

OBTENEZ DES AVANTAGES EXCLUSIFS : INSCRIVEZ-VOUS GRATUITEMENT À NOTRE PROGRAMME ACHETEURS !



CONTACTEZ-NOUS DÈS MAINTENANT ! LE MATCHMAKING OUVRE EN AVRIL 2025 !
VISITORS@EXPOCANADAFRANCE.COM



PROGRAMMES D'ACHETEURS AU SIAL CANADA 2025

Nous sommes ravis de vous présenter les trois programmes Acheteurs sur mesure de SIAL Canada, conçus pour vous mettre en relation avec des acheteurs de haut niveau du Canada, des États-Unis et de l'international à la recherche de nouvelles opportunités d'affaires.

PROGRAMME D'ACHETEURS U.S. : Développez votre présence sur le marché américain !

Co-organisé avec IMEX et en partenariat avec l'Association of Food Industries (AFI), ce programme met en relation les exposants avec des acheteurs et importateurs américains de premier plan à la recherche de nouveaux produits. Parmi les entreprises ayant participé par le passé figurent Walmart, Williams Sonoma, KeHE, Sam's Club, Whole Foods, FoodMatch et McLane Global.

Pas encore en conformité avec la FDA ? Notre expert vous guidera gratuitement à travers les étapes essentielles pour préparer vos produits au marché américain.

PROGRAMME D'ACHETEURS INTERNATIONAUX : Rencontrez des importateurs et distributeurs du monde entier !

Soutenu par le MAPAQ (Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec), AAC (Agriculture et Agroalimentaire Canada) et l'OMAFRA (Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario), ce programme met en relation les exposants avec des acheteurs internationaux à la recherche de nouvelles opportunités d'approvisionnement.

Parmi les entreprises ayant participé par le passé figurent : Grupo Piscimex, H-E-B, Soriana, Meijer.

PROGRAMME D'ACHETEURS CANADIENS : Établissez des liens avec les grands détaillants canadiens !

Accédez aux principaux acheteurs canadiens, y compris les membres de United Grocers Inc. (UGI), et développez votre présence au sein de l'industrie alimentaire florissante du Canada.

100% des
acheteurs
satisfaits

2/3 rendez-vous
conduiront à une
vente

Mise en relation
ciblée, approuvée
par les acheteurs



Inscrivez-vous en quelques minutes

Découvrez vos matches



Planifiez vos rendez-vous



Faites des affaires

CRITÈRES DE SÉLECTION DU PROGRAMME

Haute direction

importateurs alimentaires, grossistes en épicerie, grands détaillants alimentaires, détaillants spécialisés et opérateurs du service alimentaire.

Matchmaking

Les acheteurs participants s'engagent à des rencontres préorganisées durant le salon avec des exposants de SIAL Canada soigneusement sélectionnés pour répondre à leurs besoins.

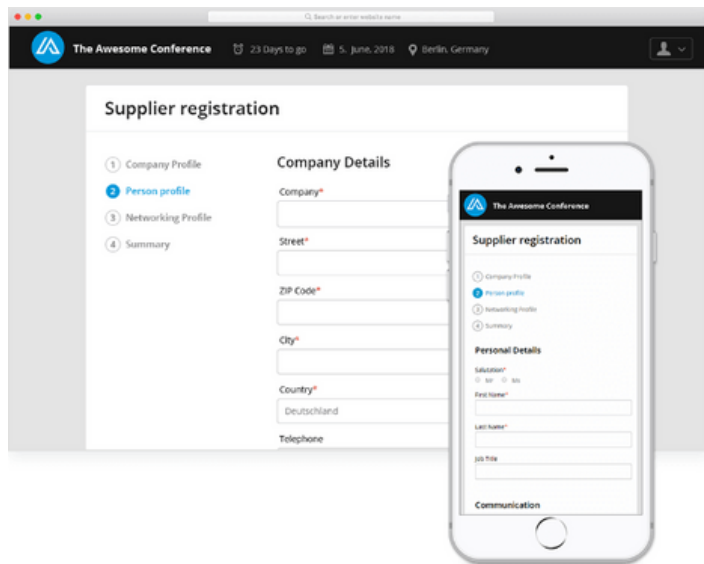
7 avril 2025

Le matchmaking débutera la semaine du 7 avril ! Tous les exposants doivent être inscrits avant cette date.

OBTENEZ DES AVANTAGES EXCLUSIFS : INSCRIVEZ-VOUS GRATUITEMENT À NOTRE PROGRAMME ACHETEURS !



CONTACTEZ-NOUS DÈS MAINTENANT ! LE MATCHMAKING OUVRE EN AVRIL 2025 !
VISITORS@EXPOCANADAFRANCE.COM



ÉTAPE 1 : Inscription rapide et facile

Vous pouvez vous inscrire en 3 étapes simples :

1. Entrez les données de votre entreprise.
2. Entrez les données de la personne participant.
3. Entrez des informations sur le produit ou service que vous recherchez.

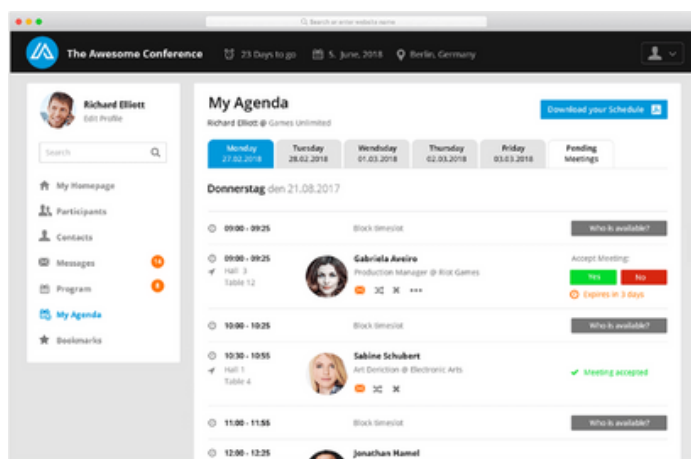
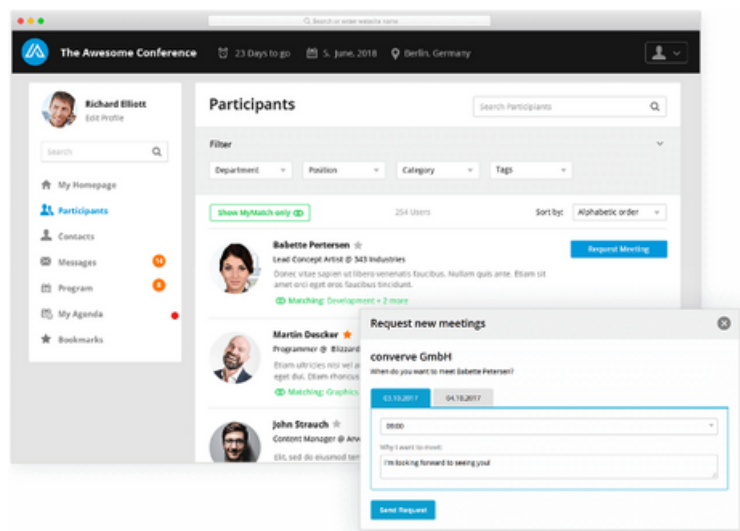
Dans le profil de réseautage, vous décrivez vos objectifs lors du salon et saisissez d'autres informations pertinentes pour le réseautage afin de trouver les matchs parfaits parmi les acheteurs.

Après une inscription réussie, vous recevrez une confirmation par courriel. Quatre semaines avant le salon, vous recevrez un autre courriel vous informant que vous pouvez désormais commencer à réseauter.

ÉTAPE 2 : Réseautage avec les acheteurs

Notre algorithme de jumelage vous fournira des suggestions d'acheteurs potentiels pour des rencontres. Vous pouvez également utiliser les fonctionnalités de recherche pour filtrer exactement le type d'acheteur que vous recherchez. Enregistrez les matchs potentiels dans votre liste de favoris. Demandez des rendez-vous et réagissez aux demandes entrantes, en décidant si vous souhaitez les accepter ou les rejeter, ce qui vous aide à remplir votre emploi du temps.

Vous pouvez également envoyer et recevoir des messages privés, bloquer des créneaux horaires et mettre à jour votre profil public. Nous offrons tous les outils dont vous avez besoin pour étendre votre réseau professionnel lors de l'événement.



ÉTAPE 3 : Votre programme d'événement personnel

Dans l'aperçu du programme, vous trouverez des informations sur votre agenda de réunions, y compris les dates, les horaires et les informations sur les acheteurs que vous allez rencontrer. Sur notre plateforme, vous pouvez créer votre propre programme personnel d'événements.

INSCRIVEZ-VOUS!



OBTENEZ DES AVANTAGES EXCLUSIFS : INSCRIVEZ-VOUS
GRATUITEMENT À NOTRE PROGRAMME ACHETEURS !



CONTACTEZ-NOUS DÈS MAINTENANT ! LE MATCHMAKING OUVRE EN AVRIL 2025 !
VISITORS@EXPOCANADAFRANCE.COM



PRÉPARATION ET SUCCÈS : PRÉSENTATIONS AUX ACHETEURS

Si vous choisissez de participer à notre Programme d'Acheteurs, il est conseillé de planifier à l'avance votre stratégie de croissance et de définir les objectifs que vous souhaitez atteindre : augmenter la part de marché, lancer de nouveaux produits, renforcer les canaux de distribution, rechercher de nouveaux partenariats, etc. Ces réunions en tête-à-tête sont relativement courtes (20 minutes). Cependant, pour tirer pleinement parti de ces opportunités, il est essentiel de garder à l'esprit quelques directives.

SE PRÉPARER ADÉQUATEMENT AVANT LES RENDEZ-VOUS

- La plateforme de jumelage vous permet d'explorer les profils d'acheteurs avec lesquels vous aurez l'opportunité de discuter. Prenez le temps d'examiner et de rechercher soigneusement leur entreprise. Il est essentiel d'avoir une compréhension solide du marché cible, de la clientèle, ainsi que des offres et des exigences de l'acheteur.
- Assurez-vous que votre liste de prix, vos conditions de paiement et vos méthodes sont bien préparées ou examinées à l'avance. De plus, créez des présentations concises et percutantes qui mettent en valeur comment vos produits peuvent bénéficier considérablement à l'acheteur et répondre à ses besoins.
- Préparez un document de présentation à partager avec l'acheteur, comprenant vos coordonnées, une description de votre entreprise (histoire, mission, valeurs, réalisations, etc.), des détails sur la gamme de produits (caractéristiques, spécifications techniques, comparaisons concurrentielles, points de vente uniques), ainsi que du matériel supplémentaire tel que des revues de presse, des certifications et des listes de clients.
- Apportez des fiches d'informations informatives sur vos principaux produits et formulez des questions stratégiques pour identifier rapidement les acheteurs alignés sur vos objectifs.
- Avoir un site web fonctionnel capable de répondre aux demandes de renseignements sur les produits et de traiter les commandes est crucial pour un résultat réussi.
- Préparez le matériel pour les dégustations de produits, y compris des verres, des couverts et des ustensiles, et assurez-vous d'avoir un approvisionnement suffisant en outils promotionnels tels que des brochures, des échantillons et des recettes, surtout pour les produits qui peuvent présenter des défis de présentation.

PRÉSENTER EFFICACEMENT VOTRE PROPOSITION LORS DES RENDEZ-VOUS

- Vous devez illustrer de manière efficace comment vos produits répondent aux besoins des consommateurs, reflètent les tendances du marché ou se distinguent de la concurrence. De plus, souligner les avantages pour l'acheteur est crucial. Pour ce faire, une solide connaissance du profil de l'acheteur, de la clientèle, du secteur et des tendances du marché est impérative.
- Démontrez la crédibilité, l'expertise, la force et la fiabilité de votre entreprise. Cela peut inclure la mise en avant des succès passés, des certifications, des clients et partenaires réputés, des tests indépendants, des délais de livraison garantis et des solutions d'emballage sur mesure.
- Mettez en avant vos dernières innovations et réalisations, démontrant votre engagement à rester en tête dans l'industrie.
- Maintenez une attitude positive et réceptive, en faisant preuve d'attention aux besoins et aux attentes de l'acheteur. Impliquez-les en posant des questions pertinentes pour mieux comprendre leurs exigences.
- Adaptez votre discours pour répondre aux préférences de l'acheteur et évitez d'être trop insistant.
- Apportez des notes détaillées sur l'acheteur que vous rencontrez. Allez au-delà des informations figurant sur leur carte de visite en gardant un bloc-notes ou une tablette à portée de main pour noter les questions clés et les éléments de suivi.
- Concluez la réunion en résumant les points clés discutés et en exposant vos plans pour les actions de suivi.

LE SUIVI APRÈS RENDEZ-VOUS

- Après la réunion, assurez-vous de faire un suivi rapide en envoyant un e-mail à l'acheteur, en leur rappelant les caractéristiques clés de votre produit(s). Fournissez toutes les informations supplémentaires, la documentation ou les échantillons demandés lors de la réunion.
- Évaluez les résultats de la réunion. Bien que vous ne réalisiez pas toujours des gains financiers immédiats de l'entretien, vous pouvez recueillir des informations précieuses pour affiner votre stratégie ou votre produit/présentation.