

Aide-mémoire exposant

Vous êtes artisan, commerçant, démonstrateur, agent commercial et vous voulez :

- Exposer sur une ou plusieurs manifestation(s)
- Bien choisir vos lieux d'exposition
- Programmer votre agenda de lieux d'expositions
- Rentabiliser vos actions commerciales
- Obtenir les moyens gratuits pour communiquer
- Vous faire connaître auprès des organisateurs de manifestations

L'Officiel des Foires Marchés et Brocantes peut vous aider dans toutes vos démarches en mettant à votre disposition des moyens pour « bien vous organiser ».

EXPOSER OUI, MAIS POURQUOI ET COMMENT

Rien ne sert de perdre du temps et engager des frais si on ne répond pas à ces premières questions.

Quel type de salon est le plus proche de vos activités et quel est l'intérêt des visiteurs que vous souhaitez rencontrer ?

Dans quel type de salon dois-je donc exposer pour rencontrer le public intéressé par mes activités ?

Quels sont mes objectifs ? Lancer de nouveaux produits ou services ? Vendre ? Fidéliser une clientèle déjà acquise ? Acquérir une notoriété ? Rechercher des partenaires ?

Quelques préalables

Compte tenu de la bonne fréquentation de certains salons, on peut envisager de faire connaître rapidement ses activités, encore faut-il obtenir de l'organisateur des chiffres de fréquentation qui correspondent à la réalité. Un organisateur sera d'autant plus crédible s'il justifie en complément d'enquêtes auprès des visiteurs pour connaître leurs motivations de déplacement. Ces premières informations vous permettront de faire un premier classement dans le choix de vos manifestations. Viendra ensuite le moment des choix de vos lieux d'exposition qui dépendront de plusieurs éléments (votre disponibilité, les temps de déplacement, les temps d'installation et de démontage, les besoins éventuels en personnel, le coût de location et les autres charges, le chiffre d'affaire envisagé, l'approvisionnement, la communication, ...).

De la bonne préparation notamment par la mise en place d'un planning (sur une période de 12 mois) dépendront vos chances de réussite.

Notre recommandation : Veillez à être en parfaite condition physique, la présence régulière sur des stands est fatigante et stressante

1° Visiter les salons (J – 12)

Visiter les salons qui vous semblent intéressants doit être votre première démarche. « Respirer » les lieux, l'ambiance, repérer les emplacements prioritaires, discuter avec les exposants, les visiteurs, récupérer les documents du salon (catalogues, publicité..) constater les efforts de communication de l'organisateur (presse, affichage, autres médias..)

Ces déplacements vous permettront de voir les actions de vos concurrents, d'engager peut-être des relations commerciales avec des exposants déjà installés dans la place et ainsi bénéficier de nombreux atouts pour négocier votre emplacement pour l'année suivante.

Notre recommandation : utilisez également largement internet pour avoir une autre approche des manifestations.



Foires Marchés & Brocantes

Édicousse – 46090 Arcambal – Tél 05 65 31 44 00
contact@edicousse.fr – www.officiel-presse.com

2° Etablir un budget prévisionnel salons (J - 9)

Outre les frais directs (location du stand, assurance, publicité catalogue..), il convient d'ajouter le cas échéant d'éventuels frais de personnel, de transport de marchandise, de décoration. Il ne faut pas oublier les frais de déplacement, de restauration et d'hébergement si la manifestation s'étale sur plusieurs jours et/ou si l'éloignement de votre domicile ne vous permet pas d'y revenir chaque soir.

Pour chaque salon retenu, une fiche dépenses vous permettra de totaliser les frais à engager. Un tableau récapitulatif vous servira de comparatif à la fin de chaque salon avec les ventes effectuées.

Notre recommandation : Différenciez bien les postes dépenses sur lesquels vous pouvez réaliser des économies de ceux qui sont incompressibles et n'hésitez pas à négocier des délais de paiement lorsque cela est possible.

3° Valider vos choix (J - 5)

Vos repérages vous ont permis de mettre à profit les lieux stratégiques sur lesquels vont se porter vos choix (accès et allées principaux, proximité de lieux tels que les bars, salons d'attente, toilettes (pas trop proche néanmoins!). Evitez cependant les lieux trop excentrés et sombres. N'oubliez pas de valider avec l'organisateur les branchements nécessaires : électricité, internet. Pensez d'ores et déjà à l'aménagement et la signalétique de votre stand. Un petit croquis et un plan à l'échelle vous permettront de bien vous organiser et notamment d'anticiper sur l'emplacement pour chaque chose (mobilier, stock, documents...).

Certains salons proposent des espace intérieurs et extérieurs : attention à faire le bon choix et vous renseigner des possibilité offertes pour une option de changement de lieu et sa date de souscription définitive. Renseignez-vous également des conditions d'annulation du fait de l'organisateur (manifestation annulée, conditions atmosphériques...). Attention cependant à ne pas trop vous précipiter pour la signature de votre contrat de location, même si les inscriptions se font dans l'ordre d'arrivée. Certains organisateurs proposent des conditions intéressantes (tarif bouclage).

Notre recommandation : comparez à dates équivalentes les différents salons pouvant se faire concurrence.

4° Communiquez et invitez (J – 3)

Que vous ayez des clients ou non dans la zone où se tient le salon, votre impact sera d'autant plus important si vous commencez à communiquer en amont. Appuyez vous sur une liste pouvant être constituée de destinataires classés par catégorie (clients, prospects, fournisseurs (si certains résident sur le secteur, ils seront heureux de venir vous rencontrer) sans oublier la presse départementale (régionale si le rayonnement de la manifestation est important).

Ajouter à votre invitation presse, une fiche de présentation de vos activités avec un ou deux visuels. Inutile d'envoyer trop de papier ; trop d'info tue l'info !

Incluez dans chaque fiche contact le mail du destinataire ; cette information est aujourd'hui indispensable.

Si le salon met à votre disposition des invitations, utilisez les. Pensez également à mettre à jour votre site internet en indiquant vos lieux d'exposition.

A 3 mois du salon, il faut préparer les documents qui seront remis aux visiteurs ; de leur qualité dépendra aussi l'impact de votre action. N'hésitez pas à contacter un spécialiste de la communication (contactez-nous!)

Notre recommandation : incitez les destinataires de vos invitations à venir sur le stand pour y recevoir un cadeau.



5° Ultimes vérifications (J – 1)

Assurez-vous que vous disposez dans le dossier constitué pour chaque salon des documents de réservation, de la fiche planning, de la fiche budget prévisionnel ainsi que tous les documents relatifs à la manifestation, sans oublier les documents à remettre aux visiteurs.

Listez le matériel que vous devez emporter ou faire livrer. Assurez-vous que votre moyen de transport (voiture, camionnette) sera opérationnelle au premier coup de démarreur. Vous pouvez consulter les sites internet des médias de la ville et/ou du département pour vous rendre compte des actions menées par l'organisateur. Appelez les rédactions pour vous assurer que vos invitations sont bien arrivées, n'hésitez pas à demander le nom des journalistes qui couvriront la manifestation. S'il s'agit d'une localité éloignée de la rédaction départementale, il peut y avoir un correspondant. N'hésitez pas à demander ses coordonnées pour lui envoyer une invitation. Vérifiez également la bonne arrivée de vos invitations auprès des autres destinataires : un petit sondage par catégorie suffira.

Préparez un répertoire visiteurs pour enregistrer l'ensemble de leurs coordonnées ainsi qu'un récapitulatif de l'entretien. Obtenez de leur part leur carte de visite, cela évitera toute erreur de recopie.

Notre recommandation : pensez à enregistrer sur votre téléphone portable tous les numéros utiles pour la manifestation, vous gagnerez un temps précieux en cas de besoin d'appel immédiat

6° Souriez et animez (Jour J)

C'est vieux comme le monde, mais le sourire est communicatif et attire l'oeil.

Le sourire a 4 effets, celui de communiquer de la confiance, du bonheur, de l'enthousiasme et l'acceptation de la sympathie.

Utilisez votre corps, votre voix (parlez avec conviction), votre gestuel et dégagez de l'assurance avec votre posture. Sachez que captiver, ce n'est pas seulement savoir raconter, c'est aussi être en lien avec vos interlocuteurs dont vous étudierez leurs réactions et comportements.

Attirez vos visiteurs par une démonstration (on peut se faire aider par 'un démonstrateur professionnel). Un écran peut également vous permettre de commenter des images et répondre aux questions du public. Pensez également à la sonorisation, les lieux d'exposition sont souvent bruyants (musique d'ambiance, bruits de fond...).

Notre recommandation : N'oubliez pas de faire des photos et/ou films de votre stand durant la manifestation et notamment les utiliser pour illustrer votre site internet.

Et n'oubliez pas l'après salon !

Il convient maintenant de faire le bilan de la manifestation. Outre son aspect financier, il faut établir un plan de contact avec les personnes qui se sont arrêtées sur votre stand, d'où la nécessité de bien conserver leurs coordonnées. En suivant méthodiquement chacun de vos contacts, soit par un premier courrier ou mail de remerciements, soit par un envoi de documentation complémentaire, vous arriverez ainsi à imprimer votre action. Ne laissez jamais vos visiteurs sans nouvelles .

Notre recommandation : pensez également à recontacter les personnes invitées et qui ne se sont pas présentés à votre stand.

•

Une question, une hésitation, un conseil ?

L'Officiel des Foires Marchés et Brocantes vous propose ses services :

- Conception et impression de documents (tous formats et tous supports)
- Aide à la rédaction d'articles et de contacts avec la presse (tous départements)



Foires Marchés & Brocantes

Édicousse – 46090 Arcambal – Tél 05 65 31 44 00
contact@edicousse.fr – www.officiel-presse.com