



Marketing et communications

Un guide étape par étape sur les méthodes pour obtenir des bons résultats à un salon professionnel

TABLE DES MATIÈRES

- 1 Stratégie de marketing
- 2 Marque Canada
- 3 Outils pour les médias sociaux
- 4 Ressources

1. Stratégie de marketing

Votre marque est votre plus important atout. Après avoir décidé de participer à un salon professionnel et de présenter vos produits ou services, il est important d'élaborer une stratégie de marketing pour promouvoir votre marque avant et pendant le salon professionnel. Une stratégie de marketing vous permet de prendre des mesures pour améliorer votre visibilité plus rapidement et de vous distinguer des concurrents. Vous voulez encourager les visiteurs du salon professionnel à visiter votre kiosque et à faire affaire avec vous pendant le salon professionnel.

Faits

Les visiteurs sont plus sensibles aux techniques de marketing pendant des activités spéciales, ce qui améliore la possibilité qu'une campagne de marketing à court terme pendant un salon professionnel donne des résultats et fasse connaître la marque de l'entreprise.

Source : CEIR

1. Quels sont vos objectifs? Quel est votre public cible?

Les objectifs sont notamment : sensibiliser davantage les clients éventuels à votre marque et à vos produits, améliorer votre présence sur le marché, rencontrer des

nouveaux clients, connaître les tendances de l'industrie, lancer ou essayer un nouveau produit, et maintenir les relations avec les clients et les partenaires existants. Déterminer votre public cible vous permet d'élaborer une stratégie plus efficace et personnalisée.

2. Quel est votre budget?

Le marketing est aussi important que la participation au salon professionnel et doit être inclus dans le budget. Si vous participez à des salons professionnels à l'étranger, n'oubliez pas de tenir compte des frais de marketing à l'étranger et de l'incidence des taux de change.

3. Comment pouvez-vous mettre en œuvre la stratégie? Qui est responsable de mettre en œuvre la stratégie et d'assurer le suivi?

Il est nécessaire de vérifier continuellement la stratégie et d'enregistrer toutes les activités de marketing qui doivent être évaluées en fonction des résultats obtenus et des leçons apprises. L'établissement d'un calendrier est essentiel pour rester sur la bonne voie.

4. Quels sont les outils de marketing que vous prévoyez utiliser?

MÉTHODES DE MARKETING RÉPANDUES

- *Marketing direct auprès des consommateurs*
- *Rendez-vous et réunions individuels*
- *Publicité et inscription dans les annuaires*
- *Trousses pour les médias et les relations publiques*
- *Marketing et parrainage d'activités et de fonctions au salon professionnel*



2. Marque Canada

La Marque Canada est une initiative d'AAC qui vise à améliorer l'image du Canada à l'étranger pour faire augmenter les ventes des produits et services agricoles et agroalimentaires canadiens. Les exportateurs admissibles peuvent tirer avantage des outils de promotion de l'image de marque et des recherches sur le marché gratuitement.

3. Outils pour les médias sociaux

L'utilisation efficace des médias sociaux peut améliorer votre stratégie en matière de salons professionnels, car ils permettent d'interagir en temps réel avec les clients et offrent un contenu personnalisé pour votre public cible. Ils peuvent offrir aux participants des nouveaux moyens pour connaître, communiquer et recommander votre entreprise et vos produits.

Les entreprises (et les consommateurs) utilisent de plus en plus les médias sociaux dans le cadre de leur stratégie de marketing pour communiquer, partager et promouvoir leur marque et leurs services et produits. Des outils très connus sont notamment [Facebook](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#), [FourSquare](#), [Flickr](#), [QR codes](#), [YouTube](#) et actuellement aussi [Google Plus](#).

Faits

Les « promoteurs de réseaux », c.-à-d. les personnes qui recommanderont probablement un produit ou une marque à d'autres personnes, constituent environ un tiers des personnes qui visitent un salon professionnel. *Source : CEIR 2007*

4. Ressources

[Principes du marketing](#) – Entreprises Canada

[Marque Canada](#) – AAC

[Centre for Exhibition Industry Research \(CEIR\)](#)

TIRER PROFIT DES MÉDIAS SOCIAUX



- *Choisissez les meilleurs outils pour les médias sociaux pour communiquer avec votre public cible. Déterminez les médias sociaux et les forums en ligne qu'il utilise.*
- *Déterminez les outils pour les médias sociaux utilisés par les organisateurs des salons professionnels et communiquez avec eux.*
- *Élaborez un contenu intéressant et innovateur pour distinguer l'entreprise des concurrents.*
- *Assurez-vous que les outils pour les médias sociaux utilisés pour partager et intégrer votre contenu sont mis en évidence, situés de manière stratégique et d'accès facile, qu'il s'agisse de matériel promotionnel ou de votre site Web.*
- *Vérifiez régulièrement le contenu visualisé et les commentaires reçus au moyen des médias sociaux. Vos clients sont des agents de vente supplémentaires et leurs commentaires peuvent vous aider à développer et à améliorer davantage votre entreprise.*
- *Utilisez les outils pour les médias sociaux pour communiquer avec les clients existants et éventuels. Encouragez les clients à communiquer les renseignements sur votre entreprise et votre marque. N'oubliez pas que les médias sociaux sont des outils sociaux!*