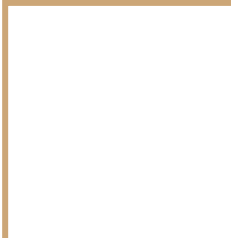





Saint-Émilion Tourisme

COMMENT PRÉPARER UN SALON PROFESSIONNEL ?

Voir la vidéo en ligne : <https://vimeo.com/508903922>



Pourquoi
participer à un
salon ?




VOS OBJECTIFS


Les objectifs peuvent être multiples en fonction de votre activité.

Voici les principaux :

- AUGMENTER VOTRE CHIFFRE D’AFFAIRES
- TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS
- FIDÉLISER LA CLIENTÈLE DÉJÀ EXISTANTE
- PRÉSENTER DE NOUVELLES OFFRES
- BOOSTER L’IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DE VOTRE STRUCTURE



Conseil 1 :
Définir votre cible
de clientèle



LA CIBLE DE CLIENTÈLE

De nombreux salons sont organisés tout au long de l'année en France et à l'international.


Dans un premier temps, il est important d'identifier à quelle type de clientèle il est dédié.

On trouve 3 types de clientèles :


- **LOISIRS** : associations, groupes ...
- **MICE*** : tourisme d'affaires, entreprises, séminaires ...
- **PROFESSIONNELS DU TOURISME** : Agences de Voyages, Tour Opérateurs, Hébergeurs

Une fois votre cible de clientèle définie, il est alors plus simple de trouver le salon qui correspondra le mieux à votre entreprise.

**MICE est un acronyme et raccourci très couramment utilisé pour désigner l'activité hôtelière et touristique liée à des événements de la vie des entreprises. MICE correspond alors aux termes anglais de "Meetings" (réunions), "Incentive", "Conferences" et "Exhibitions / Events" (événements professionnels).*



Conseil 2 :
Choisir un
salon qui vous
correspond



LES PRINCIPAUX SALONS 2021 - CIBLE CLIENTÈLE LOISIRS

IFTM (Ex Map Pro)	5 au 8 octobre 2021	Paris	Clientèle Française / Quelques internationaux	www.iftm.fr
Rendez-vous en France	22 et 23 mars 2022	Nantes	Clientèle internationale	www.atout-france.fr/content/salon-rendez-vous-en-france
Destinations Vignobles	5 et 6 octobre 2021	Aix en Provence	Clientèle internationale	http://www.atout-france.fr/content/destination-vignobles-0
WTM World Travel Market	1 au 3 novembre 2021	Londres	Clientèle internationale	https://london.wtm.com/
Workshop virtual "Tourism Online Meeting"	11 mars 2021	En ligne	Tour opérateur et Autocaristes	https://www.tourism.onlinemeetings.events/FR/
ITB * (clientèle professionnels du tourisme en plus)	09 au 12 mars 2021	Berlin	Clientèle internationale	www.itb-berlin.com

LES PRINCIPAUX SALONS 2021 - CIBLE CLIENTÈLE MICE

IFTM (Ex Map Pro)	5 au 8 octobre 2021	Paris	Clientèle Française / Quelques internationaux	www.iftm.fr
Rendez-vous en France	22 et 23 mars 2022	Nantes	Clientèle internationale	www.atout-france.fr/content/salon-rendez-vous-en-france
So Événements	5 et 6 mai 2021	Bordeaux	France - clientèle locale et régionale	www.soevenements.com
WTM World Travel Market	1 au 3 novembre 2021	Londres	Clientèle internationale	https://london.wtm.com/
IBTM	30 novembre au 02 décembre 2021	Barcelone	Clientèle internationale	www.ibtmworld.com
Salon Réunir	Fin 2021 - date non connue	Paris	Clientèle Française	http://salon.reunir.com/
Salon Heavent Paris	23 au 25 novembre 2021	Paris	Clientèle Française et Européennes	www.heavent-expo.com

Autres Workshops ...

Des **Workshops** sont aussi organisés par le **Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine** (en France et dans certains marchés prioritaires européens ou sur certaines filières) ou d'autres institutionnels du tourisme.

Exemple dans le plan d'actions 2021 du CRTNA :

- CRTNA - Workshop MICE Île-de-France / 2e semestre / Paris
- CRTNA - Workshop Oenotourisme & Gastronomie / Automne / Paris


Catalogue d'actions envisagées par Atout France sur le segment spécifique du Tourisme d'Affaires :

http://www.atout-france.fr/actions?field_thematiques_tid=1116


NB: Pour la clientèle groupes, certains autocaristes organisent leurs propres “salons” pour présenter les destinations proposées en catalogue via leurs représentants.

NOS CONSEILS

- Si un salon vous intéresse, pensez à **contacter un ancien participant** afin d'avoir son ressenti et son avis : vous retrouverez facilement la liste des participants des précédentes éditions sur les sites internet des salons.
- Pour les propriétés viticoles, vous pouvez vous rapprocher de votre **syndicat viticole** qui pourra vous aiguiller sur des salons spécifiques aux professionnels du vin.






Conseil 3 : Établir votre budget






ÉTABLIR VOTRE BUDGET

- Selon le type de salon et le stand souhaité, le coût engendré par une participation peut varier.
- Il est possible de demander le **dossier technique exposants** afin d'avoir une idée de stands proposés (dimension, nombre de table et chaise, armoire de rangement, moquette, électricité et Wifi ...). En effet, sur certains salons, ces éléments peuvent être en supplément.
- Vous pouvez également contacter des partenaires afin de faire **un partage de stand** et ainsi réduire les frais engendrés par la location.
- Sur la partie budget, il faut également compter sur les postes suivants :
 - Frais d'hébergement pendant la durée du salon
 - Frais de transports
 - Frais de restauration : lors de salons, certains repas peuvent être inclus mais cela est rare. Il faut alors prévoir un budget restauration.
 - Frais éventuels d'envois de documentation sur place (pour les salons à l'étranger).


EXEMPLE DE STANDS

TYPE DE STAND	VISUEL (NON CONTRACTUEL)	CARACTERISTIQUES
Table de travail		<ul style="list-style-type: none"> Pas de cloison Moquette au sol 1 enseigne drapeau 1 table ronde (H : 74, Ø : 80) 2 chaises 1 corbeille <p><i>NB : Il est interdit de positionner des objets publicitaires en dehors de la table</i></p>
Stand classique 4,5 m ² (L 3 m x l. 1,5 m)		<ul style="list-style-type: none"> Cloisons (H : 1,50 m) Moquette au sol 1 enseigne drapeau Spot 1 meuble de rangement (L : 100, P : 45, H : 75 cm) 1 table rectangulaire (L : 120, P : 70, H : 74) ou 2 carrées si 1 personne supplémentaire (L : 75, P : 75, H : 74) 4 chaises 1 corbeille <p><i>NB : L'ajout de personne supplémentaire entraine une modification de mobilier : 2 tables carrées en remplacement d'1 table rectangulaire. La composition du mobilier ne peut être modifiée.</i></p>
Partage de stand entre 2 sociétés 3 m ² par société (L 2 m x l. 1,5 m)		<ul style="list-style-type: none"> Cloisons (H : 1,50 m) Moquette au sol 1 enseigne drapeau, commune aux 2 organismes partageant le stand Spot 1 meuble de rangement à partager (L : 100, P : 45, H : 105) 2 tables carrées (L : 75, P : 75, H : 74) 4 chaises 1 corbeille

TYPE DE STAND	VISUEL (NON CONTRACTUEL)	CARACTERISTIQUES
Stand multirégional 6 m ² (L 3 m x l. 2 m)		<ul style="list-style-type: none"> Cloisons (H : 1,50 m) Moquette au sol 1 enseigne drapeau Spot 1 meuble de rangement (L : 100, P : 45, H : 105) 1 table rectangulaire (L : 120, P : 70, H : 74) ou 2 carrées si 1 personne supplémentaire (L : 75, P : 75, H : 74) 4 chaises 1 corbeille <p><i>NB : L'ajout de personne supplémentaire entraine une modification de mobilier : 2 tables carrées en remplacement d'1 table rectangulaire. La composition du mobilier ne peut être modifiée.</i></p>
Stand national 12 m ² (L 4 m x l. 3 m)		<ul style="list-style-type: none"> Cloisons (H : 1,50 m) Moquette au sol 1 enseigne drapeau Spot 1 meuble de rangement (L : 100, P : 45, H : 105) 1 table rectangulaire (L : 120, P : 70, H : 74) ou 2 carrées si 1 personne supplémentaire (L : 75, P : 75, H : 74) 4 chaises 1 table basse (H : 45, Ø : 60) 3 chauffeuses 1 corbeille <p><i>NB : L'ajout de personne supplémentaire entraine une modification de mobilier : 2 tables carrées en remplacement d'1 table rectangulaire. La composition du mobilier ne peut être modifiée.</i></p>



Conseil 4 :
Préparer votre
salon en amont



PRÉPARATION EN AMONT DU SALON

- Généralement, une inscription à un salon s'effectue plusieurs mois en amont afin de laisser le temps de préparation nécessaire.
- On retrouve deux types de salon :

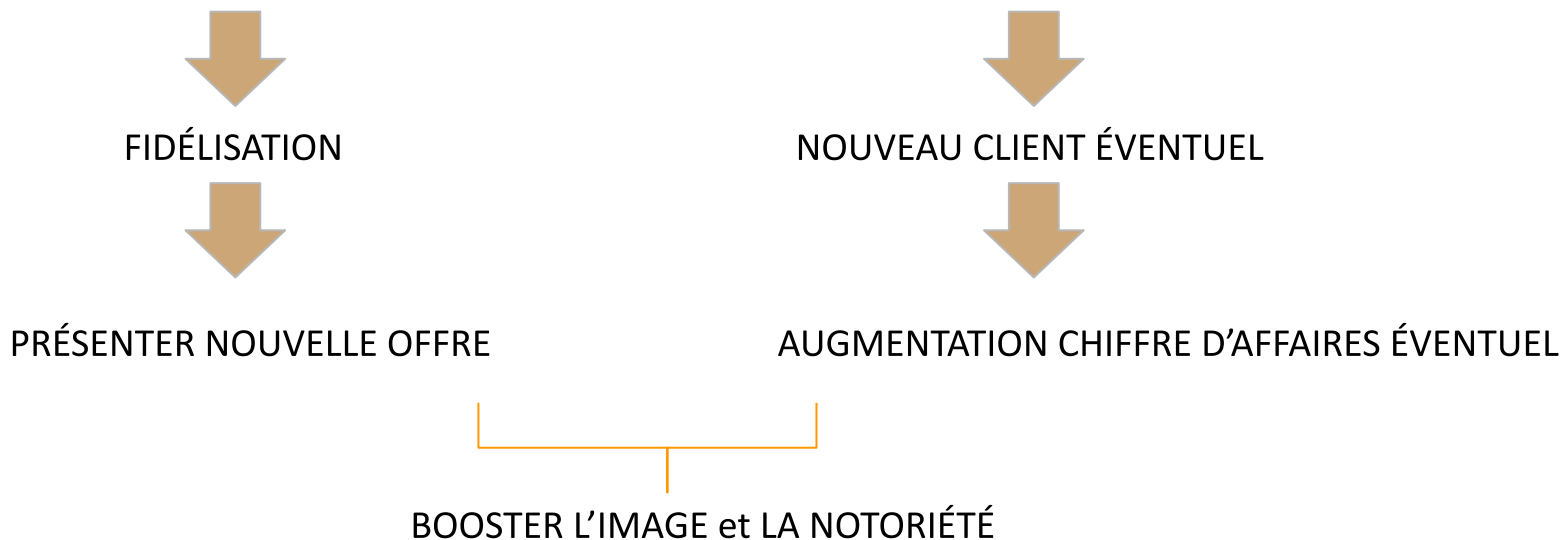
	LES +	LES -
Salon avec RDV en amont	<ul style="list-style-type: none">- Sélection en amont plusieurs semaines avant- Possibilité de bloquer des créneaux pour prospecter les autres stands librement dans le salon	<ul style="list-style-type: none">- Rendez-vous de 20mn en moyenne qui peuvent être courts selon la conversation- Souvent des no show (non présentation) de certaines agences que l'on peut signaler via le site internet
Salon sans RDV en amont	<ul style="list-style-type: none">- Permet un échange plus libre entre les participants et les personnes qui sont dans les allées- Prévoir de venir à 2 personnes afin de laisser une personne au stand et une qui prospecte les autres stands	<ul style="list-style-type: none">- Plus de démarchage de personnes qui souhaitent nous vendre des produits

PRÉPARATION EN AMONT DU SALON - Les outils indispensables

- Quelques semaines avant le salon, prévoir les outils indispensables pour un bon salon :
 - Carte de visite
 - Ordinateur ou tablette afin de montrer des vidéos ou photos
 - Clefs USB éventuelles à remettre avec des visuels, brochures PDF, cartes de visite PDF (en effet lors de salon, les professionnels sont plus enclin à prendre des clés USB légères que des brochures)
 - De quoi prendre des notes (bloc note, stylo ...) et les coordonnées des visiteurs
 - Des goodies (petits cadeaux) à remettre aux visiteurs : cela a toujours un effet positif et permet de booster l'image de la structure
 - Brochures éventuelles à laisser sur le stand
 - Des affiches, kakémonos et tout accessoire permettant d'égayer le stand et de le rendre attractif

PRÉPARATION EN AMONT DU SALON - CONSEILS

- Repérer en amont les clients déjà existants et présents sur le lieu du salon ou en tant que participants, leur envoyer un mail quelques semaines avant leur indiquant votre présence sur le salon (avec votre numéro de stand et votre contact). Éventuellement leur proposer un rendez-vous.

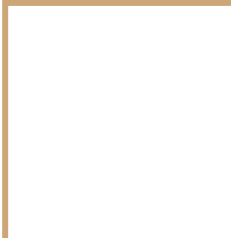


Conseil 5 :
Ne pas négliger la
période
“après-salon”



L'APRÈS-SALON - une étape primordiale

- Au cours de votre semaine post-salon, il faut penser à :
 - Envoyer des mails de remerciement à chaque visiteur rencontré (via les cartes de visites collectées ou les notes prises lors du salon)
 - Envoyer les informations spécifiques demandées sur place (devis, tarifs...)
 - Répondre au questionnaire de satisfaction envoyé par l'organisateur et donner votre avis afin de faire progresser le salon d'année en année
- Une relance des clients rencontrés 1 à 2 fois par an est nécessaire afin de pérenniser le contact sur plusieurs années.



Tous à vos
questions !

- *nous sommes là pour
y répondre* -

