

CHECK LIST "EXPOSITION SALON"



Cette liste est à adapter et à personnaliser. Elle doit bien entendu être simplifiée lorsqu'elle concerne la participation à des petits salons locaux.

PLANIFIER SA PARTICIPATION À UN SALON

Nota : les cases rondes de la colonne de droite sont à cocher, une fois la tâche réalisée (principe de la check-list)

Phase 1 : lancement de l'opération

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Récupération des documents de base : > Présentation du salon > Annuaire des exposants du salon précédent > Plan du salon, plan d'accès > Procédure d'admission, tarifs > Fiches d'inscription...				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Consultation des organismes professionnels : <i>CCI, Chambre de Métiers, Medef, CGPME, syndicats professionnels...</i> pour obtenir des avis, savoir si une participation groupée est envisagée, etc... Eventuellement, visite préalable du salon en vue de la participation à la prochaine édition.				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Constitution du groupe de projet : <i>répartition des rôles de chacun...</i>				<input type="checkbox"/>
Désignation des collaborateurs présents sur le stand				<input type="checkbox"/>

<p>Organisation d'une réunion de "calage" :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Rappel éventuel du bilan des précédents salons et des conclusions à en tirer. > Les attentes vis-à-vis de la manifestation > Le concept global de stand > Le budget global... 				○
<p>Préparation du planning des opérations, <i>établissement d'une check-list précise...</i></p>				○
<p>Choix définitif de l'emplacement et de la surface, des prestations et installations (électricité, arrivée d'eau...)</p>				○
<p>Inscription auprès de l'organisateur</p>				○
<p>Organisation de l'hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Choix hôtel, réservation > Obtention du plan d'accès 				○ ○

Phase 2 : préparation du concept de stand

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
<p>Choix de la solution "stand"</p> <ul style="list-style-type: none"> > Solution "sur mesure" > Solution "standard" > Solution mobile légère <p><i>En acquisition ou location...</i></p>				○
<p>Choix d'un prestataire éventuel :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Identification > Obtention des devis > Choix et contrat 				○ ○ ○
<p>Supervision de la conception du stand</p>				○
<p>Organisation des cloisons et panneaux secondaires, d'un éventuel mini-local de stockage fermé à clé</p>				○
<p>Choix des produits et savoir-faire à exposer, définition des messages commerciaux de base à faire passer</p>				○

Choix des machines et/ou matériels de démonstration				<input type="radio"/>
Choix des supports d'exposition, des produits, des vitrines...				<input type="radio"/>
Choix des éléments mobiliers d'accueil : comptoir, fauteuils, table et chaises...				<input type="radio"/>
Souscription des contrats d'assurance (RC...) si non prévus en totalité lors de la réservation				<input type="radio"/>

Phase 3 : communication

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Conception des tarifs spécifiques "salons"				<input type="radio"/>
Préparation de supports d'affichage : <ul style="list-style-type: none"> > Panneaux et signalétique d'identification > Banderoles > Affiches, totem... 				<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Préparation des animations : <ul style="list-style-type: none"> > Vidéo, sono... > Démonstrations "live" > Concours, tirage au sort... > Echantillons, objets publicitaires et cadeaux 				<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Préparation de la documentation commerciale : <ul style="list-style-type: none"> > Cartes de visite > Plaquettes, catalogues... : (compte tenu du coût, les réserver aux contacts les plus sérieux). > Dépliants > Fiches techniques > Press-book... > Fiches contact 				<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Réservation des espaces publicitaires : <ul style="list-style-type: none"> > Annuaire des exposants > Presse spécialisée... 				<input type="radio"/> <input type="radio"/>

Préparation des invitations : <ul style="list-style-type: none"> > Conception des fichiers clients, prospects... > Commande des entrées gratuites supplémentaires > Conception du message > Envoi > Relances éventuelles 				<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Communication sur les courriers divers : stickers, logo du salon...				<input type="radio"/>
Communication sur le site Internet de l'entreprise.				<input type="radio"/>
Préparation et envoi d'un dossier de presse au responsable communication de la société ou de l'organisme gérant le salon. <i>Ce dossier sera généralement remis par l'organisateur aux journalistes qu'il a lui-même invités sur le salon.</i>				<input type="radio"/>
Préparation et envoi d'un communiqué de presse aux revues professionnelles annonçant la participation au salon avec description des produits phares, les noms des contacts commerciaux sur le salon et dans l'entreprise...				<input type="radio"/>
Gestion des contacts sur le stand : <ul style="list-style-type: none"> > Conception des fiches contacts clients et prospects > Définition du suivi et des relances pendant et après le salon... 				<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Participation à d'éventuelles conférences organisées pendant la durée du salon				<input type="radio"/>
Habillement des collaborateurs présents sur le stand				<input type="radio"/>

Phase 4 : préparation petit mobilier et matériels, fournitures diverses...

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Petit mobilier et équipements légers... > Tables, comptoir... > Chaises/tabourets > Présentoirs documentations > Porte-manteau...				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Electroménager : > Réfrigérateur > Cafetière électrique, bouilloire... > Aspirateur				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Eclairage annexe				<input type="checkbox"/>
PC portable, batterie et alimentation secteur				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Vidéoprojecteur, écran...				<input type="checkbox"/>
Téléphone				<input type="checkbox"/>
Bricolage, dépannage : > Diable repliable > Caisse à outils complète > Escabeau > Electricité : prises multiples, adaptateurs, rallonges... > Agrafeuse à percussion et recharges > Ciseaux, cutter > Adhésif double face > Pattafix > Fil de nylon solide....				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Fournitures de bureau : > Stylos > Bloc papier > Agrafeuse				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Petite restauration : > Eau minérale, jus de fruits > Apéritif (boissons, biscuits) > Café, sucre > Vaisselle jetable > Décapsuleur, tire-bouchon > Serviettes papier, lingettes > Sacs poubelle...				<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Divers : <ul style="list-style-type: none"> > Petite pharmacie : aspirine, sparadrap... > Détachant (tâches sur vêtements...) 				○
Appareil photo numérique et batteries				○

Phase 5 : acheminement, mise en place

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Organisation d'une réunion générale de briefing : <ul style="list-style-type: none"> > Rappel des objectifs de l'expo au salon > Rappel du planning des permanences sur le stand > Rappel des procédures mises en place (<i>gestion des contacts...</i>) 				○
Organisation de l'envoi du matériel (transporteur) ou convoyage personnel : <ul style="list-style-type: none"> > Stand > Equipements > Fournitures > Documentations... 				○
Préparation du matériel emporté personnellement par les collaborateurs sur le salon				○
Préparation des badges, cartes de parking exposant, double des inscriptions auprès de l'organisateur, plan d'accès, plan de la ville....				○
Organisation du départ des collaborateurs et du petit matériel				○
Dernières vérifications des horaires de mise en place et des horaires d'ouverture au public, des réservations faites pour l'hébergement des collaborateurs...				○
Mise en place : <ul style="list-style-type: none"> > Supervision du montage > Installation des petits matériels 				○

Phase 6 : permanence sur le stand

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Accueil des clients, des visiteurs...				<input type="radio"/>
Prospection sur le salon				<input type="radio"/>
Collecte des informations sur les concurrents				<input type="radio"/>
Analyse des réactions des visiteurs, enquête de satisfaction...				<input type="radio"/>
Démontage du stand				<input type="radio"/>

Phase 7 : après le salon

Liste des tâches	Personne concernée	Coût spécifique	Date limite	Tâche effectuée
Envoi des documentations demandées				<input type="radio"/>
Relances à effectuer				<input type="radio"/>
Premier bilan du salon : ressenti, chiffrage, dysfonctionnements, analyse de tendances du marché, analyse de la concurrence...				<input type="radio"/>
Synthèse des améliorations à apporter pour une prochaine exposition				<input type="radio"/>

QUELQUES POINTS À SURVEILLER ATTENTIVEMENT

Ils sont nombreux... mais les plus classiques sont les suivants :

- Les délais d'inscription au salon pour arriver à obtenir un bon emplacement.
- Le choix géographique de l'emplacement du stand dans le salon. Un bon emplacement n'est pas nécessairement proche de l'entrée ou de la buvette...
- La disponibilité réelle des produits à exposer : *risques de retard de sortie de la nouvelle gamme, etc...*
- Le sérieux et la solidité financière de l'éventuel prestataire concepteur du stand.
- La disponibilité des collaborateurs prévus sur le stand : *des imprévus sont à craindre...*
- L'hébergement des collaborateurs en cas de salon éloigné.
- L'acheminement complet en temps et en heure des divers éléments d'exposition.
- La disponibilité de la documentation commerciale en quantité suffisante.
- Les vols sur le stand, *un sujet récurrent !*
- Les assurances. Bien souvent les problèmes interviennent au montage ou au démontage du stand. Les accidents qui se produisent ne sont pas toujours couverts par l'assurance proposée par l'organisateur, ni par l'assurance habituelle de l'entreprise.
- L'aspect attractif du stand : *absence d'éléments qui attirent l'œil, manque d'animations...*
- Les attitudes commerciales des collaborateurs : *absences fréquentes du stand, attitude recroquevillée au fond du stand derrière un écran d'ordinateur, type de contacts qui indisposent les visiteurs...*
- La prise des renseignements sur les fiches-contact et la gestion de ces fiches : *risques importants de perte des informations collectées, notamment en fin de salon.*
- Le démontage du stand : *il arrive souvent que le rôle de chaque collaborateur n'ait pas été précisé...*
- Le suivi des contacts commerciaux : *énormément de déperdition par manque d'organisation !*

IDENTIFIER UN SALON

Quelques sites Internet utiles :

www.salons-online.com
www.foiresaloncongres.com
www.agenda-salon.fr

Le présent document vous a été offert par Novasun...

Novasun, école de vente pour les professionnels

Une approche différente des techniques commerciales : vendre plus efficacement en respectant son client !

Vos objectifs ?

- ▶ Améliorer les pratiques des commerciaux expérimentés ?
- ▶ Initier des "non-commerciaux" à la logique commerciale, former des commerciaux débutants ?
- ▶ Découvrir et appliquer de nouvelles techniques de vente bien plus efficaces ?
- ▶ Manager et motiver durablement votre équipe commerciale ?

Formation de 1 à 5 jours
en collectif ou en individuel



Au programme, selon votre propre choix...

- > Développer un accueil de qualité, au téléphone ou sur le lieu de vente.
- > Décrocher plus de rendez-vous utiles sans "forcer la main" du prospect.
- > Donner une bonne impression en 30 secondes ou l'art de mieux se présenter.
- > Pratiquer une véritable écoute. Découvrir les vrais besoins et motivations du client.
- > Argumenter plus efficacement, démontrer, séduire son interlocuteur.
- > Défendre avec succès ses prix et ses marges.
- > Conclure sans jamais repartir les mains vides, réaliser des ventes additionnelles.

mais aussi...

- > S'automotiver pour passer à l'action, organiser son planning de vendeur.
- > Créer et utiliser des supports de communication percutants.
- > Rédiger et présenter des propositions commerciales qui sortent du lot.
- > Fidéliser sa clientèle.
- > Motiver durablement son équipe commerciale, créer de la cohésion d'équipe.
- > Adopter la bonne stratégie de développement commercial, bâtir son plan d'action...

Nous adaptons totalement le programme au contexte de votre entreprise.

Jean-Marc GANDY est également auteur de cinq ouvrages pratiques édités par AFNOR EDITIONS.

Nos engagements :

- ▶ Nous vous transmettons un vrai savoir-faire commercial issu du terrain.
- ▶ Notre méthode, Impact Vente ®, allie efficacité et respect du client.
- ▶ Nos formations comprennent 75 % de mise en pratique.
- ▶ Vos collaborateurs trouveront une motivation nouvelle et durable dans leur métier.
- ▶ Vos collaborateurs seront remarqués et estimés pour leur professionnalisme commercial.

NOVASUN – Formation Vente www.novasun.fr
04 50 66 02 16 imgandy@novasun.fr