

## Commercialisation d'un événement

# Vendre et commercialiser un événement professionnel en période de crise

### OBJECTIFS

- Maitriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
- Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
- Maintenir la relation commerciale en temps de crise
- Développer de l'assurance personnelle en situation relationnelle difficile
- Savoir identifier et gérer les émotions manifestées (soi et l'autre) , et en particulier celle de la peur

### PROGRAMME

#### 1. Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source unimev)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain

#### 2. Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants ( cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de « closing » et de fidélisation

#### 3. Les aspects concrets de la vente de stands

- Connaissance des différents services impliqués dans les foires et salons
- Les outils de commercialisation: dossiers d'inscription, site internet
- Les prescripteurs et réseaux à utiliser pour la promotion de l'événement
- Gestion des implantations des stands sur plans (cas pratiques)
- Relance des impayés

#### 4. Le suivi des actions commerciales

- Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord
- Présentation du calculateur de performance globale
- Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)
- Organiser ses actions en fonction des priorités

#### 5. Gestion de la relation client en période de crise Covid 19

- Rassurer et maintenir la confiance de vos clients
- Comment aborder un prospect en climat covid 19
- L'utilisation des réseaux sociaux pour communiquer
- Les nouvelles offres de services: Evenements digitaux et hybrides
- Conclure vos ventes en situation difficile

### CODE TEC07

#### Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors).

#### Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

#### Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

#### Durée

24 heures (3 sessions de 8h)

#### Tarif inter par personne

Adhérent : 1 680,00 € HT.

Non adhérent : 2 100,00 € HT.

#### Tarif intra

Nous consulter

# Vendre et commercialiser un événement professionnel en période de crise

## PROGRAMME - la suite

### 6 - La gestion des émotions

Apports théoriques :

- Les sentiments authentiques : la peur, la colère, la tristesse, la joie
- Les sentiments parasites ( ou racket)

Appropriation et personnalisation :

- Distinguer les caractéristiques et les manifestations de chacun des sentiments manifestés pour soi et chez son interlocuteur
- Mettre en œuvre les attitudes à adapter face à chacun de ces sentiments , en particulier sur celui de la peur

### 7 - La gestion des inquiétudes de l'acheteur

- Les 4 phases du processus d'achat
- Identifier et traiter les comportements d'hésitation : scepticisme et indécisions
- Rassurer son acheteur au moments décisif du processus d'achat

## Les formateurs : Emmanuel Melot et Anne-Caroline Feist



### Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.

### Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION

Experte en développement commercial et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.

