

Optimiser votre présence sur un salon

SUR-MESURE

Objectif de formation

Faire des salons un réel outil de développement commercial de votre entreprise.

Programme

Profiter d'un évènement pour prospecter, vendre, se faire connaître, nécessite une préparation afin de rentabiliser plus vite sa participation et d'accroître son chiffre d'affaires.

Le choix de l'évènement adapté aux objectifs de l'entreprise et le public visé : envergure, période, budget...

Différencier les événements : salon professionnel, grand public, portes ouvertes, inauguration entreprise...

Définir les objectifs selon l'évènement et la configuration : Informer, recruter clients, fidéliser... / C.A., nombre de visiteurs, amplitude horaire...

Formater l'évènement : organisateur, date(s), localisation, budget associé à prévoir... Déterminer l'identité de l'évènement : ambiance, couleurs, restauration, animations... Identifier les contenus à envisager : matériels, humains, financiers.

Scénariser la ou les journées par une programmation et un aménagement du ou des espaces.

Le planning d'organisation des tâches

Constituer un budget global par poste et le suivre

Lister les tâches et actions dans un rétro planning comme fil conducteur

Veiller au timing des actions et anticiper les imprévus

La communication et les relations presse

Elaborer son plan de communication propre à l'évènement : type d'invités, invitations, communiqué de presse, réseaux, web...

Envisager cadeaux, discours, jeu concours...

Découvrir les atouts de la relation presse en amont d'un évènement

Découvrir les composantes d'un communiqué de presse

Définir le message à transmettre selon la méthode AIDA (Accroche, Intérêt, Désir, Action)

Prévoir la diffusion du communiqué auprès des médias et se préparer à une interview journalistique efficace

La mise en place de l'animation commerciale

Elaborer un fichier contacts évènement (à convier, venus, à relancer)

Utiliser une fiche contact le jour J

Prévoir le traitement commercial des contacts : remerciements, prises de rendez-vous, propositions commerciales, relances, mesure des résultats

Statistiques post manifestations selon visites, chiffre d'affaires...

Evaluation de la rentabilité, des retombées en termes d'image...

Infos pratiques

Type de formation

Formation continue

Public cible

Dirigeant, Responsable des Ventes, Commercial, Chargé de communication

Durée

2 Jours dont 14 Heures en centre

Tarif(s) net de taxe

Nous consulter

Adresse

Saint Briec - CCI Formation
16 rue de Guernesey,
22000 Saint-Briec

<https://www.cci-formation-bretagne.fr/cotes-armor>

Les conditions d'admission

Prérequis

Aucun pré-requis

Le parcours de formation

Objectifs pédagogiques

Choisir le bon salon. Préparer et organiser sa participation. Communiquer sur sa présence. Mettre à profit les contacts commerciaux. Evaluer les résultats.

► PRÉSENTIEL

Modalités d'évaluations

Test de fin de stage pour mesurer les connaissances et évaluer les compétences

Modalités pédagogiques

Apports théoriques Nombreux exemples et cas pratiques

Les sessions



Saint-Brieuc

- Nous contacter

Date et mise à jour des informations : 08/01/2024

Extrait de la description de la formation. Consultez l'intégralité des informations relatives à cette formation sur notre site internet www.cci-formation-bretagne.fr

Contact



HORVAT Nathalie

nathalie.horvat@cotesdarmor.cci.fr

CCI Formation Côtes d'Armor - N° SIRET 182 200 055 000 16 - N° d'activité 5322P001722
16 rue de Guernesey, - 22000 Saint-Brieuc
Tél. : 02 96 78 62 00 - nathalie.horvat@cotesdarmor.cci.fr - <https://www.cci-formation-bretagne.fr/cotes-armor>



HORVAT NATHALIE

nathalie.horvat@cotesdarmor.cci.fr



CCI FORMATION
BRETAGNE