

EXPO GUIDE

Avril 2017



FOIRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES D'ENTRAÎNEMENT 20^e édition

«L'entreprenariat, au cœur de notre avenir!»

Mot du comité organisateur :

Pour la première fois depuis la création du Réseau Canadien des Entreprises d'Entraînement, Ville de Saguenay aura l'honneur d'accueillir la 20^e édition de la Foire commerciale des entreprises d'entraînement, du 14 au 16 novembre 2017.

À cette occasion, Propulsion Carrière et Évolutad du Cégep de Chicoutimi ont décidé de faire de cette 20^e édition un évènement unique ! Découvrez la beauté des paysages de notre région, sublimée par le magnifique Fjord du Saguenay, ainsi que notre hospitalité légendaire.

Nous voulons que vous profitiez pleinement de votre séjour et que vous en gardiez un souvenir impérissable !

Au plaisir de vous accueillir nombreux!

Caroline Maltais,
Directrice générale de Propulsion Carrière

Valentin Montmaurs
Président d'Évolutad du Cégep de Chicoutimi

Dans ce numéro

- Information générale p. 2
- Montage/démontage p. 3
- Règlements / sécurité p. 4
- Exposer à une foire p.6
 - Préparation
 - Buts et objectifs
 - Ressources
 - Le suivi
- Techniques de vente p. 10
- En bref p. 11
- Partenaires p. 12



SITE DE LA FOIRE COMMERCIALE DES ENTREPRISES D'ENTRAÎNEMENT EN 2016

Information générale

Personnes ressources

Dolorès Soucy
Aïssata Keita

directrice générale
responsable de la banque

direction@rcee-cpfn.ca
beec@rcee-cpfn.ca

Téléphone: 514 508-1620
Sans frais 1 855 508-1620

Horaire:

JOUR	DATE	HEURES	ACTIVITÉ
Mardi	14 novembre	13h30 à 17h30	Concours de cas Collège de Chicoutimi
Mardi	14 novembre	16 h à 20 h	Début du montage des stands
Mercredi	15 novembre	9 h à 15 h	Montage des stands
Mercredi	15 novembre	16 h à 19 h	Foire
Mercredi	15 novembre	19h ...	Soirée libre (activités suggérées)
Jeudi	16 novembre	8h30 à 15h	Foire
Jeudi	16 novembre	15h à 17h	Démontage et nettoyage
Jeudi	16 novembre	18 h à 22 h	Souper Gala et remise des prix

Stationnement:

Le stationnement est gratuit sur le site de L'Hôtel et Centre de congrès Le Montagnais. Suivre les indications sur place quant au stationnement disponible pour les différents véhicules: auto, camion, autobus.

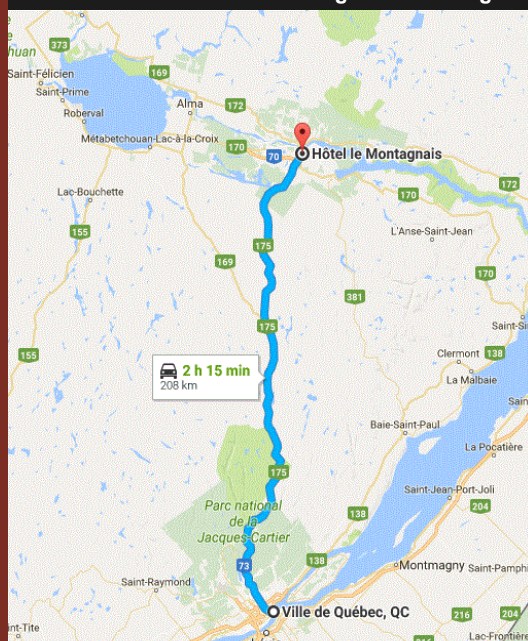
Quai de débarquement:

L'établissement ne dispose que d'un seul quai de débarquement. Prendre note que le quai n'est pas à la hauteur de camion et qu'il n'y a pas de monte charge. Un horaire de déchargement sera établi selon l'heure prévue d'arrivée que vous nous aurez communiquée. Un horaire de chargement vous sera également communiqué.

Hôtel & Centre de congrès Le Montagnais



Salon des métiers d'art de Chicoutimi au Centre des congrès Le Montagnais



1080, boulevard Talbot
Chicoutimi (Québec) G7H 4B6

Montage de la salle

Horaire:

Le montage pourra commencer le mardi 14 novembre, en fin de journée. Il se poursuit le mercredi 15 novembre dans la matinée jusqu'à 15 h. Un horaire détaillé pour le montage et démontage vous sera transmis quelques semaines avant l'événement.

Matériel inclus:

Stand simple (80 pi²) ou double (160 pi²), incluant les murs, 1 table jupée, 2 chaises, 1 prise électrique et une affiche d'identification 48" x 10". Au besoin, pour les stands doubles, 2 tables 4 chaises sont fournies.

Manutention

L'événement est au niveau du sol. Un (1) débarcadère donne accès directement à la salle d'exposition. Prendre note que le quai n'est pas à hauteur de camion et qu'il n'y a pas de monte-charge. Prévoyez des chariots pour déplacer votre matériel, ainsi qu'une couverture car il risque d'y avoir de la neige au Saguenay à cette période.

Assemblage des stands

Interdiction :

- Utilisation d'outils autres que ceux de la liste plus bas.
- Peinture dans l'aire d'exposition.
- Ruban cache ou gris sur le plancher, les tapis, les structures ou les nappes
- Construction en tout ou en partie du stand ou du décor, dans la salle (seul l'assemblage est autorisé)
- Agrafage ou clouage sur les murs ou les plafonds du de la salle d'exposition
- Utilisation de clou, vis, crochet, épingles de sûreté ou autre équipement similaire pour accrocher quoi que ce soit sur les divisions ou sur l'armature du stand.
- Ruban à masquer sur les nappes.

Autorisation:

- Affichage sur les murs des stands avec gommette seulement.
- Liste des outils autorisés: perceuse/tournevis sans fil, tournevis, marteau, agrafeuse, pince.

Note: Seul l'assemblage de stands, de partie de stand, du décor ou autre matériel d'exposition est autorisé.

Opérations

Permanence au stand

Les exposants sont tenus d'assurer une présence continue à leur stand en tout temps durant la foire.

Ventes

Les ventes contre argent réel sont strictement interdites. Seules les ventes simulées sont permises. Les dégustations de boissons **non-alcoolisées** et de bouchées sont permises à l'intérieur des stands seulement. Le Montagnais exige que lorsqu'il y a dégustation, une affiche précise que les aliments ou boissons sont le fruit des exposants et non des cuisines de l'Hôtel Le Montagnais.

Toute sollicitation à l'extérieur du stand doit se faire sans insistance ou harcèlement, à l'extérieur de l'espace attribué à un quelconque autre exposant et auprès de personnes qui ne sont pas déjà en processus de négociation avec un autre ou en attente de le faire.

Respect de la réalité

Les exposants s'engagent à respecter les coutumes commerciales courantes dans le marché réel. Lors des évaluations pour les concours, une attention particulière sera apportée aux différents aspects d'une foire commerciale: matériel de stand, décor, prix des produits, services et forfaits, négociation, information, service à la clientèle et commercialisation des produits et services.

Entreposage

Si vous avez des besoins spécifiques de manutention ou d'entreposage, réservez d'avance auprès des personnes ressources du bureau central (p. 2).

Bien identifier votre matériel à entreposer ou de transport afin d'éviter les pertes. Les services spécialisés dont vous aurez besoin seront chargés selon l'utilisation.



RÈGLEMENTS

Tirages

Les tirages de prix réels sont permis à condition que les prix soient utilisés dans le but de favoriser les opérations commerciales. **Cependant, il est fortement recommandé de tenter de se faire commanditer les prix et d'offrir des prix d'une valeur raisonnable afin de garder le focus sur les opérations simulées et l'encadrement des participants.**

Boissons alcoolisées

Aucune boisson alcoolisée n'est tolérée sur le site du Hôtel Le Montagnais, ainsi qu'au Cégep de Chicoutimi. Ainsi, aucun alcool ne peut être consommé sur les terrains et dans les bâtiments, sauf aux endroits spécifiés par l'Hôtel.. La dégustation de **boisson alcoolisée** n'est pas autorisée dans la salle d'exposition.

Sonorisation

L'utilisation de haut-parleurs, porte-voix, système de son, radio, etc. est strictement interdite.

Prévention d'incendie

La prévention des incendies exige que tous les matériaux utilisés pour la mise en place du stand et/ou de sa décoration soient à l'épreuve du feu. Les matériaux utilisés dans les stands doivent être non combustibles ou ignifugés.

Il n'est pas nécessaire d'ignifuger la marchandise en démonstration. Aucun entreposage n'est toléré entre les stands.

Il est interdit d'utiliser des arbres résineux coupés, des branches de ceux-ci, matières végétales desséchées ou des mousses plastiques comme matériaux décoratifs à l'intérieur d'un hall d'exposition (extrait du règlement VS-R-2015-132 de la Ville de Saguenay).

Si vous exposez, dans votre stand, du matériel fonctionnant avec un moteur à essence, vous devez obligatoirement déconnecter la batterie et fermer à clé la serrure du bouchon de réservoir à essence. Une autorisation doit être obtenue au préalable auprès des personnes responsables de l'Hôtel Le Montagnais. (communiquer avec les personnes responsables: voir page 2)

Identification de stand

L'exposant doit identifier son stand au nom de son entreprise d'entraînement (EE) ou utiliser l'enseigne inclus dans le forfait. Le nom de l'EE doit être visible et se démarquer du nom de l'entreprise marraine. Les enseignes non suspendues ne doivent pas dépasser 10' de hauteur.

Électricité

Chaque stand bénéficie d'un raccordement électrique standard (15 ampères). Les fiches électriques de tous les items branchés doivent être en bon état. L'exposant doit apporter ses propres barres d'alimentation et extensions (minimum 10 pieds).

Circulation dans les allées

Pour des raisons de sécurité, il est interdit aux exposants de s'engager dans des aménagements et/ou activités qui favorisent les attroupements ou la congestion des allées, ou de permettre à des personnes qui travaillent pour eux de le faire. L'espace nécessaire à la présentation des démos doit être prévu à l'intérieur des stands. Les étalages mobiles, un écran électronique, par exemple, doivent être aménagés de façon à ne pas nuire aux exposants voisins.

Accès aux équipements de sécurité

Aucun stand ou matériel ne doit obstruer l'accès aux équipements de sécurité : sortie de secours, cabinet d'incendie, déclencheur d'alarme, extincteurs, arroseurs, voies d'accès du service d'incendie, etc.

Obstruction des voies d'accès

Aucun stand ou matériel ne doit obstruer les locaux d'entretien ménager, les escaliers, les portes d'accès, les grilles de ventilation, les panneaux de signalisation.

RESPONSABILITÉS

Assurance responsabilité

Il appartient à chaque exposant de se prévaloir d'une assurance responsabilité civile pour lui-même, l'ensemble du personnel travaillant pour lui, ainsi qu'une assurance pour son matériel.

Objets perdus, oubliés, trouvés ou volés

Le RCEE n'est aucunement responsable de tout objet perdu, oublié, trouvé ou volé sur les lieux de la foire.

Dommages

Tout dommage constaté sur le matériel fourni (stand selon forfait) ou tout bris causé au bien meuble ou immeuble du bâtiment sera facturé à l'exposant.

Démontage

Horaire

Le démontage complet des stands débute au plus tôt à 15h, le jeudi 16 novembre. Il devra être terminé au plus tard à 17h.

Nettoyage

Chaque exposant est responsable du nettoyage de son espace de stand. Le RCEE demande la collaboration de tous pour le nettoyage général de la salle d'exposition.

Objets abandonnés, perdus, trouvés ou volés

Tout objet laissé sur les lieux après le démontage de la foire à, au plus tard à 17h sera expédié aux frais de l'exposant ou mis au rebut.

Droit d'intervention

Toute personne représentant le Cégep de Chicoutimi, le comité organisateur et le personnel de l'Hôtel Le Montagnais peut intervenir dans toute situation où il est considéré que l'ordre public ou la sécurité d'autrui est menacée.

Le Cégep de Chicoutimi, l'Hôtel La Montagnais et le Réseau canadien des entreprises d'entraînement se réservent le droit d'appliquer tout autre règlement ou restriction nécessaire au bon déroulement de la foire, tel qu'entendu lors de la conclusion de l'entente de location.

Interdiction de fumer

Il est strictement interdit de fumer ou de vapoter dans les bâtiments du Cégep de Chicoutimi ou dans ceux qui sont la propriété de l'Hôtel Le Montagnais.

Règlements spécifiques à l'Hôtel Le Montagnais:

- Interdiction de répandre de la poudre ou toute autre substance de quelque nature que ce soit dans le but de rendre le plancher plus glissant
- Faire l'usage de confetti à l'intérieur des bâtiments ou à l'extérieur sur les terrains
- Afficher sur les murs autrement qu'en utilisant de la gommette prévue à cet effet

Le locataire et/ou les participant et invités doivent se conformer en tout temps aux directives de tout employé de l'hôtel présent sur place. Après un avertissement verbal donné par l'employé pour toute contravention à l'un ou l'autre des règlements ou restrictions mentionnées, l'employé pourra en cas de refus d'obtempérer ou de récidive, et ce sans autre avertissement, requérir la présence du Service de la Police pour faire régner l'ordre, et si nécessaire, pour mettre un terme à l'activité et fermer immédiatement les lieux.



UNE FOIRE RÉUSSIE, C'EST UNE FOIRE BIEN PLANIFIÉE AU PRÉALABLE!

LE BUT ET LES OBJECTIFS

La Foire canadienne des entreprises d'entraînement est un outil pédagogique mis à la disposition des entreprises d'entraînement pour favoriser l'acquisition de connaissances et le développement d'habiletés chez les participants et les étudiants, afin de leur permettre d'apprendre à tirer profit d'une foire commerciale.

Au terme de l'événement, les étudiants / participants sauront:

- Intégrer la participation à une foire dans la stratégie de marketing de l'entreprise
- Comprendre les activités qui précèdent l'exposition à une foire commerciale: la planification des opérations concernant les ressources humaines, matérielles et financières
- Comprendre les activités qui surgissent pendant la foire et développer des nouvelles habiletés de vente
- Identifier les opérations qui suivent la participation à une foire et améliorer la performance commerciale

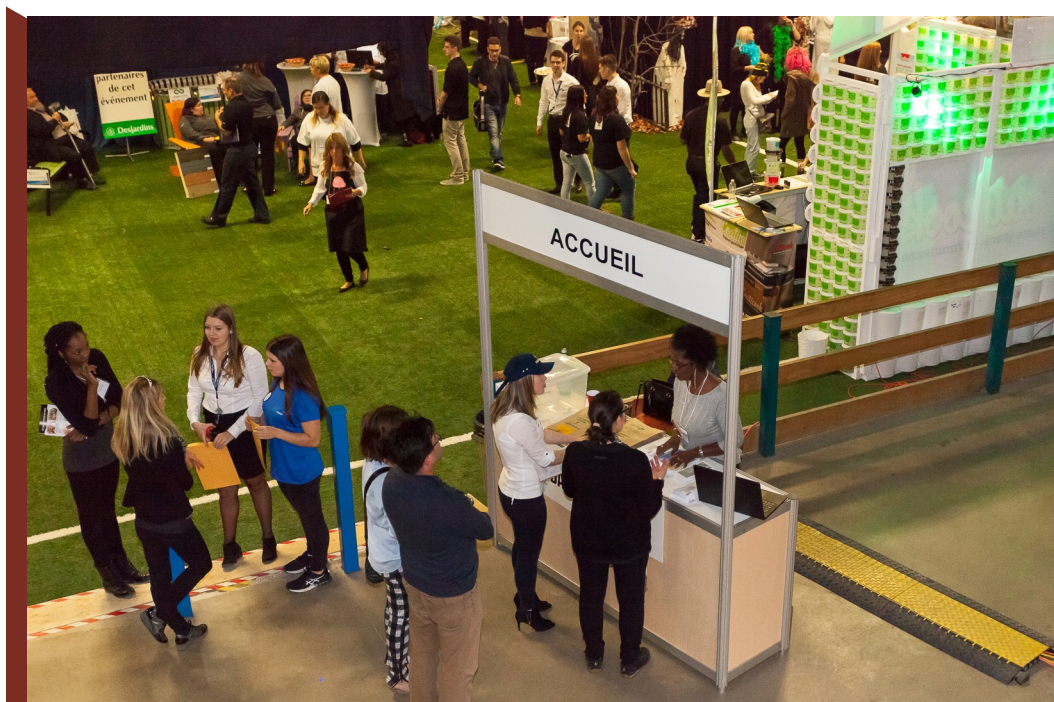
L'IMPORTANCE D'UNE FOIRE COMME OUTIL DE MARKETING

POURQUOI EXPOSER À UNE FOIRE COMMERCIALE?

- La foire est un carrefour extraordinaire entre producteurs et consommateurs, entre fournisseurs et clients... où il est possible d'établir un contact direct entre acheteurs et vendeurs.
- La foire est un moyen efficace et efficient pour faire des transactions commerciales.
- La foire s'inscrit dans un plan de marketing de l'entreprise qui vise la vente des ses produits ou services, la promotion d'un nouveau produit, l'établissement de nouveaux contacts, la pénétration d'un nouveau marché, la connaissance de la concurrence.
- Les clés du succès d'une participation à une foire repose sur l'identification d'objectifs précis et réalistes, le choix de la bonne foire, une bonne planification, une démarche méthodique et la compétence des ressources humaines qui y représenteront l'entreprise.
- La foire commerciale s'inscrit dans un ensemble de moyens de marketing utilisés tels que les études de marché, les missions ponctuelles, la vente directe, la

Les objectifs de marché

Par la participation à une foire commerciale, l'entreprise vise-t-elle à renforcer son image de marque? à augmenter sa part de marché? ...à tester un nouveau produit/présenter une nouvelle gamme de produits? ... à développer une nouvelles clientèle? ...à faire connaître l'entreprise? ...étudier un marché? ...à connaître les stratégies de la concurrence?



INTÉGRER LA FOIRE DANS LA STRATÉGIE DE MARKETING DE L'ENTREPRISE

...UN DIAGNOSTIC PRÉALABLE

Un questionnaire d'aide à la prise de décision:

- 1) Quels objectifs spécifiques cherchez vous à atteindre? (augmenter vos ventes? faire la promotion de vos produits? réaliser une étude de marché? pénétrer un marché? Lancer un nouveau produit? choisir un nouveau représentant? Présenter votre entreprise? Etc.)
- 2) Quels sont les produits ou services que vous voulez promouvoir ou vendre? (Répondent-ils aux normes/ besoins du marché? Votre capacité de production ou de distribution peut-elle répondre à une demande accrue? Quels problèmes de marketing avez-vous pour atteindre ce marché?)
- 3) Quels sont les moyens à votre disposition pour atteindre vos objectifs? (Mission de prospection, la venue d'acheteurs, la publicité...)
- 4) Quelles sont vos ressources financières et humaines? (Quel montant d'argent êtes-vous prêt à investir pour préparer l'exposition à la foire? Avez-vous évalué les ressources humaines et les ressources financières nécessaires pour assurer le succès de la foire et pour effectuer le suivi après la foire? Quelles sont les aides que vous pouvez obtenir (dons, subventions, prêts)
- 5) Comment évaluez la foire à laquelle vous voulez participer? (Combien vous coûtera votre participation? Cette foire vous convient-elle (type d'exposants, de visiteurs, de produits)? Quels sont les résultats es-comptés? Les résultats prévus justifient-ils votre mise de fonds?

LA RÉUSSITE D'UNE PARTICIPATION À UNE FOIRE REPOSE SUR:

☑ LES CAPACITÉS DE PLANIFICATION DE LA PERSONNE RESPONSABLE

☑ LA PERFORMANCE DU PERSONNEL EN PLACE: ELLES SONT LA SOURCE DU SUCCÈS!

Les ressources humaines sont la source du succès. Il est important que, dès le moment où vous décidez de participer à une foire, vous désigniez une personne responsable au sein de votre entreprise pour s'occuper de l'ensemble de l'organisation matérielle de la foire. Cette personne participe à:

- l'élaboration des objectifs précis de marketing
- la planification des ressources humaines, matérielles et financières nécessaires à la participation à la foire
- l'évaluation des ressources financières disponibles, à la préparation du budget et à l'identification des moyens à mettre en place pour déployer la stratégie de marketing

Ses tâches comprennent, entre autres de:

- choisir l'emplacement et le stand
- déterminer le budget et contrôler les dépenses
- établir et respecter un échéancier d'activités
- sélectionner le personnel et le former
- organiser la logistique (emballage, expédition, transport, douanes, assurances, etc.)
- choisir la documentation, prévoir la publicité, voir aux relations publiques avant et durant la foire
- assurer l'animation du stand durant la foire, rappeler les objectifs au personnel sur place, apporter les ajustements nécessaires
- s'impliquer dans le suivi après l'événement et évaluer la participation en fonction des objectifs visés.



LES RESSOURCES HUMAINES: SOURCE DU SUCCÈS!



La sélection du personnel se fera en fonction des objectifs visés. Si vous désirez faire la promotion d'un nouveau produit qui exige une connaissance technique, il faut penser à la personne capable de donner de façon claire et succincte les informations techniques requises. Si vous désirez augmenter vos ventes, établir des relations à long terme, vous sélectionnerez des personnes ayant des qualités éprouvées de vendeur bien au fait des caractéristiques de la vente dans une foire commerciale. Vous aurez également besoin de personnes faisant preuve d'organisation, de coordination, de communication. Bref, le responsable devra s'entourer d'une équipe polyvalente!

Il est important que le personnel soit bien formé et informé avant de se présenter:

- Est-ce que chacun sait ce qu'il aura à faire lors du montage, durant la foire, lors des événements entourant l'événement (soirée, gala), lors du démontage?
- Connaissent-ils leurs obligations et responsabilités quant à l'attitude et aux comportements professionnels et attendus lors de l'événement, tant sur le site d'exposition qu'à l'hôtel ou ailleurs tout au long de vos déplacements?
- Avez-vous prévu les horaires de présence au stand, les tâches de chacun des participants (bon état du stand, bonne marche du matériel électronique, disponibilité du matériel de publicité, accueil des visiteurs, ...)?
- Connaissent-ils les objectifs de vente pour l'entreprise? Leurs objectifs individuels?
- Sont-ils formés aux techniques spécifiques de la vente lors de foire commerciale?
 - ◆ Connaissance du produit / du service et des montages promotionnel spécifiques
 - ◆ Connaissance des conditions de vente dans une foire (besoin d'attirer rapidement l'attention du passant, identification du type de visiteur, contacts rapides et de courte durée, volume élevé, ...)
 - ◆ Connaissance du matériel de communication, publicitaire
 - ◆ Connaissance des outils (ordinateur, projecteur, calculatrice...)

Communiquez au préalable à votre personnel vos exigences quant aux attitudes et comportements à adopter :

- ◆ Être disponible et accueillant pour le visiteur: s'assurer d'avoir une tenue vestimentaire adéquate et une posture qui transmette le bon message d'accueil(évitez les mains dans les poches, les bras croisés, rester assis derrière une table, un comptoir ou un présentoir...)
- ◆ s'efforcer de pouvoir converser dans les deux langues officielles (français et anglais)
- ◆ ne pas manger, mâcher de la gomme, utiliser son cellulaire, ni lire devant les visiteurs
- ◆ sourire jusqu'à la dernière minute !



LES RESSOURCES MATÉRIELLES

Il est important de se documenter sur le site, les règlements, les installations et le matériel fourni, le plan de la salle d'exposition, le stand ou l'espace disponible, l'aménagement, le matériel d'information, de publicité de communication, le système de son, l'éclairage, l'électricité, l'accès Internet, l'accessibilité, le rangement si nécessaire, ...

Préparer d'avance le matériel, la fourniture, les emballages et les outils nécessaires au montage, à l'exposition et au démontage du stand.

Il importe aussi d'organiser le transport du matériel et du personnel, l'hébergement, la restauration durant l'événement.

LES RESSOURCES FINANCIÈRES

La liste des éléments à inclure dans le budget comprend:

l'inscription, la location d'emplacement, le stand et tous ses accessoires d'ameublement et de décoration, le montage et le démontage, les services comme l'électricité, l'eau, l'accès Internet, l'entretien, l'achat d'accessoires ou d'éléments périssables (fleurs, aliments, boissons, etc.), le personnel, les dépenses liées au déplacement, l'hébergement et la restauration du personnel de représentation, le transport des marchandises, le matériel audiovisuel, les photographies, les assurances. (Note: Il faut lire très soigneusement les termes des contrats et les règlements afin d'éviter des surprises désagréables à la dernière minute!)

LE SUIVI



Évaluer la foire

L'évaluation permet de voir si les résultats obtenus, et si les moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs que l'on s'était fixés étaient adéquats. C'est également le temps de vérifier si les bonnes personnes ont été envoyées pour représenter l'entreprise.

Le rapport d'évaluation doit contenir le plus de renseignements possibles afin de noter les commentaires pour une prochaine participation.

On doit tenter d'expliquer les écarts, tant positifs que négatifs, entre les objectifs visés et les résultats obtenus. Le tout devrait conduire à formuler des recommandations: sur les objectifs des participants, sur l'ensemble de la participation et sur ses retombées pour l'entreprise, sur la foire et son organisation, de façon général.

Assurer le suivi des ventes



Le suivi des transactions amorcées durant la foire comprend:

- ◆ Répondre à toutes les demandes formulées
- ◆ Envoyer la documentation additionnelle (confirmation de commande, bon de livraison, facture, garantie, etc.)
- ◆ Faire les appels et les relances
- ◆ Remercier les clients qui ont démontré de l'intérêt
- ◆ Livrer la marchandise dans les délais prévus
- ◆ Entretenir les liens avec les visiteurs afin de soutenir des relations fructueuses dans le futur

Même si à votre retour, vous êtes débordé par le travail accumulé, assurez-vous de traiter le plus rapidement possible les demandes qui vous auront été transmises durant la foire. N'oubliez de faire fructifier les investissements.

TECHNIQUES DE VENTES À UNE FOIRE COMMERCIALE



Les participants doivent bien comprendre les techniques de vente sur les lieux d'une foire commerciale qui diffèrent de celles de la vente sur le terrain. Une approche centrée sur les besoins du client est préférable à la vente à pression. Il s'y présente une multitude de visiteurs qui peuvent devenir ou non, des clients potentiels. Les contacts initiaux sont cruciaux et doivent permettre de déceler rapidement les possibilités de conclure des ventes.

Le personnel doit déployer un effort constant de l'ouverture à la clôture. Il est important que chaque personne comprenne bien le rôle et la fonction de chaque membre de l'équipe. Il est important également d'assurer une présence constante au stand.

Et étant donné le volume élevé de visiteurs, en un court laps de temps, chaque relation se doit d'être de courte durée, tout au plus 5 minutes. Voilà qui diffère de la vente sur le terrain!

Ouverture

- ◆ Établir un premier contact visuel et signe montrant au visiteur qu'il est intéressé à le servir
- ◆ Saluer le client potentiel et lui poser des premières questions ouvertes (Comment...? Où...? Quand...? Quoi...?) pour identifier à quel type de visiteur il s'adresse. Ces questions génèrent des réponses qui aident à engager la conversation.

Identification du potentiel d'achat du visiteur

- ◆ Important d'identifier rapidement le potentiel d'achat du visiteur afin d'éviter de perdre un temps précieux à essayer de convaincre la mauvaise personne: Porte-t-il un porte-nom? Est-il un concurrent? Est-il un juge d'un concours? Est-il un client potentiel?
- ◆ Se souvenir qu'il est important pour le personnel présent au stand de rester attentif et courtois en tout temps. S'il faut quitter une personne qui ne présente pas un potentiel d'achat, le faire sans froisser le visiteur que l'on quitte: on ne peut jamais être certain de ce qu'il représente!

La présentation du produit ou service

- ◆ Le visiteur ne souhaite pas demeurer longtemps dans un même stand. Il faut saisir rapidement son besoin.
- ◆ Ensuite, présenter succinctement les qualités du produit ou du service en vente. S'il est pertinent, faire une démonstration de son utilisation. Pour choisir le bon produit ou service pour le visiteur, il faut avoir bien identifié ses besoins, l'écouter attentivement et surtout, savoir quand vous arrêter. Détecter les signes verbaux, ou non verbaux (le client recule, regarde ailleurs, consulte son portable alors que vous lui parlez...)

La conclusion

- ◆ Après avoir présenté et expliqué le produit, après avoir écouté le client, il faut tenter de conclure un engagement, c'est l'étape finale de la vente qui consiste à demander si la personne est intéressée à acheter le produit et pour prendre les renseignements nécessaires pour donner suite à la vente.

Le suivi

- ◆ Pour réussir la transaction, il faut noter: nom du client, nom de l'entreprise, les coordonnées de contact, produit ou service, quantité, date de livraison, conditions de livraison, etc.

En fait, l'objectif de la vente à la foire est d'établir des contacts fructueux pour le futur. Pour ce, il faut prendre les renseignements nécessaires pour donner suite à la relation établie à la foire.

Profitez de votre présence à la foire pour observer les exposants qui ont le plus de succès. Identifiez ainsi les actions et outils qui amélioreront votre prochaine participation.

LE MATÉRIEL PROMOTIONNEL

Il est recommandé de vous munir de matériel promotionnel à sélectionner selon votre stratégie marketing. Par exemples :

- Brochure corporative, de produits et services, échantillons, feuillets techniques...
- Cartes professionnelles / de visite
- Cadeaux (crayons, calepins, signets, etc.)
- Sacs réutilisables, etc.

Assurez-vous de :

- Avoir des documents en quantité suffisante (*notez cependant que tous les visiteurs ne prendront pas forcément votre documentation*)
- Avoir différents types de documents pour différentes clientèles
- Diffuser votre logo et vos coordonnées (surtout votre site Internet et votre numéro de téléphone)
- Opter pour des messages courts et *punch* !



LE STAND

Tout emplacement est bon; tout se joue dans la décoration et le **dynamisme de l'animation pour assurer d'attirer l'attention.**

N'obstruez pas le devant de votre stand avec une table. **Permettez aux visiteurs d'entrer !**

Planifier ce qui sera présenté en accord avec le but et les objectifs fixés. Ne négligez aucun détail.

Le stand renvoie votre image, c'est votre carte de visite. Prévoyez des éléments qui attireront l'attention et feront que les visiteurs vont s'arrêter chez vous.

Par exemple:

- un affichage clair: des éléments créatifs, différents
- des couleurs vives, un bon éclairage
- de l'action, du mouvement
 - une démonstration
 - une projection
 - un jeu, etc.

EN BREF ♦ EN BREF ♦ EN BREF ♦

EN BREF ♦ EN BREF ♦ EN BREF ♦

LE VISITEUR—UN CLIENT POTENTIEL

Il vous sera plus facile de conclure une vente si vous identifiez bien le type de personnalité du visiteur qui s'arrête à votre stand.

On peut résumer aux cinq profils suivants :

- **Le chercheur** cherche les nouveautés
- **Le visiteur à renforcement** valide ses décisions
 - **Le chercheur de solution** a un problème urgent à régler
- **L'acheteur d'équipe** est toujours accompagné et est réticent à prendre une décision par lui-même
- **L'acheteur en puissance** est discret, mais a un intérêt marqué pour votre produit ou service

LE MONTAGE ET LE DÉMONTAGE

Les journées de montage et de démontage sont particulièrement chargées pour les exposants. Afin de vous assurer un maximum d'efficacité lors de ces opérations :

- Assurez-vous de respecter les horaires
- Veillez à apporter tous les outils et matériel nécessaires pour vous installer
- Prévoyez des extensions et barres de tension pour vous raccorder à votre prise électrique principale
- Apportez de l'eau pour vous désaltérer et une collation pour vous soutenir durant l'installation
- Faites preuve de patience (tous les exposants ne peuvent entrer et sortir en même temps)

NOTE:

IL EST IMPORTANT QUE LE VISITEUR PUISSE DISTINGUER LE NOM DE VOTRE ENTREPRISE D'ENTRAÎNEMENT, DE CELUI DE VOTRE ENTREPRISE MARRAINE. EN TOUT TEMPS, VOUS DEVEZ LAISSER QUE LES COORDONNÉES DE VOTRE ENTREPRISE D'ENTRAÎNEMENT.

ORGANISATEURS:



is an practice firm in the employability sector. It covers the large territory of the Saguenay-Lac-St-Jean region and is funded by Emploi-Québec. It has been in operation since October 5, 1998 and every year, it helps more than sixty job seekers! In fact, it hosted its 1,000th participant in the fall of 2015. It's made up of a team of five people-staff who have the success of each of their participants. Since 2005, Propulsion Carrière has developed a mentorship with Parc Aventures, in Cap Jaseux. For the past two years, two new companies have joined to support the mission of Propulsion Carrière: Morille Québec and the Kitch Up boutique!

Évolutad is a pedagogical practice firm which has been operating within the accounting and management department of the Cégep de Chicoutimi, since March 2008. Its approach is aimed at learning skills through integrated action in a technical training environment that encourages active participation. As a result, the projects linked to Évolutad are numerous and diversified (simulation of companies, competitions of business ideas, conferences, business mentoring ...). Its mission is to promote the development of entrepreneurial characteristics among young people and the outbreak of future entrepreneurs and intrapreneurs in the regions.



533, rue Ontario Est, bureau 202

Montréal (Québec) H2L 1N9

Téléphone: (514) 508-1620

Sans frais: 1 (855) 508-1620

<http://www.rcee-cpfn.ca>



Member of the worldwide network:



EUROPEN-PEN
international
practice enterprises network