

ENVIE D'ÉLARGIR VOTRE RÉSEAU D'AFFAIRES ?

Testez donc les BtoB...

On sait qu'en affaires c'est la multiplicité des contacts qui permet de se déployer. Élargir son réseau d'affaires passe donc par plusieurs canaux. Il en est un particulièrement rapide et efficace, bien qu'éreintant, les événements BtoB.

Parfois adossées à des salons professionnels, parfois organisées seules, les manifestations B2B ont la cote. Mode d'emploi : on s'inscrit généralement sur un site pour présenter ce qu'on offre ou recherche, on sélectionne des interlocuteurs qu'on aimerait rencontrer dans le catalogue en ligne et, surprise, le jour de l'événement, on reçoit un planning personnalisé qui tient compte des demandes émises et reçues.

On ne sait pas à l'avance qui sera là !

Certaines entreprises, frileuses à l'idée de ne pas savoir qui est inscrit, n'osent pas franchir le cap de la participation. Ou, quand le catalogue est public dès le départ, jugent qu'il n'y a pas assez de profils intéressants pour s'inscrire. C'est, il faut le rappeler, le principe-même de pareil événement : les entreprises prennent le risque de s'inscrire « à l'aveugle », parce qu'elles savent que le volume de participants leur permettra, à coup sûr, de décrocher quelques bons contacts. Alors, oui, c'est une prise de risque, mais ceux qui sont maintenant des habitués de la formule sont convaincus que même si tous les rendez-vous ne font pas mouche ou ne sont pas porteurs, ils réservent quand même de bonnes surprises.

Je n'avais pas demandé à rencontrer cette entreprise-là !

Nous l'avons dit plus haut, le planning qu'on reçoit la veille ou le matin du BtoB tient compte des souhaits émis par l'entreprise et, nécessairement, de ceux des autres participants qui ont souhaité la rencontrer. Il faut jouer le jeu ! Bien sûr, on préfère vendre que se voir approcher par un fournisseur dont on a, a priori, pas besoin. Mais même ces tête-à-tête qu'on aborde du bout des lèvres peuvent réserver de bonnes surprises : une proposition qu'on peut suggérer à son partenaire habituel, un projet inédit qu'on juge au final intéressant, des idées tout simplement... Et puis, en amorçant une discussion et des contacts qui ne sont pas immédiatement porteurs, on peut aussi avoir la bonne surprise par la suite de voir cet interlocuteur, avec lequel on n'avait pas pu conclure quoique ce soit, devenir un ambassadeur auprès d'une autre entreprise de son réseau, celle-là particulièrement intéressante...

Le BtoB : pour tout le monde, alors ?

Les événements BtoB ne sont pas pour autant intéressants pour tout un chacun. Ou, en tout cas, admettons certaines réserves : une entreprise dans un marché de niche, qui cherche un type d'interlocuteur bien précis, a moins de chance de trouver son bonheur lors d'un BtoB multisectoriel. Il faut alors viser un événement plus restreint, sur un secteur ad hoc.

Quelles retombées au final ?

Une demi-journée, ou une journée entière, de contacts permet de rencontrer quand l'événement est international, entre 8 et 12 interlocuteurs. Difficile d'en faire autant quand on doit prendre son bâton de pèlerin et prendre soi-même ses rendez-vous... Efficace, la formule l'est donc à coup sûr ! D'autant qu'aux rencontres formelles s'ajoutent les contacts générés autour d'une tasse de café ou du lunch, au hasard des rencontres... Tout le monde étant là pour faire du business, on se trompe rarement d'interlocuteur même quand on adresse la parole au premier venu ! Maintenant, il est clair qu'on ne signe pas un contrat après un quart d'heure ou une demi-heure de discussion. Les contacts BtoB se positionnent donc davantage comme des « préliminaires en affaires » ! Ils permettent d'ailleurs parfois des prises de rendez-vous ultérieurs qui, ceux-là, peuvent déboucher sur un partenariat bien tangible. ■

Dernière édition en date : le BtoB avec les Ardennes françaises du 26 avril dernier

80 entreprises (dont une majorité de françaises !) ont participé aux « Rendez-vous entre voisins » organisés par votre Chambre de commerce avec la Province de Luxembourg, la CCI des Ardennes et la communauté de communes « Portes du Luxembourg ». Une matinée riche en contacts qui, espérons-le, débouchera sur des affaires concrètes !

Rendez-vous est déjà pris pour une prochaine édition avec les Ardennes françaises le 2 décembre, à Carrignan cette fois. Bloquez votre agenda !

HOW TO SUCCEED IN CHINA

A practical guide

BenCham's (the Benelux Chamber of Commerce Shanghai) Succeed and Lead in China is written by business professionals in China, and is perfect for similar business professionals coming to China, or those seeking to deepen their understanding about business in China. Combining the knowledge of the long history of Sino-Benelux business relations with the know-how of BenCham members, the Succeed and Lead in China guide serves as an excellent tool to introduce entrepreneurs to opportunities in the Chinese market. The book deals with all subjects an entrepreneur will come across when doing business in China. In the attached press article you will find more information. Please feel free to use it towards your customers or as part of your newsletter.



The new book is available by sending an e-mail to shanghai@bencham.org. The book is available 25 € for members and 35 € for non-members of BenCham (prices excl. shipping cost). This compact, yet extensive volume also makes a great relation gift. In the near future BenCham will also make the book available as e-book.