

La préparation

Avant toute démarche, l'entreprise doit constituer un planning afin de gérer au mieux le temps qui lui est attribué. Il faut savoir que la préparation est l'étape décisive car c'est à ce moment que se joue le succès ou l'échec de l'exposition.

PLANNING		
Temps	Tâches à accomplir	Observations
12 mois	Location du stand	Plus le stand sera réservé à l'avance, plus l'entreprise bénéficiera d'un emplacement stratégique.
11 mois	Sélection des produits à exposer	Les produits seront choisis en fonction du public visé.
10 mois	Étude de la décoration du stand Réservation de l'hôtel	La décoration doit être étudiée de manière rigoureuse, car elle influence le passage des visiteurs. Il faut réserver l'hôtel à l'avance car en période d'exposition, ces derniers sont souvent complets.
9 mois	Conception du stand Préparation du matériel à exposer	La période de la conception du stand varie suivant le type de stand. Un stand personnalisé demande une période plus longue qu'un stand livré par l'organisateur. Il faut penser à un emballage adapté au mode de transport.
8 mois	Réservation des branchements d'eau, d'électricité (téléphone, fax)	
7 mois	Mise au point d'une politique promotionnelle	L'animation du stand accentue l'impact de la participation. Certains stands se démarquent des autres grâce à ce critère.
6 mois	Choix des hommes et des hôteses	Choisir des professionnels.
5 mois	Formation du personnel	L'accueil doit être impeccable, c'est pourquoi une formation pré-salon est souvent utile.
4 mois	Vérification du matériel Réservation du transport du matériel Préparation de la documentation d'entreprise (plaquette, catalogue) Réservation de la publicité dans le catalogue des exposants	Pour le transport de la marchandise, il est conseillé de faire appel à un transitaire possédant une expérience en matière d'expositions.
3 mois	Réservation des billets d'avion Vérification des passeports Préparer les cartons d'invitations	Les invitations sont les meilleurs moyens d'assurer des visiteurs et de fidéliser sa clientèle.
2 mois	Faire une demande d'assurance foire ou prospection Faire une demande de visas (si nécessaire)	

	Faire les vaccinations requises	
1 mois	Demande de carnet ATA (documents douaniers pour l'expédition d'échantillons) Envoi des invitations	
Les derniers jours	Expédition des produits Départ du personnel Aménagement du stand Vérification du stand Vérification des produits Contrôle de la sécurité	La période d'expédition des produits peut être plus longue en cas de destination lointaine et l'aménagement du stand dépend de l'ouverture du hall d'exposition aux e

Le coût

L'organisation d'un salon est une opération coûteuse qu'il faut considérer comme un investissement. Les dépenses à prévoir sont les suivantes :

DÉPENSES	
Les frais d'exposition	Location du stand Inscription au catalogue des exposants Frais d'inscription et de badges
Les frais d'aménagement	Les cloisons, le mobilier, la décoration L'éclairage, le branchement d'eau Le montage et démontage Le téléphone, fax Les frais de nettoyage du stand
Les frais de communication	Les invitations gratuites Les mailings Les brochures et plaquettes Les échantillons et matériels de promotion Les réceptions L'emballage Les frais liés aux produits L'assurance
Les frais de personnel	Le transport L'hébergement La nourriture Les interprètes

Le suivi

Une fois l'exposition terminée, il est nécessaire d'établir un bilan de participation au salon. Le suivi d'un salon est stratégique, il consiste à envoyer, dans la semaine qui suit le salon, de la documentation aux visiteurs et à les remercier de leur passage sur le stand. Un bon suivi permet enfin d'entreprendre des négociations avec de nouveaux clients. La participation aux manifestations commerciales est la meilleure façon de se faire connaître et de promouvoir ses produits. L'entreprise fidélise ses propres clients et enrichit son fichier par des prospects étrangers. C'est un moyen d'accéder à de nouveaux marchés tout en développant son image de marque.