découverte et le marketing jouent des rôles clés auprès des consommateurs pour les attirer.

90 % des consommateurs affirment qu'ils sont motivés à acheter d'une entreprise qui possède un site Web convivial. La moitié des consommateurs (46 %) effectuent des recherches en ligne et/ou visitent le site Web d'une entreprise (47 %) avant de s'y rendre pour la première fois¹.

¹ Recherche sur la transformation numérique Visa, sondage Maru/Matchbox 2019 commandé par Visa

Canaux numériques : Transformer votre entreprise

La transformation numérique est en cours en ce moment même. Les consommateurs sont motivés à magasiner auprès des entreprises qui offrent des expériences d'achat pratiques et faciles, comme faire des achats en boutique et en ligne, effectuer des paiements numériques et rester informés en ligne sur leurs produits et services préférés.

Comment créer un site Web

Créez et enregistrez un nom de domaine

- Établissez votre entreprise en ligne en obtenant une adresse de site Web (appelée aussi nom de domaine ou URL).
- Les noms de domaine doivent être faciles à prononcer, à épeler et à se rappeler. Choisissez un nom de domaine qui diffère suffisamment de celui des autres entreprises.

Sélectionnez un hôte et une plateforme

- Un « hôte » connecte votre site Web à Internet, vous héberge dans un serveur et offre des services comme la gestion du courriel.
- La plupart des hôtes offrent de nombreux plans de service en fonction de l'envergure de votre site Web et du trafic prévu. Veuillez noter qu'habituellement, les plans de services gratuits comprennent l'affichage de publicité telle que des bannières et des fenêtres contextuelles sur votre site Web.
- Si vous faites appel à une option « prête-à-monter », il est important de sélectionner la bonne « plateforme ». Une plateforme est un outil qui vous aide à concevoir et à construire votre site Web, offrant des modèles et conseils.

Construisez votre site Web

- Lorsque les internautes visitent votre site Web, ils devraient immédiatement reconnaître votre secteur d'activités. La barre de navigation (recherche) de votre site Web doit être claire et il doit y avoir un bouton d'appel à l'action (p. ex., « acheter dès maintenant », « contactez-nous »).
- Quand vous développez le contenu, créez un texte non seulement accrocheur, mais aussi optimisé pour les moteurs de recherche. Voir « Faire la promotion de votre site Web » pour les détails.
- Les sites Web commerciaux, en règle générale, offrent les pages suivantes : Page d'accueil, produits/services, commande en ligne, à propos de nous, coordonnées, conditions générales et des liens vers des pages de réseaux sociaux ou d'évaluations.
- Rendez votre site Web convivial pour les appareils mobiles. En 2019, le commerce mobile constituera près d'un tiers du commerce électronique.



Canaux numériques : Transformer votre entreprise

Comment promouvoir votre site Web

Optimisation pour les moteurs de recherche

- Une technique de marketing qui consiste à modifier le contenu et la structure du texte d'un site Web pour qu'il corresponde aux mots clés susceptibles d'être recherchés.
- La mise en œuvre d'une stratégie d'optimisation des moteurs de recherche (SEO, Search Engine Optimization) peut vous aider à faire en sorte que votre entreprise soit affichée en tête des pages de résultats des moteurs de recherche.
- Quelques ressources en ligne vous sont offertes afin de vous aider dans votre stratégie SEO, telles que le [Guide de démarrage Google – Optimisation des moteurs de recherche](#) et les [Blogs Shopify sur le SEO](#).



Coût par clic (CPC)

- Se rapporte à la publicité sur les moteurs de recherche Internet selon laquelle votre annonce est affichée lorsqu'un mot clé ou une phrase particulière fait l'objet d'une recherche. En règle générale, chaque fois qu'un acheteur clique sur votre annonce, on vous impute des frais.
- Faites le suivi du rendement de votre site Web pour vous assurer que sa portée est aussi vaste que possible. Le taux de conversion, lequel mesure le nombre de personnes qui se rendent sur votre site Web et passent à l'action voulue, est un indicateur de rendement clé (IRC) commun que les entreprises suivent de près.
- Divers outils analytiques Web sont offerts en ligne et vous permettent de faire le suivi du rendement de votre site Web.



Comment configurer l'acceptation des paiements numériques (en boutique et en ligne)

Sélectionner une passerelle de paiement

- Il s'agit de la première étape pour que votre magasin, site Web ou appareil mobile puisse accepter les paiements numériques et déposer les fonds automatiquement dans votre compte bancaire de marchand.
- Quand vous évaluez une passerelle de paiement, demandez-vous si elle offre les outils et solutions vous aidant à soumettre vos transactions, protège votre entreprise et vos clients contre la fraude, accorde un accès en ligne sécurisé aux dossiers de transaction de sorte que vous puissiez faire le suivi des ventes et impute des frais pour le soutien technique.

Créer un compte bancaire de marchand

- Si vous vendez déjà à partir d'un magasin physique, vous avez probablement déjà un compte de marchand Présence de carte (PC). Si vous prévoyez vendre en ligne ou au téléphone, il vous faudra aussi un compte de marchand Sans présence de carte (SPC).
- Les acquéreurs, organisations de vente indépendantes (OVI), fournisseurs de services aux marchands (FSM) et revendeurs à valeur ajoutée (RVA) sont parmi les organisations qui offrent des comptes de marchand.
- Pour vous renseigner davantage sur les acteurs clés et pour entamer la mise en œuvre, visitez [Visa.ca/fr CA](https://www.visa.ca/fr_CA).

AccessNow

La simplicité de l'accès au numérique

Maayan Ziv est la fondatrice d'AccessNow, une plateforme qui utilise l'approvisionnement par la foule (« crowdsourcing ») pour collecter et partager des informations sur l'accessibilité des lieux dans le monde entier. Ziv, qui souffre de dystrophie musculaire depuis sa naissance, a passé sa vie à lutter contre les barrières de l'inaccessibilité. « Au début, je voulais créer une solution pour moi, mais je me suis rendu compte que des millions de gens pouvaient également bénéficier de cette information. »

Au départ, AccessNow était un site Web dont les informations provenaient d'amis, de membres de la famille de Maayan et de ses propres recherches. Aujourd'hui, c'est une appli mobile où des personnes de 34 pays à travers le monde recherchent et partagent des informations sur l'accessibilité des restaurants, cafés, bureaux, magasins, parcs, hôtels et autre.

En tant qu'entreprise entièrement numérique dotée d'un réseau mondial connecté, AccessNow est en mesure d'atteindre les internautes du monde entier à partir de son siège à Toronto. « Le numérique est un élément important de notre façon de travailler », explique Ziv.

L'utilisation des paiements numériques a largement contribué à la croissance d'AccessNow. « Nous sommes une petite entreprise aux ressources limitées, et faire tous nos achats numériquement facilite énormément la comptabilité, ce qui nous permet d'économiser des heures de travail chaque semaine », explique Ziv. Sur la route, Ziv a l'esprit tranquille, car elle peut utiliser sa carte de crédit pour payer les taxis, les hôtels et autres dépenses professionnelles.

Les paiements numériques sont également une composante importante de la mission d'AccessNow pour rendre le monde plus accessible. « L'accessibilité ne se limite pas aux marches ou aux escaliers », affirme Ziv. « L'accessibilité numérique et la facilité avec laquelle les paiements numériques permettent d'acheter quelque chose en ligne ou d'effectuer un dépôt bancaire sans être physiquement présent sont incroyablement utiles. »



« Nous sommes une petite entreprise aux ressources limitées, et faire tous nos achats numériquement facilite énormément la comptabilité, ce qui nous permet d'économiser des heures de travail chaque semaine. »

Tayybeh

Acceptation des paiements numériques

Depuis trois ans, Tayybeh propose une authentique et délicieuse cuisine syrienne à Vancouver. L'entreprise a pris son envol grâce à un seul événement mobile, soit un souper visant à recueillir des fonds pour les réfugiés syriens. Aujourd'hui, Tayybeh possède un service de traiteur complet, un camion de cuisine de rue et des produits de marque emballés et étalés dans les étagères des supermarchés d'un bout à l'autre de la ville.

La fondatrice Nihal Elwan a compris que Tayybeh pouvait aider les réfugiées syriennes à trouver leur place au Canada grâce à la cuisine de leur pays d'origine. « Tayybeh fournit à nos incroyables cheffes un emploi, une source de revenu durable et, plus important encore, un sentiment d'autonomie », explique Elwan.

Les paiements numériques ont joué un rôle déterminant dans la croissance de Tayybeh. « Lorsque nous avons commencé à vendre de la nourriture à partir de notre camion et sur les marchés de producteurs, nous nous sommes vite rendu compte qu'il fallait donner aux clients la possibilité de payer par carte », explique Elwan. Ils ont également découvert que les gens étaient plus enclins

à donner des pourboires lorsqu'ils payaient par carte. « Nous utilisons Square, et les clients apprécient la fonctionnalité qui affiche les différents pourcentages de pourboire, ainsi que la possibilité de recevoir un reçu par courriel », explique Elwa. Et cela ne se limite pas au camion. Tayybeh accepte également les paiements par l'entremise de Square pour des événements de plus grande envergure, comme les mariages.

Tayybeh paie la plupart de ses fournisseurs par carte. « Nous commandons tout en ligne : les ingrédients, les produits secs, les articles de table. Sans carte de crédit, nous ne serions littéralement pas en mesure de faire fonctionner l'entreprise », nous confie Elwan en riant.

La prochaine étape pour Tayybeh est de proposer une option de commerce électronique sur son site Web. Elwan est enthousiaste à l'idée de cette opportunité, ajoutant : « Nous voulons que ce soit aussi facile et efficace que possible d'acheter notre délicieuse nourriture! »



« Nous commandons tout en ligne : les ingrédients, les produits secs, les articles de table. Sans carte de crédit, nous ne serions littéralement pas en mesure de faire fonctionner l'entreprise. »

Différenciation numérique : Maîtriser Instagram

Instagram peut être un outil puissant pour les entreprises. Plus d'un milliard d'utilisateurs mensuels sont actifs sur Instagram et 80 % des utilisateurs y suivent au moins une entreprise sur Instagram¹. Voici quelques conseils de marketing que vous pouvez utiliser pour renforcer votre engagement et développer votre entreprise.

Les transactions sont partout

Un « point de vente » (PDV) centralisé est un oxymore dans un monde où presque tous les consommateurs possèdent un téléphone intelligent et, par conséquent, un moyen de paiement dans leur poche. Bienvenue dans un monde radicalement nouveau : celui de l'omniprésence des points d'achat (POP). Les chefs d'entreprise innovateurs peuvent encourager les clients à tirer profit des nouvelles technologies comme les paiements sans contact pour éviter la file d'attente, venir chercher en boutique des achats effectués en ligne et autres façons d'économiser du temps.

Les entreprises reconnaissent que permettre aux consommateurs d'économiser du temps peut souvent être aussi précieux que leur offrir des rabais.

Passer à un profil professionnel

Allez dans les paramètres et cliquez sur « Passer à un profil professionnel » pour commencer. Avoir un profil professionnel offre des avantages perceptibles, tels que la fonction « Nous joindre », l'occasion de publier des annonces et l'accès à des analyses.

Faire appel aux outils gratuits d'Instagram

Grâce à l'outil Insights, les entreprises peuvent consulter des statistiques, telles que les impressions, les données d'engagement et la distribution démographique des abonnés, y compris des renseignements les concernant, tels que l'âge, le sexe, l'emplacement et les heures les plus actives.

Découvrir les mots-clés niches

Les mots-clés agissent comme une fonction de recherche sur Instagram et permettent de trouver des abonnés et des marques convenables. Ceci est vrai pour les utilisateurs comme pour les entreprises. Par exemple, le mot-clé #hair comporte des millions de messages. Plutôt que de s'attaquer à des mots-clés très utilisés, ceux de niche tels que #unicornhair ou #coloredhairgoals permettent à un coiffeur ou à une petite marque de beauté de sortir plus facilement du lot.

Mettre en ligne des accroches de produit

Les dévoilements de produits et de services constituent d'excellents messages d'entreprise sur Instagram. Ils contribuent à créer de l'excitation autour de la sortie du produit et peuvent permettre de stimuler les ventes plus tard. Un dévoilement de produit peut être construit sous la forme d'une annonce Instagram, d'un compte à rebours avec des publications d'accroche ou en distribuant des cadeaux. Une fois que le produit ou le service a été annoncé, continuer à informer les clients sur les réseaux sociaux permet de maintenir leur intérêt.

Contenu en coulisses

Il est fortement recommandé pour une entreprise de créer une série « en coulisses ». Le contenu peut inclure un produit en cours de création, des événements pour les employés ou des formations. Un contenu en coulisses authentique et transparent aidera le public à se sentir lié à l'entreprise ou à la marque.

Créer des annonces parrainées

Une bonne façon de faire la promotion d'une entreprise sur Instagram est d'utiliser les annonces Instagram. Avec les annonces Instagram, les entreprises sont à même de contrôler exactement combien elles souhaitent dépenser en établissant un budget publicitaire. Les marques peuvent présenter une seule annonce parrainée ou plusieurs annonces avec la fonction carrousel. Les publicités peuvent améliorer la notoriété de votre marque, augmenter le trafic vers un site Web, aider à vendre des produits, générer des prises de rendez-vous et à engager les clients d'une manière innovante.

S'associer à des influenceurs pour atteindre un plus grand public

La voie la plus rapide pour atteindre des clients potentiels sur Instagram est de faire appel à des influenceurs qui déjà constitué un public important. De plus en plus de personnes achètent des services ou des produits en fonction de ce qu'elles voient sur les pages des personnes influentes qu'elles suivent. Vous associer avec le bon influenceur permet de faire connaître votre marque auprès de ces utilisateurs d'une manière plus efficace et authentique que si vous achetiez des publicités pour les cibler.



¹business.instagram.com

Toutes les marques et tous les logos de tiers présentés ici appartiennent à leurs propriétaires et sont utilisés aux fins d'identification seulement, sans en faire la promotion.

Comment Visa peut vous aider

Authorize.Net

Grâce à Authorize.Net, les entreprises profitent de services allant au-delà du portail de paiement et dont elles ont besoin au fil de leur croissance, comme la facturation, la mise à jour de compte, les abonnements, la gestion de la fraude, la comptabilité, la segmentation en unités et bien plus encore, avec la fiabilité de Visa derrière chaque transaction.

Affiche de point de vente Visa

La signalisation des points de vente Visa indique à vos clients que vous acceptez les paiements Visa de la façon qui leur convient le mieux. Faites savoir à vos clients que vous acceptez la carte Visa et que vous êtes une fière cheffe d'entreprise en commandant ou en téléchargeant GRATUITEMENT des affiches sur merchantsignageglobal.visa.ca.

Visa SavingsEdge

Réduisez vos dépenses d'entreprise en vous inscrivant au programme Visa SavingsEdge. Toutes les cartes Visa Affaires sont admissibles. Les rabais n'exigent pas de coupons ni de codes, car ils sont appliqués comme des crédits inscrits aux relevés de compte ultérieurs. Pour en savoir plus et pour vous inscrire, rendez-vous à visasavingsedge.ca.

Visa Direct

Besoin d'aide avec votre flux de trésorerie? Visa Direct est la plateforme de paiement direct en temps réel de Visa, qui permet un accès rapide aux fonds reçus et la possibilité de payer rapidement les employés et les fournisseurs.

Rapports d'entreprise Visa

Gérez vos flux de trésorerie de manière plus efficace en surveillant vos dépenses facilement. Grâce à l'accès en ligne et mobile aux données de transaction par carte et aux outils de suivi, Rapports d'entreprise Visa vous permet d'éviter les inconvénients liés aux chèques, afin que vous puissiez continuer à gérer votre entreprise.

Contrôles des paiements Visa

L'ajout d'employés à votre carte Visa Affaires vous permet d'éviter les inconvénients liés aux chèques pour que votre entreprise puisse poursuivre ses activités. Grâce aux Contrôles des paiements Visa, cela vous aide également à gérer les dépenses en décidant de l'endroit, du moment et de la manière dont votre argent est utilisé.



À QUOI PEUT-ON S'ATTENDRE À L'AVENIR?

Ressources pour les chefs d'entreprise

Visa est fière de soutenir les chefs d'entreprise. Qu'il s'agisse des solutions de paiement ou d'outils numériques, la gamme de ressources ci-dessous vous aidera à développer votre entreprise.

Solutions Visa pour aider à faire croître votre chiffre d'affaire

visa.ca/petitesentreprises

Transformation numérique

Apprenez à générer des revenus, rester à l'écoute de vos clients et économiser du temps et de l'argent.

visa.ca/transformationnumerique

Authorize.net

Acceptez les paiements n'importe quand, n'importe où.

authorize.net

Square

Des outils simples pour faciliter une entreprise prospère.

squareup.com/ca/fr

Fédération canadienne de l'entreprise indépendante

Des ressources et du soutien pour vous aider à faire croître votre entreprise, des économies exclusives, des conseils et des outils.

cfib-fcei.ca/fr/succes

Appli Entreprises Canada

Votre conseillère commerciale mobile qui simplifie l'accès aux services gouvernementaux. Trouvez et utilisez ce dont vous avez besoin, où et quand vous faites des affaires.

Disponible par l'entremise de [l'App Store](#) et [Google Play](#)

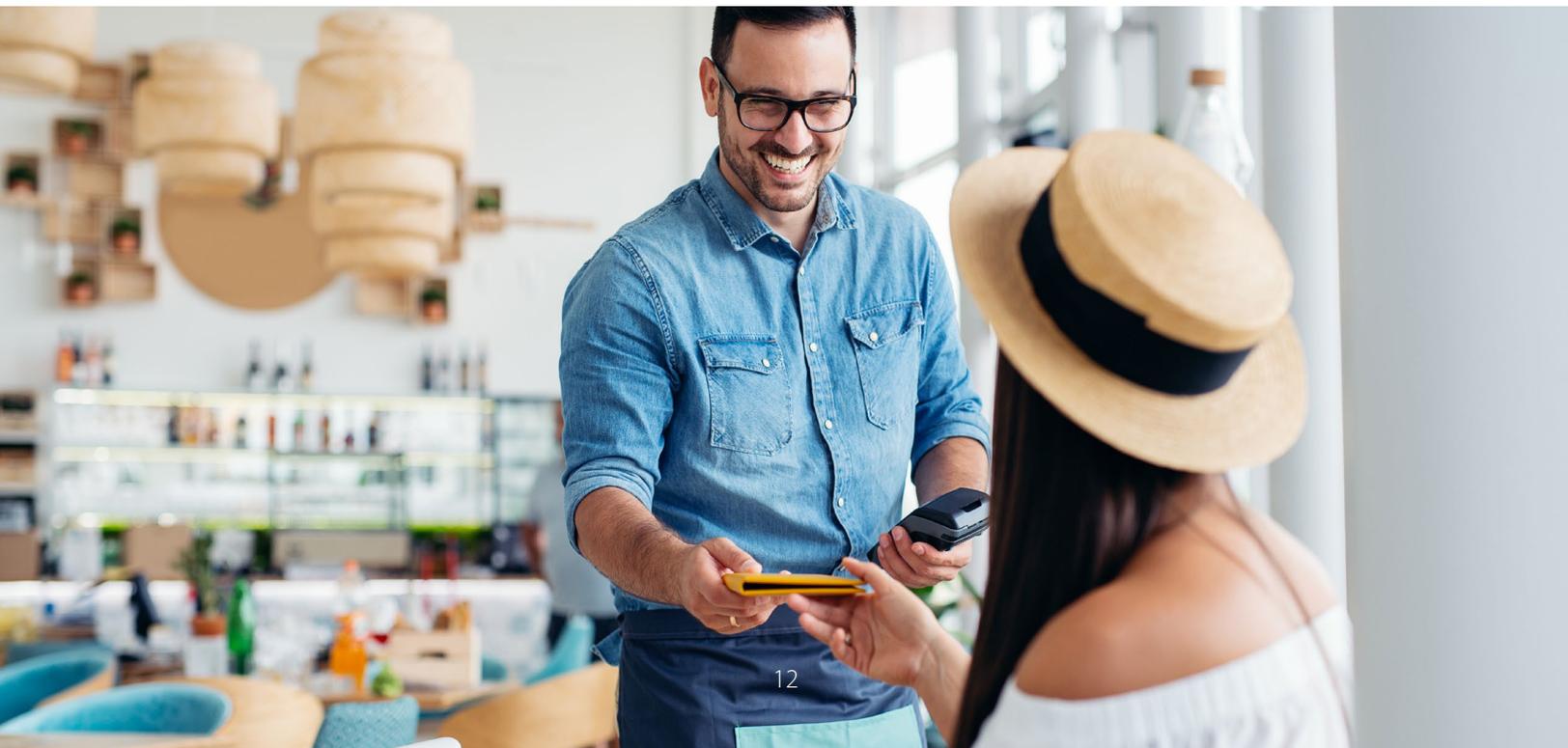
Grow with Google

De la formation, des outils et des événements gratuits pour vous aider à développer vos compétences, votre carrière ou votre entreprise.

grow.google/intl/fr-CA_ca

Ces documents, ainsi que les recommandations relatives aux meilleures pratiques, sont fournis à titre informatif seulement et ne doivent pas être considérés comme des conseils de marketing, juridiques, réglementaires ou d'autres conseils. Les documents sur le marketing recommandés doivent être examinés de manière indépendante, à la lumière de vos besoins d'affaires particuliers et de toute loi et de tout règlement pertinents. Visa n'est pas responsable de l'usage que vous faites des documents de marketing, des recommandations relatives aux meilleures pratiques ou de tout autre renseignement, y compris des erreurs, quelle qu'en soit leur nature, que contiennent ces documents.

© Visa, 2020. Tous droits réservés.



VISA

VISA