

## FICHE DÉTAILLÉE DE LA FORMATION

*Document d'information*

### NATURE DE L'ACTION DE FORMATION

Cette action relève de la catégorie des actions de formation prévues par l'article L.6313-1 du Code du travail, ayant pour objet le développement des compétences des participants.

### INTITULÉ DE LA FORMATION

Réussir mon salon en tant qu'exposant

### OBJECTIF GÉNÉRAL DE LA FORMATION

Permettre aux participants d'acquérir l'ensemble des connaissances, méthodes et outils nécessaires pour préparer, optimiser et exploiter efficacement leur participation à un salon professionnel, afin d'en maximiser le retour sur investissement sur le plan commercial et marketing.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES OPÉRATIONNELS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir des objectifs clairs et mesurables de participation à un salon professionnel, en cohérence avec la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise ;

- Identifier, sélectionner et évaluer les événements les plus pertinents selon leur typologie, leur audience et les retombées potentielles attendues ;
- Analyser et exploiter les offres et dispositifs proposés par les organisateurs (stand, conférences, sponsoring, communication, programmes de rendez-vous, etc.) pour construire une présence optimale ;
- Comprendre les comportements, attentes et motivations des visiteurs afin d'adapter son approche, susciter l'intérêt et générer un flux qualifié sur le stand ;
- Mettre en œuvre une stratégie de visibilité et d'émergence efficace pendant l'événement, en pilotant la logistique, les équipes et les temps forts de manière maîtrisée ;
- Assurer le suivi post-événement en mesurant les résultats, exploitant les contacts et capitalisant sur les retombées pour améliorer la rentabilité globale des futures participations.

## **COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES**

À l'issue de cette formation, les participants sauront :

- Concevoir et planifier une stratégie de présence sur un salon professionnel ;
- Mettre en œuvre les leviers d'attractivité et de performance commerciale adaptés ;
- Évaluer et rentabiliser les investissements liés à leur participation.

## **PUBLIC VISÉ**

Dirigeants, responsables marketing ou commerciaux, collaborateurs impliqués dans l'organisation ou la tenue d'un stand sur un salon professionnel.

## **PRÉREQUIS**

Aucun prérequis technique ou professionnel n'est exigé. Une expérience en commerce, marketing ou communication est un avantage mais n'est pas nécessaire pour suivre cette formation.

## MODALITÉS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Formation en e-learning, alternant apports théoriques, études de cas, mises en situation et outils pratiques (grilles, checklists, modèles).

La formation se déroule entièrement à distance, via la plateforme en ligne, accessible sur le site internet : [www.reussirmonsalon.fr](http://www.reussirmonsalon.fr).

L'Utilisateur doit disposer d'un équipement informatique et d'une connexion internet suffisants pour accéder au Site et aux contenus. Les coûts liés à ces moyens restent exclusivement à la charge de l'Utilisateur.

## ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

L'accès à la formation est pensé pour être accessible au plus grand nombre. Les personnes en situation de handicap pourront se voir présenter des adaptations pour leur rendre les contenus de formation accessibles.

A titre d'exemple, l'accès à la formation peut être adapté, si nécessaire, aux situations de handicap suivantes :

- Personnes à mobilité réduite : La formation étant proposée au format e-learning, elle est accessible aux personnes à mobilité réduite sans nécessiter d'adaptation particulière ;
- Personnes malvoyantes ou malentendantes : L'ensemble des contenus est présenté à la fois à l'oral et à l'écrit dans les supports de formation. Si nécessaire, un accompagnement spécifique du référent pédagogique peut être demandé lors d'un entretien particulier.

En cas d'insuffisance des dispositifs précédemment proposés, vous pouvez solliciter votre MDPH (Maison Départementale des Personnes Handicapées) si vous souhaitez bénéficier d'un accompagnement spécifique, à l'adresse suivante : <https://mdphenligne.cnsa.fr/>.

## DURÉE ET DÉLAI D'ACCÈS DE LA FORMATION

La durée totale estimée est d'environ 5 heures répartie sur 4 modules.

Les contenus de formation sont disponibles pour une durée maximale de 6 mois ou 1 an à compter de la date d'achat.

## **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

- Questionnaire de validation des acquis à la fin de chaque chapitre,
- Un taux de bonnes réponses de 75% permettra la validation du chapitre,
- La validation du questionnaire du chapitre 4 permettra l'obtention de la formation.

## **VALIDATION**

Remise d'une attestation de fin de formation mentionnant les compétences acquises.

# **PROGRAMME DE LA FORMATION**

## **Chapitre 1 : Choisir ses événements et tirer le maximum des offres commerciales**

### **DÉFINIR ET QUANTIFIER VOS OBJECTIFS**

- Avant de commencer
- Pourquoi est-ce important ?
- Les différents types d'objectifs
- Comment faire ?
- Pour conclure

### **BIEN CHOISIR SES ÉVÉNEMENTS**

- Avant de commencer
- Les types d'événements professionnels
- Les événements de référence
- Les salons secondaires
- Les événements de niche
- Les congrès
- Pour conclure

### **COMPRENDRE LES OFFRES**

- Avant de commencer
- Rappel des principaux dispositifs
- Le stand
- Les conférences et workshops
- Le sponsoring
- Les autres dispositifs
- Exercice pratique
- Pour conclure

## **Chapitre 2 : Comprendre le visiteur et répondre à ses objectifs pour remplir les vôtres**

### **COMPRENDRE LES ATTENTES DES VISITEURS**

- Pourquoi se déplacent t'ils ?
- Les différents types de visiteurs
- Comment les intéresser ?

## **SUSCITER L'INTÉRÊT, GÉNÉRER ET DIMENSIONNER LE FLUX**

- La valeur réelle et la valeur perçue
- Les dynamiques de flux
- Comment faire ?
- Pour conclure

## **Chapitre 3 : Utiliser pleinement les outils mis à disposition par l'organisateur**

### **LE STAND**

- Avant de commencer
- Avoir un bon stand
- Le staffing
- La checklist

### **LES WORKSHOPS**

- Avant de commencer
- Un temps fort de l'événement
- Comment faire ?
- Valoriser l'après
- La checklist

### **LES OUTILS DE COMMUNICATION**

- Les supports digitaux
- Les supports traditionnels

### **LE SPONSORING**

- Avant de commencer
- Comment orienter les efforts ?
- Pour conclure

### **LES AUTRES OUTILS**

- Les programmes de rendez-vous
- Les programmes décideurs

## **Chapitre 4 : Sortir du lot et émerger pendant l'événement**

### **GÉRER LE ONSITE AVEC MAITRISE**

- Avant de commencer
- Gestion du stand
- Gestion des équipes

- Gestion des conférences
- Pour conclure

### **ORGANISER L'ÉMERGENCE POUR SORTIR DU LOT**

- Avant de commencer
- Organisation et dynamique événementielle
- Émerger et sortir du lot
- L'après-événement
- Pour conclure

## RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Si vous avez des questions avant ou pendant la formation, ou si vous rencontrez des difficultés dans votre utilisation du service, nos référents pédagogiques sont là pour vous répondre :

Jean YIGITOGU

Christophe HOGRAINDLEUR

Email : [contact@reussirmonsalon.fr](mailto:contact@reussirmonsalon.fr)

Téléphone : 09 72 21 78 90

Référent handicap :

Christophe HOGRAINDLEUR

[handicap@reussirmonsalon.fr](mailto:handicap@reussirmonsalon.fr)