

# natexpo

PARIS 2021  
SALON INTERNATIONAL  
DES PRODUITS BIOLOGIQUES



Ici naissent les  
**Bio-Tendances**  
de demain

24-26 octobre 2021 / Paris Nord Villepinte - Hall 6

UN SALON DE **NATEX BIO**  
Association Nationale des Producteurs de Produits Biologiques

ORGANISÉ PAR **Spas**  
Organisation

[www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)



**Comment réussir son  
salon**

# Sommaire

- Bienvenue sur Natexpo 2021 3
- À quoi sert un salon ? 4
- Préparez votre participation 5
- Organisez vous en amont 6
- Définissez votre budget et votre rétroplanning 7
- Rétroplanning 8
- Clarifiez vos objectifs de participation 9
- Préparez vos outils 10
- Établissez votre plan d'action 11
- Créez et dynamisez votre espace 12
- Sur un salon éco-engagé, soyez écoresponsable 13
- Misez sur la communication ! 14
- Les outils à votre disposition 15
- Soyez proactif pendant la durée du salon 16
- Faites le bilan de votre participation 17
- Assurez le suivi de vos contacts 18
- Vos contacts privilégiés 19



# Bienvenue sur Natexpo 2021



**Vous avez fait le choix d'exposer sur Natexpo**

**Bravo !**

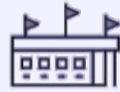
Suivez le guide pour optimiser au maximum votre participation...



# À quoi sert un salon ?



En France chaque année



**370** salons professionnels



**4,5** millions de visites



**99 000** exposants



**23,5** milliards d'euros de transactions

Sources : UNIMEV – Event Data Book 2018

## Un outil essentiel pour les exposants

- 23,5 milliards d'euros générés par les exposants des salons professionnels en 2018
- Un retour sur investissement de 10 : 1€ investi permet de réaliser en moyenne 10€ de CA
- Face à un monde de plus en plus virtuel, le salon est **un lieu de test et de vente en direct**, où la cible fait la démarche de venir et d'être attentive
- **Le media salon est considéré comme le meilleur vecteur de promotion en termes de coût/efficacité**

**PREPAREZ ET OPTIMISEZ VOTRE PARTICIPATION A NATEXPO !**

# Préparez votre participation

## 20 000 visiteurs professionnels

Dirigeants, décideurs, direction des achats, sourcing, R&D, influenceurs, ...



### Connaissez-vous bien Natexpo ?

#### Analysez le **profil des visiteurs**

➔ âge, provenance, but de visite...

#### Étudiez la nomenclature des exposants

➔ concurrent, force d'innovation, positionnement...

#### Consultez les contenus

➔ conférences, ateliers, animations, remises de prix...

Toutes les informations sont disponibles sur le site [www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)

Suivez le **plan de communication du salon**

# Organisez vous en amont



Différents paramètres sont à prendre en compte pour l'organisation de votre participation à Natexpo :

## **La date du salon : du 24 au 26 Octobre 2021**

- ➔ par rapport à la période et l'activité de l'entreprise/l'organisme (très intense, chargée, creuse...)
- ➔ combien de temps vous reste-il pour vous préparer et communiquer?

## **L'enveloppe budgétaire à allouer**

- ➔ fourchette qui sera à affiner en fonction des options

## **La mobilisation des équipes**

- ➔ le nombre de collaborateurs définira en partie le budget à allouer à votre participation

# Définissez votre budget et votre rétroplanning



## Un budget avec différents pôles de coûts

- ➔ Location du stand
- ➔ Agencement de l'espace
- ➔ Opportunités de communication et production d'outils
- ➔ Publicité (RS, adwords, spots télé ou radio...)
- ➔ Équipe et mobilisation (transport, hôtel, restauration...)

## Le rétroplanning : indispensable pour planifier vos tâches et engagements

- ➔ Quand et comment communiquer?
- ➔ Production de vos outils de communication
- ➔ Production de vos prototypes, merchandise présentée sur le salon
- ➔ Engagement des équipes : brief, plan d'actions et mobilisation
- ➔ Suivi des acomptes, soldes et autres dépenses liées à votre participation/communication

# Rétroplanning

	JANVIER				FÉVRIER				MARS				AVRIL				MAI				JUN				JUILLET				AOÛT				SEPTEMBRE				OCTOBRE							
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
<b>PRESSE</b>																																												
Communiqués de presse																																												
Conférence de presse Trophées																																												
<b>VOTRE VISIBILITÉ</b>																																												
Réserver votre visibilité Premium (sponsoring)																																												
Ouverture de la plateforme exposants																																												
Inscription catalogue, / Commande d'outils de communication																																												
Inscrire vos produits dans la Galerie des nouveautés																																												
Clôture de la plateforme et des inscriptions au catalogue																																												
Personnalisation signature de mail																																												
Invitez vos clients et prospects avec les e-invitations																																												
Préparez vos dossiers de presse																																												
<b>OUTILS PRATIQUES</b>																																												
Réservation hébergement et transport																																												
Lancement natexpo Digital																																												
Commande badges exposants																																												
Impression des badges exposants																																												
<b>TROPHÉES</b>																																												
Ouverture des inscriptions aux Trophées																																												
Clôture inscriptions																																												
Pré jury																																												
Livraisons produits																																												
Jury																																												
<b>VOTRE STAND / PREPARATION DU SALON</b>																																												
Commandes techniques (Meublier, électricité, eau, nettoyage, parking...)																																												
Envoi plan stand à la technique																																												
Commande prestations (plateaux-repas, traducteurs, bêtises, lecteurs de badges, gardiennage...)																																												
<b>RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES</b>																																												
Préparation Rendez-vous d'Affaires																																												
Inscription des exposants sur le site des RDV d'affaires																																												
Consultation des fiches des acheteurs / propositions de RDV																																												
Clôture des inscriptions exposants sur l'interface																																												
Clôture des choix de RDV en ligne / Envoi des plannings																																												
<b>RÈGLEMENT SÉCURITÉ &amp; INSTALLATION</b>																																												
Envoi du plan des stands en lot																																												
Envoi de la notice de sécurité (PPSPS)																																												
Montage des stands																																												



# Clarifiez vos objectifs de participation



## Commerciaux

- ➔ Conquérir de nouveaux marchés
- ➔ Analyser la situation du marché et de la concurrence
- ➔ Établir de nouveaux contacts
- ➔ Rencontrer de nouveaux partenaires
- ➔ Augmenter vos ventes

## Communication

- ➔ Accroître votre notoriété
- ➔ Entretenir le contact avec vos clients
- ➔ Motiver vos équipes

## Produit

- ➔ Tester l'impact produit
- ➔ Présenter des prototypes
- ➔ Promouvoir vos innovations

## Identifiez les exposants ou visiteurs à rencontrer sur place

- ➔ Journalistes, institutionnels, partenaires potentiels, visiteurs, porteurs de projets...

# Préparez vos outils



## Les outils pour promouvoir votre marque / organisme

- ➔ Plaquette commerciale et grille tarifaire
- ➔ Flyer de présentation
- ➔ Goodies
- ➔ Cartes de visites

## Les outils pour capter les visiteurs et enregistrer de la donnée

- ➔ Formulaire jeux concours
- ➔ Formulaire de satisfaction
- ➔ Cahier / liste de contacts
- ➔ Film promotionnel

# Établissez votre plan d'action



## Pour chaque objectif, définissez un plan d'actions avant, pendant et après le salon

- ➔ Communiquez sur votre présence au salon
- ➔ Assurez la visibilité et la promotion de votre marque
- ➔ Préparez votre stand
- ➔ **Estimez les ressources humaines nécessaires.**

## Réservez des zones d'accueil des personnes sur votre stand

- ➔ Utilisez tous les outils à votre disposition : hôtesses, lecteurs de badges électroniques...
- ➔ Ne sous-estimez pas les petites attentions et petits gestes qui touchent vos visiteurs

## Réalisez des animations ou conférences/ateliers pour attirer des visiteurs

## Familiarisez vous avec les notions de la technique de stand

- ➔ réserve, type de cloisons, possibilités d'affichage et d'éclairage, configuration du stand avec ou sans angle,...

# Créez et dynamisez votre espace



## Soignez l'aspect visuel

- ➔ Stand déco ou pack organisateur
- ➔ Mise en valeur des produits et optimisation de l'éclairage
- ➔ Adoptez un message clair

## Soyez professionnels

- ➔ Avec une équipe performante et un argumentaire préparé
- ➔ Etablissez un pré-planning de rendez-vous et un nombre de contacts défini

## Misez sur la convivialité

- ➔ Accueil convivial et business, boissons, goodies durables et utiles (sacs, clés USB, mugs...)

## Attirez les visiteurs

- ➔ Démonstrations, mini-conférences, animations culinaires, jeu concours, cocktail

**Pensez la construction et l'aménagement de l'espace en fonction de vos objectifs  
Car les prospects et clients sont dans les allées mais aussi sur les stands !**

# Sur un salon éco-engagé, soyez écoresponsable



## Le salon Natexpo s'engage pour des valeurs essentielles : le respect de l'environnement et la diminution de l'empreinte écologique

- Gestion des déchets : **collecte sélective** carton/bois/verre pendant le montage, **tri sélectif** pendant et après le salon
- **Plus de moquette** dans les allées
- Aménagement de stands écoresponsables : éclairage **basse consommation**, moquette **recyclable**, cloisons matériaux certifiés **PEFC et réutilisables**
- Utilisation de **porte-badges issus de l'économie circulaires**, recyclés dans le 93
- **Covoiturage** encouragé

## Comme nous, adoptez une attitude écoresponsable

- Optez pour des **éco-matériaux**
- **Dématérialisez vos supports** et envoyez vos informations après le salon par PDF : cela vous permet en plus d'étoffer **votre fichier client**
- Investissez dans des **outils de communication réutilisables** (affiches, roll-up...) sur vos divers événements et pensez à leur adaptabilité aux différents formats de stand
- Mettez en avant des actions de votre entreprise lors de votre communication salon
- Utilisez les **outils** mis à votre disposition par notre équipe:
  - Utilisation les **invitations pdf** et le moteur d'envoi d'**invitations électroniques**
  - Participez au **tri sélectif** mis à disposition dans l'enceinte du Parc expo
  - Contribuez à la collecte de produits de la **Croix Rouge** en fin de salon
  - Utilisez l'application de lecteur des badges visiteurs



# Misez sur la communication !



**Invitations** : email, courrier ou téléphone

- ➔ 3-4 mois avant le salon + relances.
- ➔ Intégrez-y votre numéro de stand !

**Animations** : pour booster le trafic sur son stand et attirer l'attention des visiteurs!

- ➔ Cadeaux, jeu-concours, cocktail...

**Outils de communication**

- ➔ plaquettes, maquettes, vidéos, goodies, page de publicité dans le catalogue du salon...

**Relations presse** :

- ➔ 2 mois avant le salon : CP et dossiers de presses à réaliser

**Sur le web**

- ➔ annoncez votre présence au salon dès maintenant sur les réseaux sociaux (*#Natexpo2021*)
- ➔ sur votre site internet
- ➔ Google Adwords

# Les outils à votre disposition

Démarquez-vous avant et pendant le salon et utilisant tous les outils mis à votre disposition

## Par l'organisateur

### • Invitations

GRATUIT

- ✓ Invitez vos clients et prospects
- ✓ Chouchoutez vos partenaires privilégiés en leur envoyant une invitation VIP

### • Sur place

- ✓ Sponsorisez une zone du salon
- ✓ Organisez ou participez à une animation, nous la relayerons
- ✓ Exposez vos innovations sur la Galerie des Nouveautés

### • Publicité & visibilité

- ✓ Affichez-vous dans le catalogue remis aux visiteurs
- ✓ Optimisez votre présence via **Natexpo Digital**
- ✓ Parcours de visite : inscrivez-vous à l'un des parcours

## Et les vôtres !

### • Presse

GRATUIT

- ✓ Donnez envie aux journalistes de vous contacter : trouvez un angle rédactionnel
- ✓ Rédigez un communiqué et diffusez le auprès de la presse professionnelle
- ✓ Déposez votre dossier de presse au service de presse
- ✓ Répondez au questionnaire presse, les informations collectées sont reprises sur des actus puis relayées en ligne sur les réseaux sociaux Natexpo

### • Outils de communication corporate

- ✓ Plaquettes, maquettes à présenter
- ✓ Vidéos à diffuser
- ✓ Goodies à distribuer

### • Web

GRATUIT

- ✓ Communiquez sur votre propre site internet
- ✓ Personnalisez vos signatures de mails avec une bannière
- ✓ Utilisez les réseaux sociaux pour annoncer votre présence sur le salon



# Soyez proactif pendant la durée du salon



## Allez à la rencontre des visiteurs

Prenez des notes des échanges et des **rendez-vous**

Synchronisez votre plan de communication sur les **réseaux sociaux** avec celui du salon

**Rencontrez les autres exposants** pour élargir votre réseau et transformer des contacts **en partenariat / relation business**

Soyez à l'écoute, faites preuve de patience et surtout... gardez le sourire !

**Vous êtes l'ambassadeur de votre marque/organisme, une attitude positive marquera encore plus l'esprit des visiteurs !**



# Faites le bilan de votre participation



Ce n'est pas terminé !

## Etablissez un bilan de votre participation :

- ➔ Rapprochez-le de vos objectifs
- ➔ Débriefez avec vos équipes et rédigez des pistes d'amélioration pour la prochaine session

Répondez au questionnaire organisateur, faites part de vos remarques

- ➔ **Chaque année Natexpo innove pour répondre à vos attentes !**

## Mesurez la rentabilité de votre participation action par action :

- ➔ Retour sur investissement immédiat (prises de commande, ...)
- ➔ Différé (nombre de contacts qualifiés, valeur des «leads»),
- ➔ A moyen terme (notoriété, image...).



# Assurez le suivi de vos contacts



**Enregistrez les contacts** pris dans votre base de données en traçant la provenance (« rencontré(e) sur le salon... ») et qualifiez-les

**Envoyez un emailing** à J+3 « Merci de nous avoir rendu visite sur le salon... »

Recontactez les prospects, par mail ou téléphone, en leur adressant un message personnalisé

Alimentez votre cycle de vente en **programmant des échanges et de nouvelles rencontres avec ces contacts...** Le ROI post-salon dépend beaucoup du « follow up »!

**Communiquez sur les réseaux** même après le salon

# Vos contacts privilégiés

## COMMERCIAL

### Valérie LEMANT

B2B Events Manager

☎ +33 (0)1 77 37 63 45

✉ [vlemant@spas-expo.com](mailto:vlemant@spas-expo.com)

### Florence ROUBLLOT

Chef de Projets France

☎ +33 (0)6 11 23 45 89

✉ [froublot@spas-expo.com](mailto:froublot@spas-expo.com)

### Agnès ETAME YESCOT

Chef de Projets International hors Espagne

☎ +33 (0)1 77 37 06 57

✉ [aetameyescot@spas-expo.com](mailto:aetameyescot@spas-expo.com)

### Solène BRYON

Chef de Projets Développement & Espagne

☎ +33 (0)6 78 45 38 94

✉ [sbryon@spas-expo.com](mailto:sbryon@spas-expo.com)

## COMMUNICATION

### Marion ELIE

Responsable Communication Pôle BtoB

☎ +33 (0)1 77 38 89 60

✉ [melie@spas-expo.com](mailto:melie@spas-expo.com)

### Mathilde LAPERSONNE

Chargée de communication

☎ +33 (0)1 77 38 89 16

✉ [mlapersonne@spas-expo.com](mailto:mlapersonne@spas-expo.com)

## TECHNIQUE

### Loïc LE MEN

Directeur Technique

☎ +33 (0)1 77 37 63 26

✉ [llemen@spas-expo.com](mailto:llemen@spas-expo.com)



[www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)