



Optimisation opérationnelle
du commercial de l'entreprise

STRATÉGIE D'OPTIMISATION COMMERCIALE D'UN STAND SUR SALON

Optimiser la rentabilité d'un stand, c'est commencer par **se donner les chances d'y rencontrer des contacts de qualité** :

- ⇒ Qui « n'usent » pas vos Commerciaux,
- ⇒ Evitant tout débordement par les hors-cibles, « consommateurs » de votre temps, de vos brochures... et de vos goodies !

De l'Exposant qui se contente de « se poser » en attendant que les visiteurs s'arrêtent sur son stand, à celui qui a investi dans une animation « spectaculaire » sur stand ou dans les allées ..., on constate en général un **manque d'efficacité commerciale** conduisant hélas à la réflexion suivante : « **les salons, ça ne marche pas, ce n'est pas rentable** » !

Et pourtant...

Parce que :

- ✓ Ne rien faire est à l'évidence voué à l'échec d'un stand désert...
- ✓ Envoyer un mailing (même avec invitation jointe) a peut-être créé du trafic sur le salon... mais jamais sur le stand !!
- ✓ Attirer une foule anonyme le temps d'une animation n'a jamais créé aucun contact commercial.

Mais surtout parce que :

- ✓ **Parmi les visiteurs du salon** il y a inéluctablement **ceux que vous voudriez absolument rencontrer... et les autres** !

PUR CONSEIL a mis au point une méthode **parfaitement rôdée** et d'une **efficacité redoutable** pour **rencontrer à coup sûr, les seuls bons visiteurs qui vous intéressent** :

la "**Stratégie du Magistick** ®"



1/2

Améliorer votre prospection - Mobiliser, former vos équipes - Conduire des missions de développement

Pour créer du trafic qualifié sur votre stand, la stratégie PUR CONSEIL consistera donc à :

⇒ **Qualifier la cible :**

Travail en amont du salon avec l'Exposant, conduisant à définir très précisément les profils types à rencontrer... ainsi que ceux à éviter.

Elaboration d'un **guide d'entretien sélectif**.

⇒ **Identifier, dans les allées,** les visiteurs du salon correspondant à ces profils :

Des Hôtesses formées à ce guide d'entretien sélectif seront à même de **statuer « à chaud » sur l'intérêt** de la personne abordée.

⇒ **Les conduire vers le stand :** c'est la création de trafic qualifié,

grâce à un outil d'une efficacité redoutable : le « **Magistick** »

Véritable « casse-tête chinois » accroché à la boutonnière du visiteur-cible, ce Magistick « **l'oblige** » en toute sympathie à se rendre sur le stand pour se le faire enlever !

C'est un « **pense-bête** » pour le visiteur, qui ne quittera pas le salon sans se rendre sur le stand, c'est un **guide puisque porteur des coordonnées du stand**, et il assure un **taux de remontée** exceptionnel !

⇒ **Les accueillir et les « gérer » :**

Ces visiteurs précisément qualifiés se présentant sur le stand (Magistick à la boutonnière... et sourire aux lèvres !!) **sont immédiatement « repérés »**, représentant une valeur sûre.

Les Commerciaux choisissent alors de s'adresser prioritairement à eux, confiants dans la qualité de l'interlocuteur pré-sélectionné par les Hôtesses.

(Optimisation des contacts = Motivation des Commerciaux)



RÉFÉRENCES :

ANTARGAZ, GROUPE SAUR, ELVIA, MONDIAL ASSISTANCE, STYLINSIDE, ATTITUDES, ROCKWELL AUTOMATION, SNCF, BRITTANY FERRIES, JEC COMPOSITE, RHONE POULENC, DCF, GROUPAMA, ESSO, AIR PRODUCTS...