

 Le petit guide de l'exposant en bref

Les salons
**District
Habitat** présentent

LE PETIT GUIDE DE

L'EXPOSANT EN BREF



DISTRICT
HABITAT

LE MARKETING ÉVÉNEMENTIEL NE SERT À RIEN SI VOUS FAITES L'UNE DE CES 3 ERREURS!

La force principale du marketing événementiel, c'est de rassembler au même endroit l'offre et la demande. Les foires commerciales et salons d'exposition sont des occasions en or pour apprendre à connaître votre clientèle et développer de nouvelles opportunités d'affaires. Cependant, certaines entreprises négligent des aspects importants dans leur stratégie et rendent leur présence inefficace en faisant l'une de ces 3 erreurs :

1. **Mauvaise définition de la clientèle cible.**
2. **Stratégie d'attraction des prospects inexistante.**
3. **Négligence des suivis clients après l'événement.**

Participer à un salon d'exposition est un investissement pour une entreprise, évitez donc ces erreurs pour rentabiliser votre présence au maximum. Apprenez à connaître votre clientèle, invitez vos prospects à visiter votre stand au salon, ayez une réelle stratégie d'attraction, collectez des données sur vos clients-cibles, récoltez des contacts, relancez les prospects hésitants, prenez des rendez-vous...

Bref, évitez les 3 erreurs suivantes et votre participation sera une réussite !

ATTIREZ LES GENS À VOTRE KIOSQUE D'EXPOSITION AVEC CES 4 TRUCS SIMPLES!

Tenir un stand lors d'un salon demande une présence soutenue. Il ne suffit pas d'être là, il faut être attractif!

Les visiteurs veulent voir beaucoup, en peu de temps. Ils balayent la salle et se font un itinéraire optimisé qui rendra leur passage efficace. L'espace est souvent surchargé visuellement, si bien qu'il devient difficile de sortir du lot. Dans ce contexte, comment faire de l'événement un succès et attirer un nombre intéressant de personnes?

1. Captiver avec un kiosque qui se démarque.
2. Avoir une attitude accueillante.
3. Présenter quelque chose de nouveau.
4. Surprendre avec un élément audacieux.

Bref, suivez ces 4 conseils et votre participation sera une réussite !



CAPTIVEZ AVEC UN KIOSQUE QUI SE DÉMARQUE!

Vous l'aurez deviné, l'intérêt visuel d'un stand joue un grand rôle dans son attractivité. Un graphisme attrayant qui démontre bien la personnalité de l'entreprise vous aidera à vous démarquer. Et pourquoi ne pas être un peu audacieux dans le design? Dans la mesure où l'image de marque est respectée, cela peut être avantageux. N'hésitez pas à lire sur l'influence des couleurs afin de créer l'effet désiré.

À part le kiosque, d'autres éléments visuels pourront attirer l'attention, comme un tapis original ou des autocollants au plancher. Les possibilités sont infinies!



TOUJOURS GAGNANT : UNE ATTITUDE ACCUEILLANTE!

Y a-t-il quelque chose de plus important que le sourire lors d'un salon? L'attitude du personnel au kiosque joue un grand rôle dans le succès de l'événement. Quelqu'un qui mâche de la gomme, regarde dans le vide ou joue avec son téléphone n'attirera pas beaucoup de clients... Il peut évidemment être difficile d'être souriant du matin au soir. C'est pourquoi il faut bien organiser l'horaire et laisser au personnel des moments pour se reposer.

Vos visiteurs se rappelleront de la qualité de l'accueil et de l'attention reçue. Il est important d'offrir une expérience mémorable à tous. Une fois qu'un visiteur s'approche, il est conseillé d'utiliser des questions ouvertes pour briser la glace et démarrer une réelle conversation. Certaines questions fonctionnent mieux que d'autres! Faites appel au cerveau collectif de votre équipe pour affiner vos façons de faire.

Selon le spécialiste Barry Siskind, attirer des visiteurs est un processus méthodique. Il décrit d'ailleurs ce processus en trois phases : l'intérêt commun, l'intérêt potentiel et l'intérêt réel. Pour en savoir plus sur sa méthode, nous vous recommandons son livre « [Powerful exhibit marketing](#) », un best-seller sur le sujet.



3

PRÉSENTEZ QUELQUE CHOSE DE NOUVEAU!

Si votre entreprise est présente année après année au même salon, il devient très important d'inclure des éléments de nouveauté. Que ce soit une nouvelle version du produit ou un nouvel emballage, le fait d'avoir à faire découvrir quelque chose aux gens vous donnera une longueur d'avance.

Vous pourriez, par exemple, modifier le visuel de fond de votre kiosque, ajouter des produits en démonstration, présenter des ateliers "Do it yourself" dans votre kiosque, inviter une personnalité connue, organiser un concours, proposer un photobooth, etc. Les possibilités sont multiples.

4

SURPRENEZ AVEC UN ÉLÉMENT AUDACIEUX!

Joe Pulizzi, du Content Marketing Institute, est connu pour toujours porter un veston orange. C'est un élément distinctif dont les gens se rappellent. Pourquoi ne pas penser à quelque chose du genre pour votre entreprise? Les salons d'exposition établissent certaines règles et vous ne pourrez pas, par exemple, avoir un tigre en cage à votre kiosque. Mais pourquoi pas un aquarium? Ou un jongleur?

Dans le cadre permis, il est possible de créer quelque chose de mémorable et d'insolite! Investir dans un kiosque et dans un salon d'exposition mérite de bien se préparer pour en retirer le plus de bénéfices. N'hésitez pas à faire [appel à notre partenaire expert](#) en matière de kiosque sur mesure pour en savoir encore plus!

BREF, CONTACTEZ-NOUS

pour connaître toutes les options de visibilité qui s'offrent à vous dans le cadre du Salon District Habitat!

514 354-8722

info@districthabitat.ca



DISTRICHHABITAT.CA

Suivez-nous aussi sur :

