

Réussir votre participation à un salon professionnel

La participation à un salon professionnel est une action répétitive annuelle, qu'il est primordial de réaliser pour diverses raisons. La première est de montrer que la société est belle et bien présente dans le secteur concerné ! La deuxième sert à fidéliser la clientèle, à les rencontrer pour instaurer un climat de confiance durable. La troisième est tout aussi importante : attirer les prospects pour les transformer en clients ! Autant dire que les équipes professionnelles en place, se doivent d'être au taquet le jour J...

Préparez la communication en amont

Pour être certain de rencontrer du monde, le jour du salon, il faut dans un premier temps communiquer sur l'événement : des newsletters envoyées aux clients pour les inviter à se rendre au salon, des annonces sur les réseaux sociaux, des appels téléphoniques... Bref, utilisez tous les moyens de communication à votre portée pour faire venir un maximum de personnes. N'hésitez pas à préparer un jeu-concours avec un beau lot à remporter... Plus vous donnerez envie, plus les consommateurs répondront à l'appel !

Un stand accueillant et fonctionnel

Si vous avez la possibilité de choisir l'emplacement de votre stand, visez les allées centrales. En fonction du plan, déterminez les endroits qui ne peuvent pas être contournés et où la plupart des visiteurs seront obligés de passer. Votre stand doit être original et attirant pour être remarqué. Ne lésinez pas sur la décoration, prévoyez boissons et petits gâteaux... En fonction de votre profession, installez plusieurs

tables hautes et tabourets mais pensez également au petit salon privé qui permettra d'inviter les clients d'importance, à passer un moment privilégié en votre compagnie. Votre stand doit clairement et d'un seul coup d'œil, décrire vos services... Évitez l'effet brouillon dans lequel le visiteur pourrait se perdre... !

Des collaborateurs soudés sur le terrain

Briefez vos équipes avant le début des hostilités. Ils doivent être prêts et sur la même longueur d'ondes pour affronter les diverses questions des visiteurs. Inspirer la confiance, le dynamisme et la cohésion à tous les passants, voilà leur défi de la journée ! Prévoyez un t-shirt personnalisé pour chaque collaborateur, afin de permettre aux clients et aux prospects d'identifier très rapidement les conseillers. **Les t-shirts publicitaires doivent comporter votre logo**, votre nom, un slogan accrocheur et si possible être réalisés en respectant les codes couleurs de l'entreprise. N'hésitez pas à jouer la carte de l'humour **au moment de la fabrication des t-shirts personnalisés**. L'originalité pourrait bien être votre arme de destruction massive parmi tous vos concurrents...

Offrez des goodies

Ne laissez pas repartir vos clients et vos prospects sans un petit sac de goodies... **Ces cadeaux publicitaires qui font toujours plaisir**. Là aussi, vous avez de quoi prévoir des objets originaux, tant la variété dans ce domaine est large. Vous pouvez ajouter à vos goodies, un de ces t-shirts publicitaires qu'arborent fièrement vos équipes. Il donnera à la personne qui le reçoit, un sentiment d'intégration bien utile pour la suite des échanges.

Exploitez les contacts après le salon

Soyez ordonné, au moment du dépouillement des différents formulaires de contact recueillis. Après-tout vous êtes venus pour vous faire connaître, alors cette partie est très importante ! Ne laissez pas plus de huit jours s'écouler avant le rappel des prospects, histoire qu'ils se rappellent de vous.

Faites également un petit point avec l'équipe pour discuter des actions qui ont bien fonctionnées et de celles qui n'ont pas du tout attirées pour éviter de refaire les mêmes erreurs au prochain salon professionnel.