

PENDANT

LA TENUE DE VOTRE STAND

Votre personnel dans une attitude de disponibilité sera en nombre suffisant en fonction de la taille de votre stand et des heures d'affluence.

ASSUREZ LA QUALITE DE L'ACCUEIL ET L'ANIMATION DE VOTRE STAND

- Evitez d'être assis derrière un bureau
- Ayez une présence permanente de l'ouverture à la fermeture (les bonnes affaires se réalisent très souvent dans les périodes calmes)
- Créez l'évènement
- Constituez votre fichier prospects (fiches contacts nominatives)

APRES

MESUREZ L'IMPACT DE VOTRE PARTICIPATION

- Le nombre de fiches contacts nominatives remplies
- Le chiffre d'affaires et les commandes réalisés lors de la manifestation
- Le nombre de contacts établis par le personnel de stand
- Les retombées médiatiques

RELANCEZ SYSTEMATIQUEMENT LES CONTACTS PRIS PENDANT LA MANIFESTATION



11 rue Salvador Allende - 86000 POITIERS - 05.49.01.10.07 - Fax 05.49.01.75.25
Site : www.capexpo-poitiers.com - Email : contact@capexpo-poitiers.com



Concevez votre stand dans les règles de l'art

**Vous avez décidé de participer à notre
manifestation.....**

**Pour bien la réussir,
vous trouverez dans ce document
quelques règles de base**

AVANT

LA REUSSITE A UNE FOIRE OU A UN SALON, DEPEND COMPLETEMENT DE LA PREPARATION DE L'EVENEMENT

DEFINISSEZ VOS OBJECTIFS

Vos objectifs sont, bien sûr, de communiquer et de vendre. Pour les atteindre vous allez avoir à concevoir des actions, faire des choix ...

- Quels sont les visiteurs que vous attendez ?
- Quels messages voulez vous faire passer ?
- Que voulez vous obtenir de leur visite ?

CHOISISSEZ ENTRE :

- La valorisation de votre image de marque.
- Entretenir la relation avec vos clients, les fidéliser .
- Faire des offres commerciales...
- Prendre des contacts, prospecter une nouvelle clientèle.

Suivant votre choix, les retombées seront à court, moyen ou long terme et dans certains cas difficiles à mesurer

PREPAREZ VOTRE FAIRE VENIR, VOTRE COMMUNICATION AVEC LES VISITEURS

Pour faire venir, une règle d'or... Quelque soit la cible les messages doivent être cohérents tant dans la forme que les contenus. Choisissez vos supports de communication en fonction de vos cibles :

- Le magazine de la manifestation
- La presse quotidienne
- La radio
- Les tracts
- Les mailings
- Les invitations

Préparez votre documentation, ni à côté de vos objectifs, ni trop, ni en vrac de façon désordonnée

CONCEVEZ OU FAITES CONCEVOIR VOTRE STAND

Quelques soient vos choix, votre stand devra séduire et intriguer ... Pour attirer le client, l'intéresser, le retenir, votre stand sera accrocheur, vivant :

- Diversifiez les formes
- Créez les matières
- Harmonisez les couleurs
- Mettez en valeur les produits

Ainsi il interpellera, accueillera, facilitera la découverte, service d'appui à la négociation. Il accélèrera la conclusion...

Votre stand sera le terrain de jeux de votre action commerciale.

VOTRE STAND

ATTENTION, SON INSTALLATION EST UN VÉRITABLE CHANTIER
IL DEVRA ÊTRE CONSTRUIT EN TRÈS PEU DE TEMPS.

N'oubliez pas que les salles d'exposition sont interdites aux véhicules.
Respectez les consignes de sécurité car vous n'êtes pas seul à y travailler.

PRENEZ EN COMPTE LES CONTRAINTES SPÉCIFIQUES DES FOIRES ET SALONS

Pour minimiser l'effet des diverses contraintes
(les horaires, le règlement, la logistique, la sécurité) qui concernent toute la filière
de l'exposition vous devrez anticiper, planifier, informer, tous ceux qui participent à
la réalisation de votre stand.

**AINSI À L'OUVERTURE VOUS ÊTES PRÊT DISPONIBLE ET
MOTIVÉ POUR COMMUNIQUER, VENDRE... ASSURER
VOTRE RETOUR SUR INVESTISSEMENT**