

# Après le salon

L'exploitation des résultats représente un investissement en temps :

> 1h d'interview représente 2h de travail hors salon

(synthèse, debriefing, analyse)

> 1 journée sur le salon nécessite 1/2 journée de synthèse

d'où l'intérêt d'optimiser sa visite par une bonne préparation et un bon debriefing

## L'objectif du debriefing :

faire le bilan du salon, analyser la documentation collectée

### Étape 1

**Cerner les tendances, les orientations du salon**

Moyen	Point de vigilance
> Analyser la documentation collectée	> Sélectionner préalablement la documentation collectée

### Étape 2

**Partager la bonne information avec les bonnes personnes**

Moyen	Points de vigilance
> Organiser une réunion d'information (restitution des photos ...)	<p>&gt; Être sélectif</p> <p>&gt; Échanger (tout n'est pas forcément formalisé dans les documents produits)</p> <p>&gt; Traiter les questions nouvelles qui pourraient émerger</p>

Voici un exemple des divers documents qui peuvent être produits à l'issue d'une visite de salon.  
C'est à vous de choisir lequel / lesquels réaliser en fonction de vos enjeux.

Nom du document	Descriptif	Intérêt
<b>Rapport d'étonnement</b>	Rapport qui souligne les points qui ont étonné, surpris les visiteurs du salon (stands qui sortent du lot par rapport à leur taille, emplacement, équipements, animations, surface de l'exposant par rapport à l'année précédente ...)	Document très sélectif qui met en valeur les nouveautés, les innovations
<b>Synthèse d'entretien</b>	Compte-rendu synthétique d'entretien	Répondre à toutes les questions posées lors de la préparation du salon
<b>Synthèse de la documentation collectée (tendances, informations sociétales, argumentaire)</b>	Formaliser les principaux faits relevés	Synthétiser la documentation pour mieux la réexploiter par la suite, faire émerger des signaux faibles
<b>Classement de la documentation dans le centre de documentation</b>	Organiser les documents collectés en respectant le plan de classement établi	Pouvoir retrouver le document facilement
<b>Rapport de salon</b>	Document annoté, commenté et analysé reprenant tous les documents produits + en annexes la documentation papier collectée	Avoir un document de synthèse global sur le salon

# Guide méthodologique de visite de salon

Ce guide de visite de salon va vous aider à organiser au mieux votre préparation, votre visite, et votre synthèse après le salon.

## Quelques conseils pour bien préparer ses salons :

- > Faire la liste des salons à visiter dans l'année y compris ceux que vous voulez visiter pour la première fois
- > Cibler le type de salon à visiter : commercial / technologique, local / international, salon d'affaires, salon sur un marché nouveau
- > En fonction de vos centres d'intérêt : présence de concurrents, zone géographique concernée, présence de clients, présence de fournisseurs / partenaires, nouveaux marchés
- > Faire le choix des personnes qui participeront au salon
- > Faire visiter, si besoin, le salon par un tiers (Critt, autre membre de l'équipe : commercial, ingénieur). Ceci permet d'avoir un point de vue différent sur le salon

DECiLOR est un dispositif d'intelligence économique destiné aux PME, PMI, TPE et créateurs d'entreprises de Lorraine. Il s'adresse aux entreprises des filières suivantes : bois, dispositifs médicaux, eau-environnement, nutrition-agroalimentaire-biotechnologie, textile, travail des métaux, verre. DECiLOR est financé par le Conseil Régional de Lorraine, avec le soutien de l'Union Européenne.

## Les 7 centres de veille sectorielle de DECiLOR

- > Bois : Critt Bois
- > Dispositifs médicaux : Centre Lorrain des Technologies de la Santé
- > Eau - Environnement : Critt Eau-Environnement
- > Nutrition - Agroalimentaire - Biotechnologie : Agria Lorraine
- > Textile : Cetelor
- > Travail des métaux : Institut de Soudure
- > Verre : Pôle Verrier

Toutes nos coordonnées sur [www.decilor.org](http://www.decilor.org)

# Etapes de la préparation de visite de salon :

## Étape 1 :

Cerner les tendances,  
les orientations du salon

Actions	Commentaires
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Téléphoner à l'organisateur</b></li> <li>&gt; <b>Visiter le site WEB</b></li> </ul> <p>programme du salon (liste des conférences)</p> <p>liste des exposants</p> <p>superficie du salon</p> <p>affluence durant les années précédentes (visiteurs / visiteurs étrangers)</p> <p>fréquence du salon</p> <p>salons concurrents</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>S'inscrire à la newsletter du site</b></li> <li>&gt; <b>Consulter la presse professionnelle</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Parcourir toutes les listes des exposants plutôt que les classements thématiques</b></li> <li>&gt; <b>Vérifier juste avant le salon la liste des exposants</b> (désistements, confirmations de dernière minute...)</li> <li>&gt; <b>Il peut parfois suffire de visiter un salon annuel tous les 2 ans</b></li> <li>&gt; <b>Connaître les journées réservées à la presse spécialisée ainsi que les nouveautés exposées</b></li> </ul>

## Étape 2 :

Lister  
les besoins

Actions	Commentaires
<p>Organiser une réunion avec toutes les personnes concernées</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Cibler les stands à visiter</b></li> <li>&gt; <b>Quelles sont les informations à collecter ?</b></li> <li>&gt; <b>Collecte de supports type plaquettes, échantillons, photos...</b></li> <li>&gt; <b>À quelles conférences participer ?</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Réaliser un planning en fonction de la localisation des stands. Un binôme pourra se répartir plus facilement les visites</b></li> <li>&gt; <b>Les besoins peuvent être assez généraux ou au contraire très précis</b> (veille spécifique / ponctuelle)</li> </ul>

## Étape 3 :

Faciliter le debriefing,  
l'échange entre les visiteurs

Actions	Commentaires
<p><b>Prévoir la logistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Transport vers le lieu du colloque</b></li> <li>&gt; <b>Transport de la gare ou l'aéroport à l'hôtel</b></li> <li>&gt; <b>Hôtel</b></li> <li>&gt; <b>Salle de réunion</b></li> <li>&gt; <b>Matériel nécessaire</b> (portable, appareil photo ...)</li> <li>&gt; <b>Compte-rendu modèle</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>À prévoir plusieurs mois avant le salon</b></li> <li>&gt; <b>À choisir accessible facilement depuis la gare ou l'aéroport et le salon</b></li> <li>&gt; <b>Utile pour organiser des réunions intermédiaires de debriefing</b></li> <li>&gt; <b>À rédiger en fonction des besoins identifiés en étape 2</b></li> </ul>

### > Quelques conseils pendant la visite de salon

Ne pas en dire trop pendant la visite  
Ne pas ébruiter ses découvertes  
(pendant le déjeuner, sur les parkings attenants au salon)  
S'assurer de la possession de toutes les informations nécessaires avant de quitter un stand

A savoir :

le 1<sup>er</sup> jour d'un salon est moins fréquenté que les suivants.