



GUIDE POUR
EXPOSER
SUR UN **SALON**

My Check list!



CCI GRAND EST

**Vous envisagez de
participer à un salon.**

**Vous avez eu le bon
réflexe en contactant
votre CCI.**

SOMMAIRE

Salons & Foires en France p.4

Quelques chiffres p.6

Les 6 clés pour préparer
sa participation à un salon p.8

My check list p.15

Mon équipe p.16

Mon inscription p.18

Mon stand p.20

Ma communication p.24

Mon salon en toute sécurité p.26

Notre mission p.29

L'équipe Salon Pro p.30

CONTACT

Jacques MEYER

Responsable Salons Professionnels France

Tél. 03 88 76 42 41

j.meyer@grandest.cci.fr

Salons & Foires en France

*Catalyseur du succès
de votre entreprise*

17,7

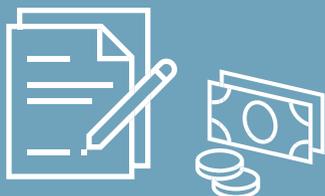
millions
de contrats
signés

84%

des
participants
font du
business

34,5
milliards €
de CA

8 de ROI



Générateur d'affaires

Chaque année les Salons et Foires permettent aux entreprises qui y exposent de réaliser **34,5 milliards d'euros** de chiffre d'affaires.

Grâce à ces manifestations les entreprises signent **17,7 millions** de contrats.

84% des entreprises exposantes génèrent du chiffre d'affaires.

Une haute valeur ajoutée

Pour 1 euro investi, la participation à une manifestation permet aux entreprises de réaliser 8 euros de chiffre d'affaires en moyenne, dont 7 euros sur les Salons Grand Public et 10 euros sur les Salons Professionnels.

Rendement croissant : plus le budget alloué aux Salons et Foires est élevé, plus la participation contribue au chiffre d'affaires global de l'entreprise.



75%
des
entreprises
fidélisées

Des entreprises convaincues

La participation à un événement est citée comme **meilleur outil** de promotion en termes de coût/efficacité par les utilisateurs, devant Internet ou la visite de commerciaux et vendeurs.

5 : nombre de manifestations auxquelles participent en moyenne les entreprises par an.

75% : pourcentage d'entreprises qui reviennent à une manifestation.



3/4
du CA réalisé
dans les 10 mois
après manifestation



1/3
du CA
à l'export

Un outil efficace et complet

1/4 du chiffre d'affaires est réalisé pendant la manifestation, les **3/4** dans les 3 à 10 mois qui suivent : la gestion de l'après-manifestation est primordiale !

Le retour sur investissement en sortie de manifestation est de **2** : la participation est rentabilisée dès la fin de la manifestation.

Cap sur l'export

Les entreprises exposantes réalisent **un tiers** de leur chiffre d'affaires à l'export grâce aux manifestations. Un stand sur deux réalise du chiffre d'affaires avec des clients étrangers, et même plus de **2 sur 3** sur les Salons Professionnels.

Les 6 clés *pour* préparer sa participation à un salon

*Comment exposer
avec succès ?*

1 Définissez et quantifiez vos objectifs !

Comment mesurer et réussir sa participation si les objectifs à atteindre n'ont pas été préalablement identifiés et quantifiés ?

Cette première étape constitue un préalable indispensable.

Il convient de choisir un, deux (voire trois exceptionnellement) des principaux objectifs suivants :

- Prospecter de nouveaux clients
- Entretenir la relation commerciale avec les clients
- Développer ou nouer des partenariats
- Vendre
- Lancer un nouveau produit ou se développer sur un nouveau marché
- Développer son image

Deux objectifs complémentaires (la recherche d'informations et le management d'équipe) peuvent être sélectionnés.

La quantification prendra en compte vos attentes mais également les capacités de la manifestation et celles de votre équipe à réaliser les objectifs fixés.

Bien choisir *son salon*

Un salon est un lieu idéal pour prospecter et développer vos affaires. C'est l'occasion d'inviter vos clients et de les rencontrer dans un cadre plus détendu.

Le salon offre également des opportunités pour tester les nouveaux produits ou services sur une population ciblée, mais aussi pour trouver des informations récentes sur les acteurs de votre marché.

Mais avant d'investir en temps et en argent dans une participation à un salon, il convient de se poser les bonnes questions :

**Qui
voulez-vous
rencontrer ?**

**Quel
profil de
visiteur ?**

**De quels
domaines
d'activités ?**

**Quels
secteurs
géographiques ?**

Pour répondre à ces questions, le meilleur moyen est de se rendre sur le salon en tant que visiteur. Sinon, se référer aux informations fournies par les organisateurs sur leur plaquette, leur site internet ou les informations disponibles dans la presse spécialisée.



Mon stand

LISTE DES TÂCHES

J'organise l'aménagement de mon espace exposant :

- Choix définitif de l'emplacement et de la surface, des prestations et installations (électricité, arrivée d'eau, connexion Internet...)
- Choix de la solution « stand » (solution « sur mesure », solution « standard »...)
(des concepteurs de stands proposent leurs services en tant que Bureau d'Etudes sur la base du cahier des charges que vous leur transmettez. Ils peuvent se charger de la fabrication, du montage et du démontage)
- Choix d'un prestataire éventuel (identification, obtention des devis,...)
- Transmission des règlements au décorateur (si vous en appelez un)
- Supervision de la conception du stand
- Prévoir un éclairage adapté à mon stand
- Organisation des cloisons et panneaux secondaires, d'un éventuel mini-local de stockage fermé à clé
- Choix des machines et/ou matériels de démonstration
- Choix des éléments mobiliers d'accueil (comptoir, fauteuil,...)

J'organise le transport du matériel vers mon stand

- Choix du transport (via une entreprise...)
- Déclaration de l'arrivée de matériels volumineux et/ou dangereux auprès du service technique du salon (stand, équipements, documentation, etc...)
- Répartition entre le matériel envoyé directement vers le stand et le matériel emporté personnellement par l'équipe

Je prépare des supports d'affichage

- Panneaux et signalétique d'identification
- Banderoles
- Affiches, totem...

Petit mobilier et équipements légers...

- Tables, comptoir...
- Chaises/tabourets
- Présentoirs documentation
- Plantes
- Poubelle

