

Commercialisation d'un événement

Vendre et commercialiser un congrès / une offre MICE / un événement professionnel - grand public

OBJECTIFS

- Faire monter en compétences les équipes commerciales
- Maitriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
- Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
- Réussir les ventes de surfaces et de services additionnels

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, salons et congrès
- 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

CODE TEC02

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons / congrès / MICE.

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons / congrès / MICE.

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 2021 : 98,4%

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.

