



## COMMENT PARTICIPER À UN SALON ?

LIVRE Blanc

### LES DIFFÉRENTES ÉTAPES, CONSEILS ET ASTUCES

Spécialisé dans l'installation générale d'événements,  
France Événements Services est le partenaire des organisateurs de congrès,  
foires et salons, des parcs expositions et des centres de congrès.

[www.france-evenements-services.fr](http://www.france-evenements-services.fr)

Foires & Expositions | Congrès | Séminaires & Conventions | Colloques & Assemblées | Conférences |  
Centre de presse | Espace VIP | Inaugurations | Concerts | Lancements de produits |  
Road show | Événements sportifs | Concours & Examens

# Quelques astuces pour bien préparer votre participation à un salon

Plus que jamais, le média salon reste une valeur sûre. En ces temps moroses, il est vital de se recentrer sur sa relation client, de mettre tout en oeuvre pour aller à la rencontre de ses clients et prospects.

**Le salon professionnel est un des meilleurs outils pour rencontrer un public ciblé** en un temps record, pour prendre le pouls du marché et découvrir les dernières nouveautés.

Bien préparer son salon, permettra d'optimiser son investissement.



**France Evénements Services Installateur général d'événements** pour les Parcs des Expositions, Palais des Congrès, Complexes Sportifs, Salles de Spectacles, Collectivités Locales, Chambres Consulaires, Syndicats Professionnels, Organismes Privés, Centrales d'Achat, Entreprises Publiques et Privées, Grandes Ecoles, Universités, Associations, Agences de communication et d'évènementiel...

# Préparer les équipes :

Briefez les équipes, répartissez les rôles, organisez le planning, affutez les argumentaires et préparez vos meilleurs sourires.

**Tout doit être mis en oeuvre pour séduire et accueillir** dans les meilleures conditions clients et futurs clients.

Vous pouvez également pré-organiser des rendez-vous sur salon avec vos clients et prospects.



**France Evénements Services :** Installation générale de salons, congrès, expositions, foires, symposiums, colloques, séminaires, conférences, événements sportifs...

# Un stand visible et accueillant

Quel que soit le stand : modulaire, collectif, packagé, éco-conçu, en îlot... pensez à **maximiser votre visibilité, mettez-vous à la place du visiteur.**

Réalisez des supports : affiche, kakémono, poster... avec un contenu simple et clair. Le visiteur doit comprendre en un clin d'oeil qui vous êtes et quels sont vos produits et services, jouez sur les couleurs, essayez de vous démarquer de la concurrence (ballon gonflable, mur végétal, comptoirs lumineux...).

Utilisez les atouts de votre espace : angle ouvert, poteau pour communiquer plus haut, réservez les emplacements stratégiques (l'allée principale, près d'un Bar...) stand en îlot... aménagez l'espace de manière à inciter le visiteur à rentrer sur votre stand.

Ne pas oublier l'animation du stand : vidéo, jeu, concours, démonstration, moment de convivialité (dégustation, café, cocktail...)



**France Événements Services** : Location et aménagement de stands, stands modulaires, stands packagés, stands collectifs, stands en îlot, stands éco-conçus.

## Communiquer sur votre participation :

Annoncez sur votre site internet, blog et réseaux sociaux votre participation à la manifestation. Invitez vos clients et prospects par courrier, par mail mais également par le biais des réseaux sociaux (viadeo, linkedin, Facebook...).

Communiquez sur vos nouveautés, pensez au communiqué de presse ou dossier de presse pour présenter vos nouveautés aux journalistes en visite sur le salon.

Utilisez les supports de communication proposés par les organisateurs du salon.

Préparer un QR Code (petit code barre, carré noir et blanc) à flasher sur votre stand renvoyant vers un descriptif produit et entreprise, vous limiterez ainsi le nombre d'impression de document.

Prévoyez de la documentation, des cartes de visites en nombre...



En véritable architecte de l'événement, **France Événements Services** vous accompagne dans toutes les étapes de l'organisation de la manifestation : élaboration des plans, suivi du montage et du démontage, accompagnement technique lors de l'installation des exposants, réalisation de la signalétique, location du mobilier et de la décoration florale...

# Identifier le prospect

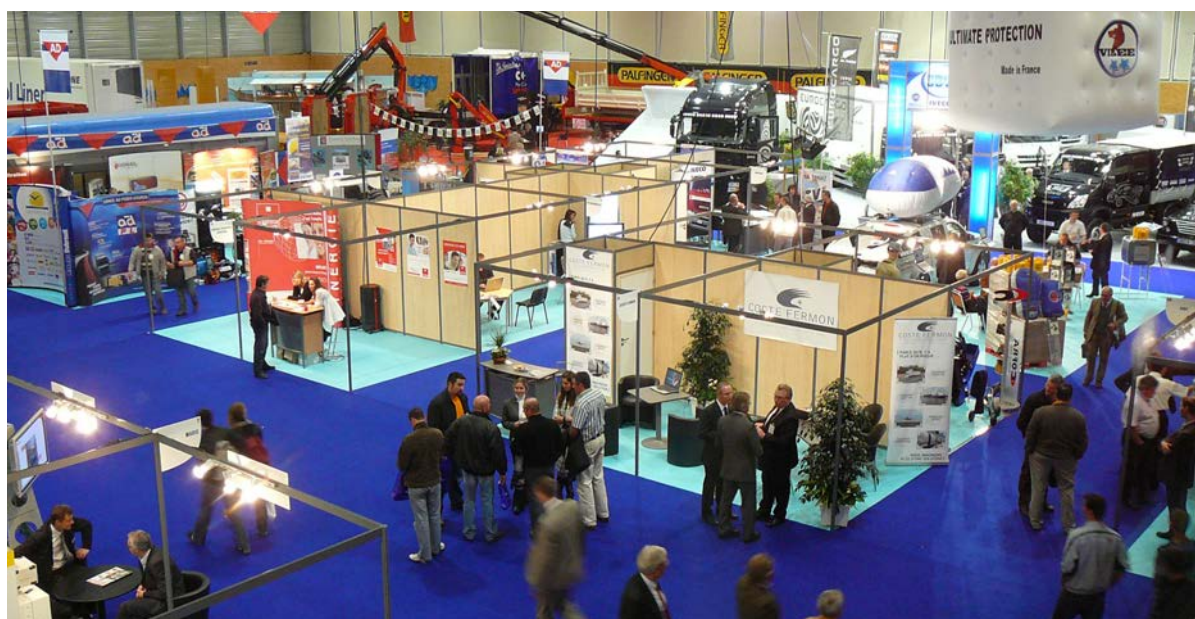
Le jeu consistera à susciter l'intérêt du visiteur et à **renseigner le plus de personnes possible tout en différenciant les prospects des simples curieux.**

Allez au-devant des visiteurs, invitez le prospect à rentrer sur le stand pour une conversation plus détaillée, mettez-le en confiance. N'oubliez pas, soyez souriant.

# Inviter le visiteur à entrer sur le stand

Votre espace stand doit être un espace accueillant et vivant. Invitez le visiteur à rentrer sur le stand, à s'asseoir, à boire un café.

En plus de vos présentations et conseils, proposez lui des démonstrations, des animations et des jeux, ceci dans le but d'attirer et de créer une dynamique. Vous pouvez également prévoir des moments festifs, cocktail, tirage au sort, distribution de goodies, dégustation de produits régionaux...



**France Événements Services** propose toute une gamme de stands packagés, prêts à l'emploi et personnalisables.

# Transmettre des informations

Facilitez la transmission de vos informations. En complément de la plaquette traditionnelle et de la carte de visite, mettez en ligne vos documents à télécharger, proposez de les regrouper derrière un QR code, ou envoyez tous les éléments après le salon...

# Qualifier son fichier

Un salon est un outil idéal pour se constituer un fichier prospects qualifié. A partir d'outils fournis par les organisateurs : scan, QR code ou applications spécifiques..., ou en utilisant la bonne vieille méthode du carnet à fiche, récupérez le maximum d'informations sur chaque visiteur pour pouvoir les renseigner, les relancer après le salon.



**France Événements Services installe également :** Cloison modulaire, moquette recyclable, un éclairage adapté répondant aux normes environnementales , la signalétique et propose un service de location de mobilier.

# Exploiter les fiches contacts

Puis, une fois comptabilisées, attachez-vous à exploiter les fiches contacts ou le fichier excel que vous aurez constitué à l'occasion de ce salon.

Le salon est rarement le lieu où l'on signe des commandes mais il est un très bon tremplin pour débiter et entretenir une relation client. Intégrez vos données dans votre CRM ou fichier clients et commencez par remercier sous 8 jours les prospects et clients qui sont venus vous rendre visite. A cette occasion joignez une documentation ou mieux invitez les à une démonstration produits ou une journée portes ouvertes.

Pensez également à relancer les invités absents. Puis vient le temps de la relance téléphonique et du rendez-vous commercial. En complément de votre fichier, il est souvent possible de réaliser un mailing sur la base visiteurs du salon en louant le fichier d'adresses. N'hésitez pas à vous rapprocher de l'organisateur.



## France Événements Services

En 5 ans, l'installateur général s'est imposé sur le marché événementiel, actuellement dominé par une poignée d'acteurs.

Il a constitué autour de lui, une équipe solide de professionnels aguerris, construit son offre sur la proximité, la réactivité, la qualité des hommes et du matériel et la créativité. En véritable architecte de l'événement, il intervient et accompagne partout en France, les organisateurs de congrès, salons, foires, expositions, événements...



## Calculez le R.O.I.\*

Sur le moment Il n'est pas évident de calculer le R.O.I.\* d'une participation à un salon, les commandes pouvant prendre plusieurs mois. Il est intéressant de faire un point à 6 mois puis à 1 an sur l'évolution et la concrétisation des commandes. Le calcul du R.O.I. devra tenir compte du coût du stand (la location, l'aménagement...) mais également des coûts indirects comme l'hébergement, le transport et la restauration du personnel. Ces coûts indirects pouvant dans certains cas représenter jusqu'à 3 fois le prix de location du stand.

Au bout de quelques mois vous serez en capacité de déterminer si ce salon était une bonne opération commerciale et si sa reconduction est envisageable. Quoi qu'il en soit, le salon reste (et surtout aujourd'hui !) un des médias les plus pertinents pour rencontrer un maximum de personnes ciblées dans un minimum de temps.

\*R.O.I. Return On Investment



### **France Événements Services : plus de 850 événements installés.**

Les Salons du Mariage au Carrousel du Louvre, Marie Claire Idées à la Grande Halle de la Villette, Losang'expo au CNIT, Chimie/Pharma à Alpexpo, Le Space et Artibat au Parc Expo de Rennes, Technotrans, Formathèque, Logistic 360, Ecorismo, le salon Européen de la Pêche en Mer au Parc de la Beaujoire à Nantes, le Salon des Antiquaires et Sagetour au Parc Expo d'Angers, les Artisanales de Chartres, la Convention d'Affaires China Europa aux Docks Café du Havre, les 24 Heures du Mans, le Tour de France cycliste mais aussi de nombreuses Foires : Caen, Nantes, Rouen, Saint-Brieuc, Le Havre, Fougères, Lisieux...

