

# Maximiser son impact commercial sur les salons professionnels

---

## Stratégie et planification budgétaire

- Définir des objectifs SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporel) 6 à 12 mois avant l'événement.
- Répartir le budget selon la règle : 30% espace, 25% aménagement du stand, 20% logistique, 15% marketing et 10% imprévus.

## Préparation opérationnelle et communication

- Appliquer la règle des 3 secondes pour le design du stand : proposition de valeur et identité visuelle immédiatement identifiables.
- Lancer une campagne d'emailing ciblée 4 à 6 semaines avant le salon pour annoncer votre présence et planifier des rendez-vous.
- Former l'équipe terrain sur l'argumentaire court (pitch) et le comportement professionnel (posture, accueil, absence de téléphone).

## Gestion du stand et capture de leads

- Déployer un outil de capture de leads (scanner ou application) et former l'équipe à son utilisation.
- Préparer un kit d'urgence technique et médical (gaffeur, adaptateurs, tournevis, stylos, pansements).
- Qualifier les leads en temps réel selon une échelle définie : A (rendez-vous rapide), B (demande d'info), C (veille).

## Suivi post-événement et analyse de performance

- Envoyer les emails de suivi personnalisés dans les 48 heures suivant la clôture du salon.
- Organiser un débriefing global avec l'équipe pour comparer les résultats obtenus aux objectifs SMART initiaux.
- Calculer le retour sur investissement (ROI) pour évaluer l'efficacité de la participation.