

---

# Réussir sa 1<sup>ère</sup> participation aux SalonsCE

## Les Best-Practices

---

S'inscrire en tant qu'exposant à un salon est un investissement conséquent pour une entreprise qu'elle soit privée ou public. C'est pourquoi il est nécessaire de bien s'organiser en amont, avoir les bons réflexes pendant et ne pas relâcher l'effort après, afin d'optimiser au mieux la rentabilité de sa présence.

### Le Marché des CE en vidéo

(Lien cliquable)



Quels que soient vos objectifs :

- ✓ **Prospecter** de nouveaux clients,
- ✓ **Optimiser** votre prospection commerciale,
- ✓ **Enrichir** et mettre à jour votre fichier contacts,
- ✓ **Fidéliser** vos clients habituels,
- ✓ **Présenter** vos nouveaux produits ou services,
- ✓ **Motiver** votre équipe commerciale,
- ✓ **Valoriser** votre image de marque...

L'important est de préparer votre participation pour être fin prêt le Jour J !

**Vous trouverez dans cette présentation non exhaustive et purement informative, des conseils et astuces pour réussir votre 1<sup>ère</sup> participation aux SalonsCE !**

---

# AVANT LE SALON

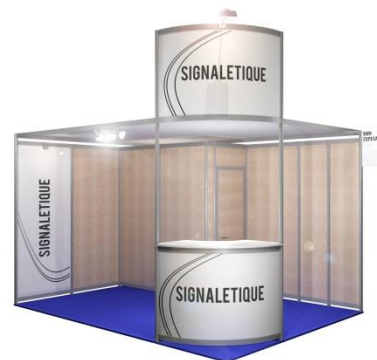
---

## Le choix du stand

En fonction de vos objectifs, choisissez tout d'abord le bon format et la bonne taille de stand ! A titre informatif, la surface moyenne louée par les exposants sur les SalonsCE, se situe entre 6 et 9m<sup>2</sup> en Région et entre 9 et 12m<sup>2</sup> à Paris.

Quelques exemples de Formules de stands et de surfaces :

- **3m<sup>2</sup>** : permet de s'assurer une présence minimale destinée principalement à se faire connaître en tant que nouvel entrant sur le marché.
- **6 et 9m<sup>2</sup>** : les best-sellers des salons régionaux ; surfaces idéales pour une bonne présentation de ses produits et services et une belle visibilité sur le salon.
- **12, 15, 18m<sup>2</sup>** : l'option collective ! Idéale pour co-exposer à plusieurs sous un même pavillon identitaire et frapper fort grâce à un stand imposant et significatif.
- Différentes Formules de visibilité et d'équipements : Comptoir, Premium, Evolution, Optimum, Pavillons thématiques...



**LE Conseil SalonsCE** : Mieux vaut un petit stand bien réfléchi qu'un grand stand peu attirant ! Attention cependant à ne pas tomber dans l'effet "quincaillerie" en débarrant sur votre stand l'ensemble de vos produits et services. Ceci est d'autant plus important qu'un visiteur détermine très rapidement s'il doit s'arrêter ou non sur votre stand. Votre activité doit donc y être immédiatement comprise.

**Bon à savoir** : Privilégiez la Nouveauté ! En effet, elle est l'une des principales raisons de la venue des visiteurs sur les SalonsCE (72% des enquêtes de satisfaction visiteurs). Mettez donc principalement en avant vos nouveaux produits et services.

## Organisez vos actions de communication

Les exposants qui communiquent enregistrent **50% de contacts supplémentaires sur le salon** ! Un Kit Communication est gratuitement à votre disposition dès votre inscription en tant qu'exposant (Emailing clé en mains, bannières, invitations, etc.) et vous sera fort utile pour préparer dans les meilleures conditions votre première participation et vos actions pré-salon.

Exemple d'action pertinente de communication pré-salon :

**L'invitation exposant (papier ou pdf)** : Le rôle de SalonsCE est d'assurer la promotion de la manifestation mais le temps imparti par chaque visiteur est limité (en moyenne 3 à 4 heures). Celui-ci ne pourra donc pas tout explorer. De ce fait, mieux vaut inviter vous-même certains clients et prospects. Vous pouvez par exemple accompagner votre envoi d'invitations de

l'annonce de la remise d'un cadeau ou d'un avantage particulier. En d'autres termes, **"vendez" l'intérêt que le visiteur aura à passer vous voir !**

**Bon à savoir :** Expédiez vos invitations 4 à 5 semaines avant la manifestation, de manière à ce que vos destinataires aient suffisamment de temps pour pouvoir prévoir une journée entière de visite. Prenez par ailleurs un soin tout particulier à remplir votre fiche d'inscription online au catalogue du salon (Guide de la visite) ; il est en effet l'outil de travail indispensable et le document de référence des visiteurs pendant et après le salon.

**LE Conseil SalonsCE :** Si le marché des CE est vraiment tout nouveau pour vous, sachez que vous pouvez toujours louer des bases de données qualifiées de l'ensemble des élus et secrétaires de CE de votre Région auprès de SalonsCE afin de leur envoyer une invitation à venir vous rencontrer sur le salon : [www.base-de-donnees-ce.com](http://www.base-de-donnees-ce.com)

## Prévoir le bon matériel

Faites une checklist afin de prévoir tous les supports et outils spécifiques nécessaires à votre visibilité et à votre participation le Jour J :

- Kakemono, stand parapluie, bâches, affiches, écran TV, ordinateur,
- Flyers, plaquettes commerciales, cartes de visites,
- Bloc note, fiches (pour noter les coordonnées des clients/prospects),
- Cadeaux/goodies,
- Produits présentés,
- Rafraichissements, biscuits apéritif, cafetière, café, sucre, vaisselle jetable,
- Stylos, ciseaux, scotch double face, agrafeuse, multiprises, etc.

**Bon à savoir :** Nul besoin de prévoir une remorque pour votre véhicule, SalonsCE loue du mobilier complémentaire avant et pendant le salon pour tous vos oublis ou besoins (machines à café, réfrigérateurs, écrans, présentoirs, vitrines, tabourets, chaises supplémentaires, plantes vertes, etc.). N'hésitez pas à demander la liste à votre contact commercial.

## Prévoir des animations et une offre spéciale Salon !

Préférez les animations qui démontrent votre savoir-faire, la valeur ajoutée de votre entreprise et qui illustrent vos avantages concurrentiels de manière professionnelle :

- Ateliers participatifs,
- Démonstrations,
- Dégustations,
- Jeux-concours,
- Tombola...

Si vous vendez sur votre stand, créez une offre "spécial salon" avec une date limite.

Dans la majorité des cas, la décision ne sera prise instantanément par votre interlocuteur ; octroyez donc votre remise ou vos avantages à tous ceux qui vous feront une demande de prix pendant la manifestation ou qui vous paraîtront suffisamment réceptifs et intéressés.

---

# PENDANT LE SALON

---

Sur le salon, un stand doit vivre pour donner envie aux visiteurs de s'y arrêter et d'échanger avec vous et vos commerciaux.

Voici quelques conseils pour faire de votre espace un « aimant à prospects ».

## Assurer continuellement une présence sur votre stand !

L'idéal est d'avoir toujours une personne disponible pour aborder, recevoir et consacrer suffisamment de temps aux clients et prospects.

Il est assez délicat de vous conseiller un nombre de personnes sur votre stand mais globalement voici nos recommandations :

- 3m<sup>2</sup> : 1 à 2 pers.
- 6m<sup>2</sup> : 1 à 3 pers.
- 9m<sup>2</sup> : 2 à 4 pers.
- 12m<sup>2</sup> et + : 3 pers. minimum

L'organisation parfaite consistera à disposer d'une personne toujours disponible pour accueillir et retenir les visiteurs motivés qui s'arrêteront sur votre stand.

**LE Conseil SalonsCE :** Déjeunez durant les périodes les plus creuses (14h-17h) vous éviterez ainsi de laisser un stand vide ou pire, de manger devant vos clients !

## Le bon timing : 8 minutes par entrevue !

Considérez bien qu'un stand est un générateur de contacts.

Ainsi, si vous passez trop de temps avec vos visiteurs vous dépenserez trop d'argent pour chacun. D'autant que, rares seront les entrevues qui se termineront par une vente sur les SalonsCE. Puisqu'il vous faudra donc les revoir plus tard, autant considérer chaque contact comme une occasion de rendez-vous ultérieur ! Ce qui vous permettra de réduire le temps passé avec chacun et d'augmenter ainsi la rentabilité de votre investissement.

## La qualité vaut mieux que le nombre !

Privilégiez le visiteur de qualité avec lequel vous pourrez passer le temps nécessaire, mais n'oubliez pas que le Salon ne dure que 2 jours. Fixez-vous des objectifs réalisables.

**Bon à savoir :** Sur les SalonsCE les pics d'affluence visiteurs se situent particulièrement en matinée (9h30 - 13h) ; profitez donc principalement des matins pour la prospection et des après-midi pour la fidélisation de vos clients (précédemment invités).

**LE Conseil SalonsCE :** Soyez matinaux et souriants ! N'hésitez pas à dormir, vous et votre équipe, dans un hôtel proche du lieu du salon, même si vous habitez dans la région. Vous éviterez ainsi le retard du matin et donc les pics d'affluence.

Par ailleurs, on ne le dira jamais assez : Souriez ! Le sourire s'entend au téléphone et se voit sur salon !

## Les bonnes questions au bon interlocuteur !

Dans l'agitation ambiante, vous risquez d'oublier de poser certaines questions essentielles. C'est le bon moment pour ressortir le questionnaire type que vous aurez élaboré en amont, à tête reposée.

Quelques exemples de questions pertinentes :

- Type et taille de la Société représentée ? (nb salariés, multi-sites, etc.)
- Heures de permanences ? (heures consacrées par l' élu à sa mission au CE)
- Votre interlocuteur a-t-il une carte de visite ?
- Avec qui travaillent-ils actuellement ?
- Comment fonctionne-t-il jusqu'à présent pour référencer ses fournisseurs ?
- Quel est le budget alloué à l'activité vous concernant ?

**LE Conseil SalonsCE :** A la fin de chaque journée, consacrez quelques minutes à qualifier les fiches de tous vos visiteurs. Si vous ne le faites pas tant que votre mémoire est encore fraîche, vous risquez de ne plus vous souvenir de personne à l'issue du salon.

## L'option indispensable : Le lecteur de badges !

La constitution d'un fichier regroupant tous les bons contacts que vous avez obtenus pendant la manifestation est absolument indispensable à une bonne rentabilisation de votre investissement salon.

Si votre budget le permet, nous vous conseillons d'opter pour un lecteur de badges afin de scanner l'ensemble des visiteurs qui se présenteront à vous et de connaître ainsi en temps réel toutes les coordonnées de vos interlocuteurs !

## Organisez des animations, dégustations, jeux-concours...

Vos objectifs : constituer un nouveau fichier, qualifier plus rapidement vos contacts et marquer les esprits !

Un visiteur se souvient mieux de vous si vous le surprenez, le sustentez, lui offrez un cadeau. Même les plus modestes : un échantillon, un stylo, une carte cadeau, une bouteille de champagne... tout est susceptible d'étonner vos invités et de les récompenser de l'effort fourni d'être venu jusqu'à vous !

**LE Conseil SalonsCE :** Pensez à proposer des rafraichissements sur votre stand, des viennoiseries pour les petits creux du matin (ceux de vos clients) ainsi que quelques biscuits apéritif et boissons aux alentours de midi. Ces petits gestes seront très appréciés des visiteurs et vous permettront de tenir leur attention bien plus facilement !

---

# APRES LE SALON

---

## **Le travail ne fait que commencer ! Relancez vos contacts.**

Après le salon, il vous faut relancer les nouveaux contacts pris, adresser vos brochures et amorcer les devis le plus tôt possible.

**LE conseil SalonsCE :** C'est le moment de téléphoner pour obtenir des rendez-vous ! Hors de question de faire retomber la pression. Relancez ainsi les contacts pris en leur envoyant sans attendre une documentation, répondez sous 2 semaines aux demandes de rendez-vous, devis, etc. Passé ce délai, l'absence de signe de vie sera considérée comme un manque d'organisation ou de professionnalisme.

**Bon à savoir :** Dans l'idéal, faites partir un mailing ou emailing pour remercier tous vos visiteurs et les assurer de l'attention portée à leurs demandes et à leur intérêt. Vous leur prouvez ainsi la fiabilité de l'entreprise, tout en les faisant patienter.

Par ailleurs ne négligez personne ! Dans le feu de l'action, il vous a fallu privilégier Pierre au détriment de Paul. Maintenant que l'agitation est retombée, revenez vers l'ensemble des prospects dont vous avez récupéré les coordonnées. Un courrier les fera peut-être penser à vous pour l'an prochain...

## **Complétez votre participation salon par de la location de BDD qualifiées**

Le visitorat des SalonsCE étant constitué uniquement de personnes (élus, secrétaires de CE) motivées par le bon déroulement de leurs missions et à la recherche de fournisseurs, elles sont donc potentiellement toutes intéressées, même si elles ne se sont pas arrêtées sur votre stand.

Expédiez-leur un emailing (en utilisant pour l'occasion le fichier des visiteurs), dont l'argumentation principale sera centrée sur les raisons de votre présence lors de la manifestation ou encore l'avantage qu'elles auront eu à s'y rendre !

**Bon à savoir :** les "pré-enregistrés non venus" constituent une cible de choix car il s'agit de personnes qui souhaitent visiter le salon (ayant demandé leur badge avant la manifestation) et qui n'ont pas eu le temps de le faire. Elles ressentent donc une certaine frustration. Votre proposition de rendez-vous tombera alors à pic.

Après le salon, vous pouvez également demander l'option « Emailing sur visiteurs et pré-enregistrés » auprès de votre contact commercial SalonsCE ; il vous fera un devis en fonction du Salon choisit.

**LE Conseil SalonsCE :** L'évaluation de votre retour sur investissement ne pourra se faire en moins de 6 mois car la clientèle CE est un public atypique tant par son délai de décision, de diffusion de l'information auprès des salariés qu'au niveau de son processus de référencement. Soyez donc patient, ce que vous semez aujourd'hui portera ses fruits tôt ou tard !