



INTITULE DE LA FORMATION

Réussir son salon professionnel

PUBLIC

Responsable PME/TPE ; responsables commerciaux, commerciaux de réseau, assistantes commerciales.

Notre référent handicap se tient à votre disposition pour organiser votre accueil et le déroulement de la formation.

PRE-REQUIS NECESSAIRES A LA FORMATION

Aucun

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Permettre au responsable commercial, et à l'assistance commerciale de gérer et optimiser un salon professionnel en France (ex : Sirha, Sial, Natexpo, Gourmet selection.....) sous l'aspect CLIENT.
- Transformer les prospects en clients, gestion de sa clientèle existante
- Maîtriser toute les étapes du salon auprès prospect et client

CONTENU ET DEROULEMENT

Préparer son salon : se préparer à être efficace

Ciblage sur ses clients actuels

Ciblage sur Prospects identifiés en amont (Base de donnée EXTERNE, réseau..)

Utiliser son C.R.M.

L'invitation impactante pour susciter intérêt.

Sa communication en amont (média, site salon, réseau social professionnel...)

Prise de Rendez-vous en amont pour le salon

Des supports adaptés pour gérer le flux de contacts pendant le salon

Outils de présentation et vente : que montrer et donner ou pas ?

Cas : Préparer un salon : cocher les outils indispensables

Le salon et ses contacts : la vente et la priorisation

Selon la taille de l'équipe : comment se répartir sur le stand les flux de contacts ?

Les documents et leur gestion pendant le salon

L'échange et la vente

LIEU

Montpellier

DATE

28 avril 2020

DUREE

1 jour (7h)

CONTACT

Fleur MASSON

04 90 31 55 19

fleur@ariasud.com

INSCRIPTIONS

laure@ariasud.com

ORGANISME DE FORMATION



NUMERO DE DECLARATION D'ACTIVITE

93840215384



EN P



COUT PAR PARTICIPANT

450 € HT/ adhérent

650 € HT / non adhérent



PERFORMANCE INDUSTRIELLE



ACHATS & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



QUALITÉS DES PRODUITS



R&D MARKETING



ENVIRONNEMENT & DÉVELOPPEMENT DURABLE



COMMERCIALISATION & MARCHÉS



RESSOURCES HUMAINES



FONCTIONS SUPPORT



Un grille d'entretien pour identifier les Interlocuteurs (potentiel Prospect, degré décision interlocuteur, et schéma de décision chez le prospect)

Les questions à poser

La vente sur un salon : aller à l'essentiel en TDV!

Cas : sketches de vente sur un salon professionnel (découverte contact, vente)

Classifier ses contacts prospects par importance : PRIORISER

Le RDV avec ses clients existants : quels enjeux ?

Les nouveaux outils digitaux sur le salon : applications pour la gestion des contacts.

L'après salon : le temps de la transformation dans l'action

Classification des contacts

Prioriser ses contacts

Les outils de suivi de ses contacts pour transformer dans le temps

Responsabilité et suivi : qui ? quand ? Quoi (échantillon, tarif....)

Le bilan après 6 mois

Contacts transformés, quel CA / prospect ?

METHODES PEDAGOGIQUES

Présentiel Distanciel Blended

Méthode participative

Alternance d'apports théoriques, d'exercices et de mises en situation

Partage d'expériences

EVALUATION DES CONNAISSANCES

Exercices et cas pratiques et/ou questionnaires d'évaluation

INTERVENANT

Bernard CHAUDERON – Expert-référent « Commerce et distribution » de l'Aria Sud

MOYENS POUR SUIVRE L'EXECUTION DE LA FORMATION

Feuilles d'épargne et attestation de formation



PERFORMANCE INDUSTRIELLE



ACHATS & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



QUALITÉS DES PRODUITS



R&D MARKETING



ENVIRONNEMENT & DÉVELOPPEMENT DURABLE



COMMERCIALISATION & MARCHÉS



RESSOURCES HUMAINES



FONCTIONS SUPPORT