

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

## Objectifs

Faire monter en compétences les équipes commerciales  
Maîtriser 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

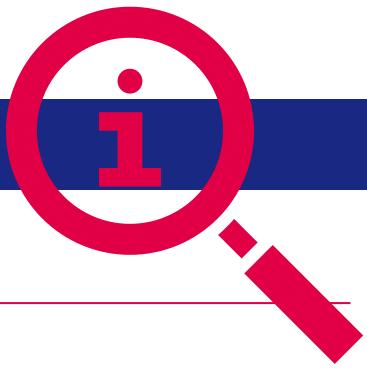


## Programme

<b>Les données du secteur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source Unimev)</li><li>• Les motivations des exposants et les raisons d'exposer</li><li>• Les évolutions et les tendances de demain</li></ul>
<b>Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »</li><li>• Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning</li><li>• Stratégie et choix des prospects (cibles prioritaires / référents)</li><li>• Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone</li><li>• Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations</li><li>• Les techniques de « closing » et de fidélisation</li></ul>
<b>Les aspects concrets de la vente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaissance des différents services impliqués dans les foires, salons et congrès</li><li>• Les outils de commercialisation: dossiers d'inscription, site internet</li><li>• Les prescripteurs et réseaux à utiliser pour la promotion de l'événement</li><li>• Gestion des implantations des stands sur plans (cas pratiques)</li><li>• Relance des impayés</li></ul>
<b>Le suivi des actions commerciales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord</li><li>• Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)</li><li>• Organiser ses actions en fonction des priorités</li></ul>



## Modalités pratiques



<b>Public :</b> Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons / congrès / MICE	<b>Pré-requis :</b> Pratiquer la commercialisation des foires et salons / congrès / MICE
<b>Tarif inter par personne :</b> Adhérent : 980,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT <b>Tarif intra :</b> Nous consulter	<b>Nombre de participants :</b> 5 min – 10 max <b>Durée :</b> 14 heures (2 jours) en présentiel <b>Modalités et délai d'accès à la formation :</b> Demande d'inscription : s.verger@unimev.fr 2 mois sous réserve d'avoir atteint un nombre suffisant de participants
<b>Démarche pédagogique :</b> Méthode active pour provoquer et structurer des échanges Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques	<b>Méthode d'évaluation :</b> Positionnement à l'entrée en formation : évaluation pré-formative Mises en situation Etudes de cas pratiques Bilan de fin de formation Enquête de satisfaction
<b>Taux de satisfaction :</b> 95 % (2025)	<b>Personne en situation de handicap :</b> Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

### 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, Viv'ing...), lui ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé sa passion pour votre métier.

