

# Préparer, optimiser et rentabiliser son salon en France ou à l'international

1 Jour, 7 Heures  
Ajouté le 15/06/2022 - Modifié le 24/04/2024

**420€ NET**

Participer à un salon en tant qu'exposant est un investissement. Cette formation vous donne les clés pour réussir et rentabiliser votre prochain salon professionnel.

## Objectifs

- Préparer au mieux un salon professionnel à l'international : savoir gérer la phase avant-salon, optimiser sa présence salon et savoir faire un bilan après-salon
- Définir clairement ses objectifs commerciaux et stratégiques liés à ces participations salon
- Choisir de manière pertinente le bon salon correspondant à sa cible
- Mettre en place des outils de suivi pour organiser au mieux son salon : Retroplanning, Tableau de budget et suivi des indicateurs
- Budgétiser le salon
- Mettre en place des actions de marketing et communication pour un maximum d'attractivité sur le stand et de visibilité de la marque

## Compétences visées

- Préparer au mieux un salon professionnel à l'international : savoir gérer la phase avant-salon, optimiser sa présence salon et savoir faire un bilan après-salon
- Définir clairement ses objectifs commerciaux et stratégiques liés à ces participations salon
- Choisir de manière pertinente le bon salon correspondant à sa cible
- Mettre en place des outils de suivi pour organiser au mieux son salon : Retroplanning, Tableau de budget et suivi des indicateurs
- Budgétiser le salon
- Mettre en place des actions de marketing et communication pour un maximum d'attractivité sur le stand et de visibilité de la marque

## Public

Dirigeants de Tpe/Pme- Responsable Marketing- Responsable Export- Responsable Communication- Chefs de Produit- Commerciaux- Chargé marketing & communication

**Prérequis** : Aucun prérequis

# Préparer, optimiser et rentabiliser son salon en France ou à l'international

**Accessibilité:** Formation ouverte aux personnes en situation de handicap : un référent handicap étudiera les adaptations pouvant être mises en place pour vous permettre de suivre la formation. Pour plus d'informations : rendez-vous sur notre page centre de formation.

**Délais d'accès :** L'accès à la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 7 jours à 2 mois selon le mode financement.

## Programme

### Introduction

- Accueil
- Présentation de la formation et du programme détaillé
- Présentation des objectifs pédagogiques
- Présentation du formateur
- Tour de table : présentation des participants et leurs attentes
- Cadre de la formation
- Infos pratiques/organisation : horaires, pauses, déjeuner

### Partie 1 - Les salons professionnels à l'international

- Les salons internationaux : un excellent levier de développement à l'export
- Choisir le ou les bons salons correspondant à la bonne cible (BTC, BTB, hybride...)
- Le Salon : un investissement financier et humain qu'il faut rentabiliser
- Quels objectifs et attentes pour chaque salon ?

### Partie 2 - La préparation - Travail à faire en amont

- Le rétroplanning
- La réservation du stand
- La mise en place d'indicateurs de performance
- L'organisation du voyage (trains, vols, hôtels etc..)
- Logistique et anticipation des démarches douanières
- Préparation du budget salon
- Les RDV commerciaux et fiches contacts
- Préparation du stand : choix du prestataire et du graphisme
- Les actions de Communication : invitations, communiqués de presse, signatures de mails, communication web/RS, le pitch et l'USP,
- Le Choix des animations stand
- Etablir sa ligne éditoriale salon et un « scénario » de photos/vidéos souhaitées
- Le marketing mix sur le stand (quels produits, quel prix, promotions sur le salon communication ?)
- Définir l'Equipe Salon
- Mise en place du planning : rdv business, temps forts, ateliers et conférences

# Préparer, optimiser et rentabiliser son salon en France ou à l'international

## Partie 3- Optimiser sa présence sur le salon

- La récupération du matériel et installation du stand
- Le débrief Equipe : avant ouverture salon & fins de journées
- L'animation/attractivité du stand : savoir se différencier
- Les actions de veille sur le salon (visite stands, participation ateliers, conférences etc...)
- Les prises de vues photos/vidéos et interviews
- L'animation des réseaux sociaux pendant le salon
- Prolonger son salon (visite clients, learning expedition ...)
- Les impairs à éviter sur un stand
- Le salon virtuel

## Partie 4- l'Après-Salon : le Bilan

- Le débrief à chaud avec l'équipe
- La communication Après-salon
- Les remerciements
- Les réponses prospects et propositions commerciales
- Le bilan chiffré (Nombre visiteurs, budget final, retombées presse, leads, coût contact..)
- Le bilan global du salon : points positifs, axes d'amélioration, analyse des Kpi
- Le Salon a-t-il répondu à mes objectifs ?

## Récap : Les 10 conseils majeurs pour bien réussir son salon Partie 5 - Echanges et Questions



### Dates & lieux

-  Nous consulter pour les dates
-  Nantes / St-Herblain
-  Nous consulter pour les dates
-  La Roche sur Yon



### Les points forts

Une offre riche et diversifiée de plus de 400 formations sur des thématiques très ciblées. Une équipe à votre écoute pour vous accompagner dans la réalisation de vos projets formation !

Retrouvez tous nos indicateurs de satisfaction et de performance sur nos pages centres de formation.

# Préparer, optimiser et rentabiliser son salon en France ou à l'international

## Modalités pédagogiques

Le formateur apporte non seulement des notions théoriques mais également un accompagnement des stagiaires vers l'acquisition des compétences et leur validation par la pratique.

De ce fait, le déroulement des formations inclut des travaux : en sous-groupes, de préparation d'exposés, de mises en situation, des exercices d'application, des ateliers de travail.

**Équipe pédagogique** : Les formateurs CCI FORMATION sont sélectionnés en cohérence avec les méthodes pédagogiques que nous encourageons. Ils sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.

**Méthodes** : Les CCI des Pays de la Loire vous accueillent en proximité dans leurs établissements de formation. Nos équipements, conçus pour répondre à l'ensemble des thématiques de formation proposées, offrent un cadre d'apprentissage agréable, performant et stimulant. Découvrez sur nos pages centres de formation, la présentation détaillée de nos infrastructures.&nbsp;

## Validation/Certification

Recueil des attentes : au démarrage de la formation, les attentes de chaque participant sont répertoriées par le formateur sur le support CCI. Positionnement : en début de formation, le niveau de chaque participant est évalué par le formateur via un test de positionnement et d'acquis des connaissances. En cours de formation, des exercices et/ou des mises en situation viennent évaluer l'acquisition des connaissances et capacités de chaque participant. Evaluation des acquis : en fin de formation, le niveau d'acquisition des connaissances et capacités est évalué individuellement au regard des objectifs de la formation par un test de positionnement et d'acquis des connaissances. Evaluation qualité : dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, une enquête de satisfaction des participants est réalisée en fin de formation. Une version numérique de ce questionnaire peut être utilisée. Certificat de réalisation, attestation de formation : à l'issue de la formation, votre certificat de réalisation de cette formation vous sera délivré par les services administratifs de la CCI. En complément et sur demande des participants, une attestation de formation pourra également être remise.