

Commercialisation d'un événement

Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action

OBJECTIFS

Faire prendre conscience des enjeux commerciaux
Acquérir les pratiques spécifiques liées à la commercialisation d'une manifestation

PROGRAMME

1 - L'enjeu commercial : conquérir et fidéliser des exposants

- L'offre salons : répondre à des raisons d'exposer
- La gestion du plan du salon : choisir des exposants intéressants
- Adapter les process de commercialisation aux cibles et typologies d'exposants

2 - Les process de commercialisation de la manifestation

- Les outils de commercialisation : dossiers d'inscription, documents de promotion, Internet
- Les actions de commercialisation
- Les démultiplicateurs

3 - Le timing pour la commercialisation d'une manifestation

- Les contraintes et les freins des exposants ; les choix budgétaires
- Les impératifs de la manifestation : le retro-planning
- Les boosters pour accélérer et concrétiser les inscriptions

4 - Plan d'action commercial et tableau de bord de la manifestation

- Les rendements attendus
- Le tableau de bord commercial : rétro-planning/points de passage
- Anticiper et planifier l'effort commercial pour garantir la réalisation de l'objectif

CODE TEC04

Public

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

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation de Foires et salons

Démarche pédagogique

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

Méthode d'évaluation

Etude de cas pratique - mise en situation
Enquête de satisfaction

Durée : 14 heures (2 jours) en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.
Non adhérent : 1 800,00 € HT.

Tarif intra : Nous consulter

Taux de satisfaction : Nouveau programme

Nbre de participants (en inter) : 5 min - 10 max

Le Formateur : 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.

