



**Organisme de formation  
Agence de conseil et marketing opérationnel  
pour les exposants**

**Titre : Salon professionnel, public, congrès, foires, expositions :  
Adapter, construire et conduire ses argumentaires**

<b>Durée :</b> 1 journée ( 7h )	<b>Prix :</b> 700 € HT (En inter professionnel) 1100 € HT (En intra entreprise / jusqu'à 12 pers)
<b>Secteurs :</b> Marketing / Communication / Commercial Événementiel / Management	<b>Pré requis :</b> aucun pré requis n'est nécessaire pour cette formation

**Résumé :**

Formation spécifique pour optimiser et réussir sa relation commerciale avec les visiteurs à un salon professionnel, salon public, une foire, un congrès, une exposition. Savoir adapter, construire et conduire un argumentaire spécifique à l'environnement des expositions.

**Publics concernés :**

Direction générale, direction marketing, direction commerciale, assistant de direction, chefs des ventes, chefs produits, technico-commerciaux, commerciaux.

**Objectifs :**

- Permettre aux exposants qui participent à un salon professionnel, salon public, une foire ou autres expositions, d'acquérir les savoirs, savoir faire et savoir être pour adapter, construire et conduire des argumentaires circonstanciés et efficaces dans cet environnement spécifique.
- Permettre l'acquisition de connaissances, d'outils, de réflexes de terrain, visant à optimiser leurs relations commerciales avec les visiteurs, ainsi que d'intégrer des méthodes pour développer la vitesse et l'impact de leurs actions.

Un tarif spécifique est proposé en cas d'inscription de plusieurs stagiaires de la même société à une session inter professionnelle.

**Options pédagogiques :**

- Cas pratiques, exercices de mise en situation et jeux de rôle
- Exemples extraits de réalisations terrains réussies
- Présentation de tableaux, de synthèses et de chiffres clés sur les salons professionnels et publics
- Présentation et étude de photos de stand et de salons
- Questionnaires et quiz salon remis aux participants



## **Programme et contenus de la formation :**

### **1 – La relation commerciale, les argumentaires, en fonction des environnements**

- Définition, objectifs et critères
- Phases clés d'un argumentaire
- Rappel de notions :
  - Pyramide de Maslow, MAN, SONCAS
  - Techniques de ventes, objections, argumentaires
  - Les niveaux d'engagement
- La relation commerciale dans différents environnements / exemples :
  - Téléphone, rendez-vous physique, centre commercial, bureau, boutique de luxe, marché.

### **2 - L'environnement spécifique des salons, foires et expositions**

- Introduction générale et angles de vue des spécialistes
- Les différences majeures entre : salons professionnels, salons publics, foires, congrès
- Approche psychologique et comportementale, compréhension des mécanismes :

#### Du visiteur

- Ses motivations et obligations
- Démarches et modalités de visite
- Changement de décor et de territoire
- Reconnaissance de profils types
- Niveaux de sollicitation, position de prospect

#### De l'exposant

- Ses motivations et obligations
- Démarches et modalités d'exposition
- Changement de décor et de territoire
- Spécificité des conditions de travail

#### Du couple exposant – visiteur

...

### **3 – Salons et foires : impacts sur la relation commerciale, sur les argumentaires**

- Comprendre et connaître les conséquences qualitatives, quantitatives, du changement de contexte :
  - L'impact lié à la compression, à la crise de temps
  - L'impact lié à la sur information
  - L'impact lié à un univers hautement concurrentiel
  - L'impact lié aux profils de visiteurs, incidences comportementales
  - Autres impacts majeurs
- Exemples et cas pratiques



#### **4 – Savoir adapter, construire, et conduire des argumentaires, spécifiques à l'univers salons**

Intégrer et développer de nouveaux savoirs, savoirs faire, et savoirs être, pour :

##### **Adapter (Principes et outils) :**

- Pyramide de Maslow, MAN, SONCAS : Intégrer les différences liées au contexte salon
- Produire les solutions en réponse à la psychologie et aux comportements du visiteur
- Savoir reconnaître, adapter et proposer différents niveaux d'échange

##### **Construire**

- Le modèle des 4 piliers :
  - Qualification des contacts, exploration des besoins
  - Qualité relationnelle, valorisation du visiteur
  - Valeurs ajoutées de l'offre, amplitude des besoins
  - Niveaux d'engagements, clôtures, ancrages
- Exploitation du modèle pour le terrain salon, construction d'argumentaires

##### **Conduire**

- Applications en terrain salon, foire et expositions.
- Reconnaître et s'adapter aux situations types : cas pratiques
- Savoir reconnaître et traiter les objections propres à l'univers salon
- Les points d'appuis complémentaires de votre argumentaire in situ : mises en scène, démonstrations, etc.
- Les formulations efficaces : bénéficier d'un répertoire et de réflexes salons

#### **5 – Savoir exploiter la force du collectif, optimiser le travail d'équipe**

- Comportements individuels et collectifs : cas de figure et conséquences chiffrées
- Connaître des principes, des méthodologies et des techniques, pour :
  - Exploiter les avantages d'une présence collective sur un stand
  - Conduire le travail d'équipe pour le transfert de compétences et savoirs, avant et pendant le salon
  - Optimiser l'interaction des participants (connaissance de son équipe, gestion de l'espace, actions de soutien, etc.)

#### **6 - Cas pratiques, jeux de rôles, mises en situation**

Etude de situations types

#### **7 - Bilan et validation des acquis (Questionnaire général)**