

31 entreprises ont démarché les États-Unis pendant la pandémie grâce aux sessions de rencontres B2B avec des acheteurs

Au cours des derniers mois, la pandémie mondiale a contraint plus d'une entreprise à réinventer sa manière de développer les marchés internationaux. Hier encore, il était possible de créer de nouveaux contacts en exposant dans un salon commercial ou en se rendant directement sur le marché visé, afin de tenir des rencontres d'affaires.

Bien que les voyages internationaux et les rassemblements sont proscrits, le besoin d'entrer en contact avec des acheteurs demeure afin de démarcher de nouveaux clients outre-frontière.

L'entreprise américaine ECRM s'est rapidement et habilement adaptée à cette nouvelle réalité. Bénéficiant d'une forte expérience dans l'organisation de rencontres B2B entre des acheteurs et des fournisseurs, l'entreprise a proposé dès juin des sessions de rencontres virtuelles. Le Groupe Export agroalimentaire est fier d'avoir pu supporter la participation de 31 entreprises, pour plus de 37 sessions. Les sessions étant divisées par type de produit (par exemple : Deli, Dairy & Bakery) et les entreprises ont pu cibler celles axées sur leurs types de produits.

Bien que certaines entreprises demeurent nostalgiques de la rencontre en personne, d'autres y voient des avantages notables. En effet, les rencontres virtuelles constituent une manière efficace d'entrer en contact avec des acheteurs qualifiés, et ce, à un coût réduit.

Pour plus de détails sur les sessions à venir de rencontres B2B, [cliquez ici](#).

