



Mesdames, Messieurs,

Dans la continuité de notre plan stratégique "DriveTheChange" initié depuis le début de l'année 2018, GB Group, au travers de ses trois marques Grégoire Besson, Rabe & Agriway déploie de nouvelles stratégies en termes de marketing et de promotion des ventes.

Concernant les salons, GB Group souhaite privilégier les événements au plus près de ses utilisateurs, prospects et partenaires.

Pour les salons internationaux, nous avons décidé de nous concentrer uniquement sur Agritechnica et de ne pas participer au SIMA.

Ce choix nous permet de renforcer notre présence sur des salons comme Innovagri, SPACE ou le salon des ETA / CUMA. Il nous permettra surtout d'organiser de nombreux moments d'échanges avec nos clients et réseaux en les recevant lors d'événements, comme les GB Days organisés en Avril dernier.

Privilégier des relations basées sur l'écoute et l'échange reste un des piliers de notre approche stratégique, nous souhaitons simplement la rendre encore plus productive et qualitative.



Patrick Besson, Président de GB Group :

"Nous avons participé au SIMA depuis de très nombreuses années et de manière très significative. L'évolution des pratiques commerciales nous conduit à nous renouveler dans l'approche cliente."

Nos équipes et vos correspondants habituels restent à votre disposition pour répondre à vos éventuelles questions.



Patrick BESSON

Président GB Group