



Objectif de la formation

Ce séminaire planifie, organise et rentabilise une participation à une foire commerciale. Le participant repart avec son plan d'exposition, son budget, la conception de son stand et sa méthode d'évaluation après l'événement.

Durée 8 heures, réparties en deux séances de 4 heures.

À qui ce séminaire s'adresse

Responsables commerciaux, dirigeants et responsables marketing qui exposent dans des salons sans savoir ce que la dépense rapporte.

Séance 1 — Planification stratégique et outils de promotion

4 heures

- **Objectif : Planifier son exposition et choisir ses outils de promotion**
- **Définir des objectifs clairs : acquisition de clients, notoriété, lancement de produit**
- **Maîtriser les outils de promotion : commandite, télémarketing, publipostage, web, médias sociaux**
- **Construire un plan d'exposition structuré : choix des événements pertinents**
- **Établir un budget et un échéancier réalistes**
- **Utiliser le GPS et la SOC pour planifier et suivre les performances**
- **Harmoniser les profils de compétences de l'équipe avec les objectifs commerciaux, avec le PCE**
- **Étude de cas : l'analyse d'une participation réussie**
- **Activité de travail : bâtir votre plan d'exposition, votre budget et votre échéancier**

Séance 2 — Optimisation sur le terrain et suivi

4 heures

- **Objectif : Optimiser sur le terrain et évaluer les retombées**
- **Concevoir le stand : emplacement stratégique, habillage visuel et fonctionnel**
- **Utiliser le TBE et le TBO pour évaluer l'effet de sa présence**
- **Former le personnel à la communication persuasive et professionnelle**
- **Gérer les situations complexes au stand**
- **Développer les aptitudes clés de l'équipe avec le PCL**
- **La rétroaction après la foire : analyse des performances et diffusion des résultats**
- **Étude de cas : participation classique par rapport à participation optimisée**
- **Activité de travail : concevoir votre stand et votre méthode d'évaluation après l'événement**

Ce qui se discute en groupe

- Ce que votre dernier salon vous a coûté, et ce qu'il vous a rapporté
- Choisir un événement : sur quels critères, et qui décide
- Qui doit tenir le stand, et pourquoi ce n'est pas toujours le meilleur vendeur
- Transformer un contact de salon en client

Comment le séminaire se donne

- Cahier de préparation à remplir avant la première séance
- PCL, PCE et PCO complétés et analysés en séance
- Canevas de plan d'exposition, budget et échéancier
- Grille de conception de stand
- Modèle de rapport de rétroaction après foire

Résultats escomptés

- Vous planifiez et organisez votre participation de bout en bout
- Vous maximisez la visibilité et les retombées commerciales
- Vous transformez vos contacts en clients fidèles

Ce que vous emportez

- Votre plan d'exposition
- Votre budget et votre échéancier
- Votre conception de stand
- Votre rapport de rétroaction après foire

Reconnaissance des compétences

À la fin du séminaire, le participant reçoit une attestation. Au terme d'un programme de 80 heures, il reçoit une certification.

Réseautage inc. est agréé par Service Québec — certificat 0060705 — et reconnu organisme formateur par la Commission des partenaires du marché du travail. Les subventions à la formation couvrent jusqu'à 100 % du coût, sous réserve d'admissibilité. Nous montons la demande avec vous.

info@reseautage.com • 514 831-8432 • www.reseautage.com

Contenu de l'Institut du réseautage de compétences (IRC), offert par Réseautage inc. – Réseau des Industriels du Québec. © 1998-2026 Réseautage inc. Tous droits réservés.