



SE FAIRE CONNAÎTRE ET VENDRE SES PRODUITS

FORMATION COURTE - COMMERCIAL

OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON PROFESSIONNEL

OBJECTIFS

- Déterminer le projet commercial de votre présence sur un salon professionnel
- Structurer votre participation, avant, pendant et après l'événement commercial
- Calculer et maîtriser le budget de votre opération commerciale

Dans un environnement économique de plus en plus concurrentiel, l'entreprise artisanale doit occuper le terrain au quotidien. Comment mieux se faire connaître, développer sa clientèle et la fidéliser, augmenter son chiffre d'affaires ?

Faites le choix d'une démarche stratégique en participant à des événements commerciaux, salons professionnels ou foires, en définissant des moyens de prospection propres à votre entreprise.

Cette formation vous donne les clés pour préparer dans les meilleures conditions votre prochaine opération commerciale.

PRÉREQUIS

Maîtriser le socle de connaissances de base

DATES ET LIEUX

CMA Schiltigheim : 3 avril 2018

CMA Mulhouse: 2 juillet 2018

PUBLIC

Chef d'entreprise artisanale
Conjoint collaborateur
Associé
Salarié

TARIF

210 €

Se renseigner sur les possibilités de prise en charge auprès de nos conseillères en formation

DURÉE

1 jour : 7 heures

INTERVENANT

Formateur Consultant spécialisé Marketing Vente et expert de la dynamisation commerciale des entreprises artisanales

CONTACTS

Conseillères en formation :

→ BAS-RHIN

Angélique DIEUAIDE

03 88 19 79 18

infofc67@cm-alsace.fr

→ HAUT-RHIN

Agnès LUSTENBERGER

03 89 20 84 55

infofc68@cm-alsace.fr





OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON PROFESSIONNEL



SE FAIRE CONNAÎTRE
ET VENDRE SES PRODUITS

PROGRAMME

1. L'élaboration du projet :

- ▶ fixer les objectifs
- ▶ déterminer les cibles clients et les produits
- ▶ choisir le bon salon
- ▶ élaborer une stratégie commerciale constructive
- ▶ établir un rétro planning

2. La préparation de l'événement :

- ▶ calculer un budget prévisionnel
- ▶ négocier avec les partenaires
- ▶ déterminer les moyens techniques et humains
- ▶ exploiter l'espace et le merchandising

3. La gestion du salon :

- ▶ installer et gérer son stand
- ▶ vendre sur salon
- ▶ exploiter les retombées commerciales

4. Evaluer le bilan de l'opération :

- ▶ mesurer le bilan interne
- ▶ analyser les pré-résultats commerciaux
- ▶ établir le suivi commercial
- ▶ estimer les retours sur investissement



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation en présentiel

Méthodes actives et participatives

Illustration par des cas concrets au plus près des besoins des participants

ÉVALUATION

Remise d'une attestation individuelle de formation

Questionnaire de satisfaction en fin de stage