

RÉUSSIR SON SALON

Dans un Salon, Congrès professionnel ou exposition, capter l'attention des visiteurs et chaland en acquérant toutes les techniques liées à la Communication Évènementielle : Conception du stand, Communication verbale et non verbale de l'exposant et rentabiliser ainsi, son investissement en terme de retombées...

■ Objectifs de la formation :

Prendre conscience des enjeux de la Communication pour valoriser son métier
Adapter sa communication sur un espace en fonction des visiteurs et du thème
Acquérir des points d'amélioration facilement utilisables dans des Congrès professionnels, salons ou expositions

■ Prérequis :

Aucun

■ Durée, horaires et lieux :

1 journée soit 7h soit de 9h00-12h30 / 13h30-17h00

■ Moyens pédagogiques et méthodes utilisées :

Suivi et évaluation : Méthode active et participative

Énoncés théoriques - Exercices d'application liés à la Communication événementielle (Copy Stratégie) et croquis de stand - Le stagiaire est évalué en début et en fin de formation.

■ Public :

Professionnels Libéraux et leurs salariés

■ Contenu de la formation :

I. Repérage

- Faire connaissance
- Vérifier l'adéquation entre les attentes et le déroulé spécifique d'une manifestation

II. Image & communication

- Mon rôle d'exposant dans la manifestation
- Communiquer sur son activité, son métier, ses produits ou prestations
- Les clés du salon réussi : anticipation, créativité, conceptualisation...

III. Le stand

- Aménagement : Matériel, Machine ou mobilier pro, outillage professionnel
- Décoration et communication : Mobilier, présentoirs, Photos, book, cartes de visite, flyer
- Le Respect du cahier des charges d'une manifestation : Respect de la thématique, horaires, responsabilité, tenue vestimentaire (ou Dress code) et comportement sur le stand...

IV. Prendre le bon C.A.P.

- Comprendre les attentes : Le Professionnel sur le stand ; attentes des visiteurs ; Typologie des chaland
- Accompagner, guider le visiteur : Se présenter, Présentation de son savoir-faire ; la notion de message ; la Relation Visiteur/Client
- Pérenniser la relation : expliquer, commenter, donner envie et ainsi, prendre des contacts ou rendez-vous après la manifestation, et enfin, commercialiser ses produits et/ou prestations

V. De la relation visiteur... à la relation client et les indicateurs de la réussite qui vont avec ...

- Produits, Matières, Services : initiation, démonstration, animation dans le cadre d'une exposition
- Animation et Relation Client : Communication verbale et non-verbale dans le cadre d'une manifestation ou évènement
- Le journal de bord
- Mesurer les retombées : Visiteurs, contacts, prospects, ventes, presse et notoriété

■ Modalités d'évaluation :

Évaluation formative (au cours de la Formation)

Évaluation de fin de Formation selon le questionnaire d'évaluation et de satisfaction du Datadock

■ Intervenant :

Michel FARHI, Formateur/Consultant depuis 1990. Expert de la Relation Client et de la Communication commerciale
Ancien Délégué Général de Salons et Congrès Professionnels Actuel secrétaire général UNAPL 13

RENSEIGNEMENTS & INSCRIPTIONS

ORIFF-PL LR

Maison des Professions Libérales

285 rue Alfred Nobel

34000 MONTPELLIER

Téléphone : 04 67 69 75 14

Mail : formation@oriffplr.com



@oriffplr

