



COMMENT RÉUSSIR SON EXPOSITION SUR TABLE

Lorsque vient le temps de promouvoir ses produits sur un territoire, une entreprise peut emprunter plusieurs avenues. Il existe de nombreuses foires organisées dans le secteur de l'alimentation. La Direction de l'accès aux marchés du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) propose également aux entreprises des rencontres en tête à tête (one-on-one) et des expositions sur table (table-top exhibits). Il revient à chaque entreprise d'évaluer les avantages et les inconvénients de chaque type d'activité. Un des avantages incontestés de ces formules est qu'elles permettent d'éviter de nombreux déplacements. Elles offrent l'occasion d'établir des premiers contacts et d'évaluer le potentiel d'un marché.

Peu importe l'activité à laquelle vous choisissez de participer, vous avez avantage à mener au préalable une réflexion sur votre stratégie de développement et à déterminer les objectifs que vous poursuivez : augmenter vos parts de marché, présenter de nouveaux produits, rencontrer des clients actuels ou futurs, développer votre réseau de distribution, trouver de nouveaux partenaires, etc.

Les expositions sur table sont de courte durée et peu coûteuses. Toutefois, pour maximiser leurs retombées, il est utile de se rappeler certaines règles.

AVANT L'ACTIVITÉ, PRÉPAREZ-VOUS BIEN.

- Assurez-vous d'avoir une bonne connaissance du territoire sur lequel se déroulera l'activité.
- Informez-vous au préalable sur le profil des acheteurs potentiels et le territoire qu'ils desservent de même que sur les produits concurrents et ceux qui peuvent servir de substituts.
- Revoyez votre liste de prix, les conditions internationales de vente ainsi que vos conditions et modalités de paiement.
- Envoyez des invitations, si possible.
- Préparez un montage attrayant pour votre table et votre espace.
- Prévoyez quelques questions clés qui vous permettront de repérer rapidement les acheteurs qui correspondent vraiment à vos cibles stratégiques.
- Préparez d'avance des présentations courtes et percutantes faisant ressortir en quoi vos produits représenteraient un apport significatif dans la gamme de ceux offerts par l'acheteur et quelles retombées ils pourraient avoir sur les bénéfices de celui-ci.
- Prévoyez un site Internet qui réponde à toutes les questions sur vos produits et qui permette de passer des commandes. Un tel site est un gage de succès.
- Préparez des colis comprenant des brochures et des échantillons qui pourront être expédiés le jour même.
- De préférence, prévoyez deux personnes à la table pour accueillir les visiteurs. Souvent, plusieurs arrivent en même temps. De plus, certains peuvent accaparer plusieurs minutes du temps dont dispose l'animateur.
- Mettez en avant les nouveautés que vous offrez et vos bons coups.
- Faites des démonstrations simples qui captent l'attention.
- Adoptez une attitude positive et ouverte. Montrez-vous attentif aux visiteurs (par exemple, évitez de croiser les bras, de parler au téléphone ou de vous laisser absorber par votre portable en leur présence).
- Soyez à l'affût des relations pouvant s'avérer pertinentes et stratégiques pour vous.
- Circulez dans les allées pour entrer en contact avec les visiteurs durant les temps morts.
- Adaptez votre discours aux visiteurs. Ne soyez pas insistant. Posez-leur des questions pour connaître leurs besoins et engagez la conversation.
- Prenez des notes sur les clients potentiels rencontrés. Ne vous limitez pas aux renseignements figurant sur leur carte professionnelle. Ayez en main un bloc-notes qui vous permettra d'écrire les principales questions et des points de suivi.

PENDANT L'ACTIVITÉ, METTEZ-VOUS EN VALEUR.

- Apportez des outils promotionnels (brochures, banderole, échantillons, recettes, articles, etc.) en quantité suffisante et correspondant à la langue parlée sur le territoire de la présentation.
- Assurez-vous d'avoir une table invitante. Certains produits sont plus difficiles à présenter que d'autres. Vous devez trouver une façon originale de les mettre en valeur.
- Faites un suivi quelques jours après l'événement en envoyant un courriel et en rappelant les caractéristiques de votre ou de vos produits. Mentionnez votre adresse Internet. Fournissez les renseignements, les documents ou les échantillons demandés.
- Évaluez les retombées de l'activité. Dans certains cas, vous n'en retirerez aucun avantage financier, mais vous aurez obtenu les informations nécessaires pour adapter votre offre et votre stratégie.

APRÈS L'ACTIVITÉ, ASSUREZ UN SUIVI.