

Préparation & participation aux foires internationales (virtuelles & physiques)



Les connaissances à acquérir

A la fin de cette session, vous serez capables de ...

1

Comprendre les différences entre les foires virtuelles et physiques

2

Sélectionner la bonne foire pour votre entreprise

3

Mettre en avant votre entreprise ou votre secteur lors d'une foire

4

Préparer de manière efficace votre participation à une foire

5

Tirer le maximum de votre participation à une foire

6

Organiser le suivi une fois que la foire est terminée

Introduction



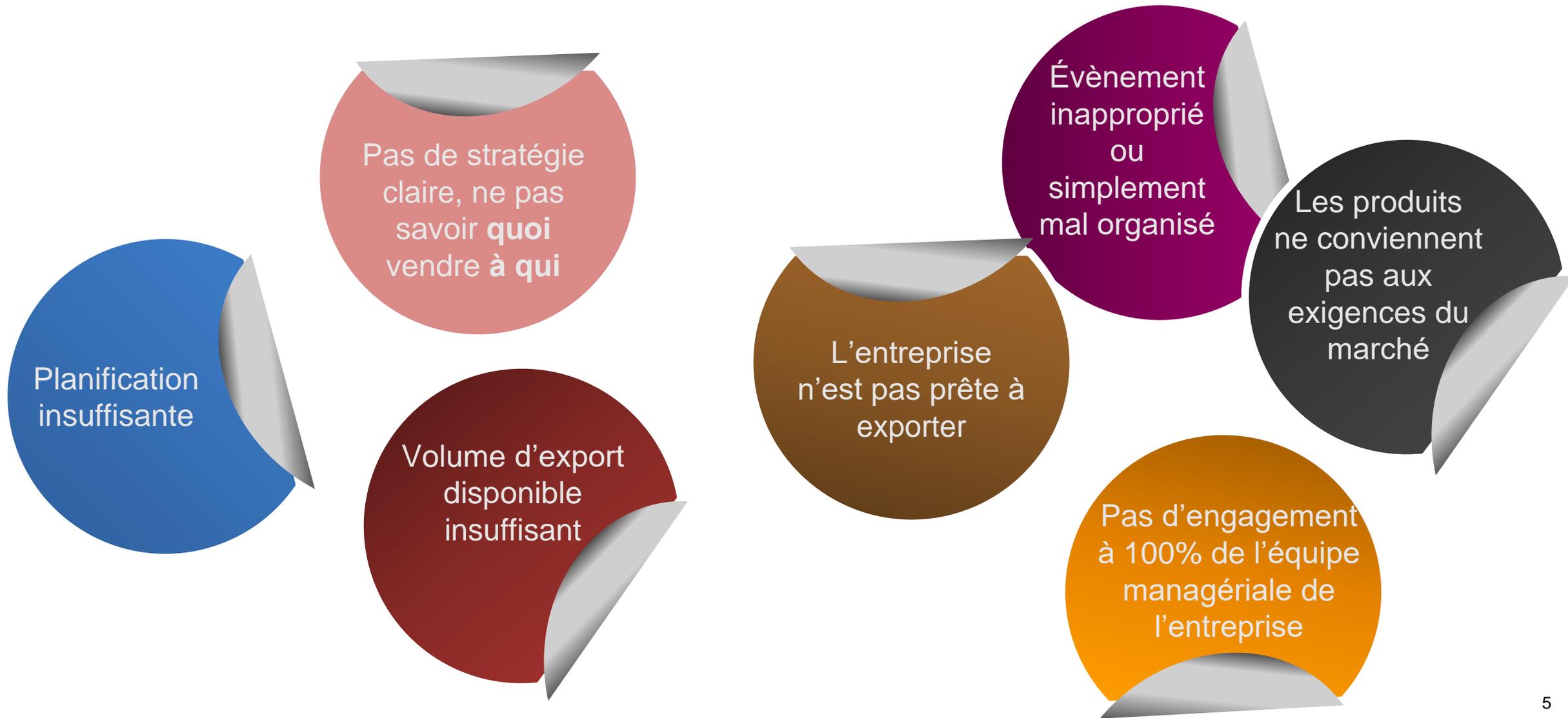
- Les fondamentaux
- Etes-vous prêts à exposer ?
- Pourquoi participer aux foires ?
- Les différents types de foires

Les fondamentaux

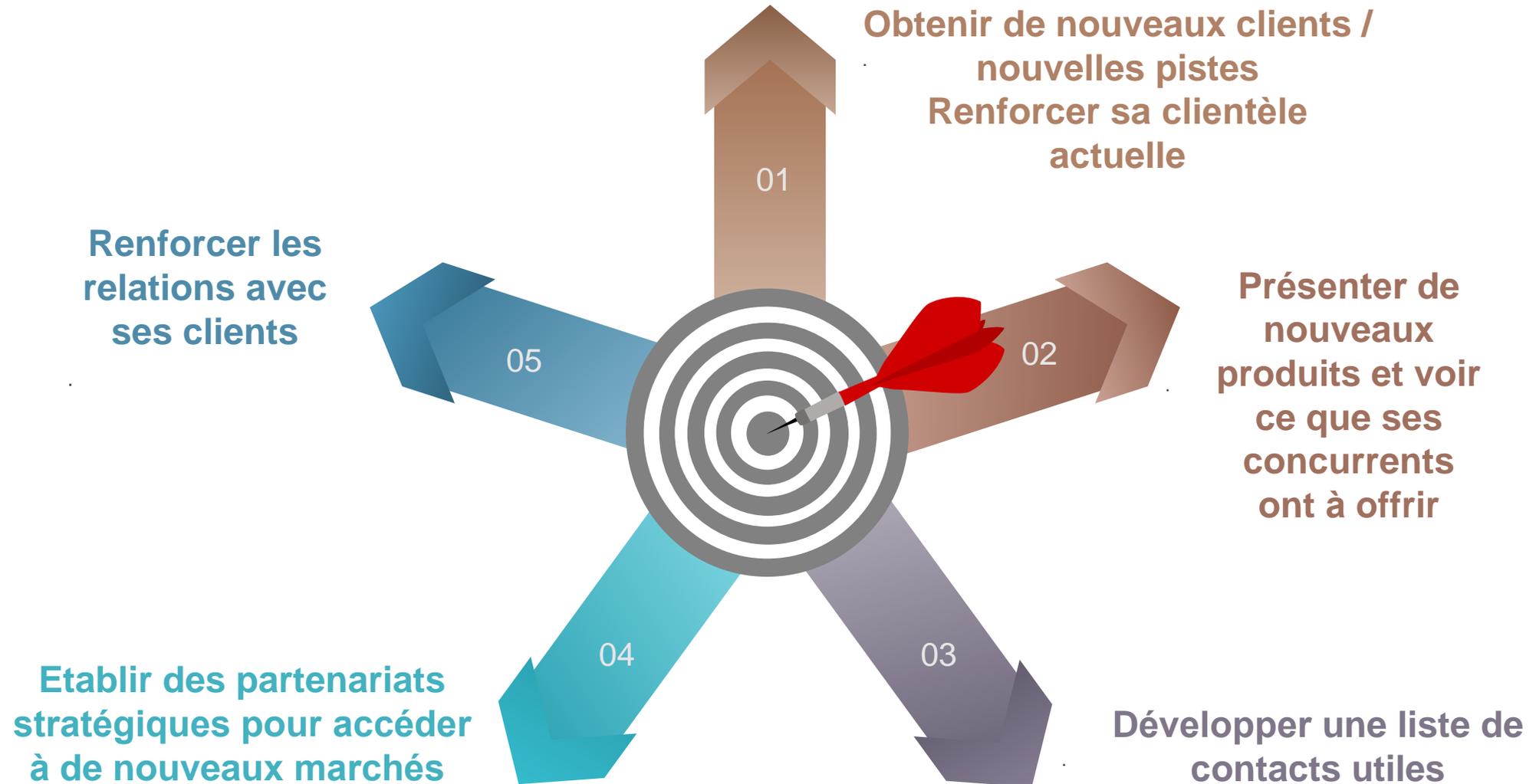
COMMENT PARTICIPER À UNE FOIRE ?



Les erreurs fréquentes lorsque l'on participe à des foires physiques ou virtuelles



Les avantages des foires

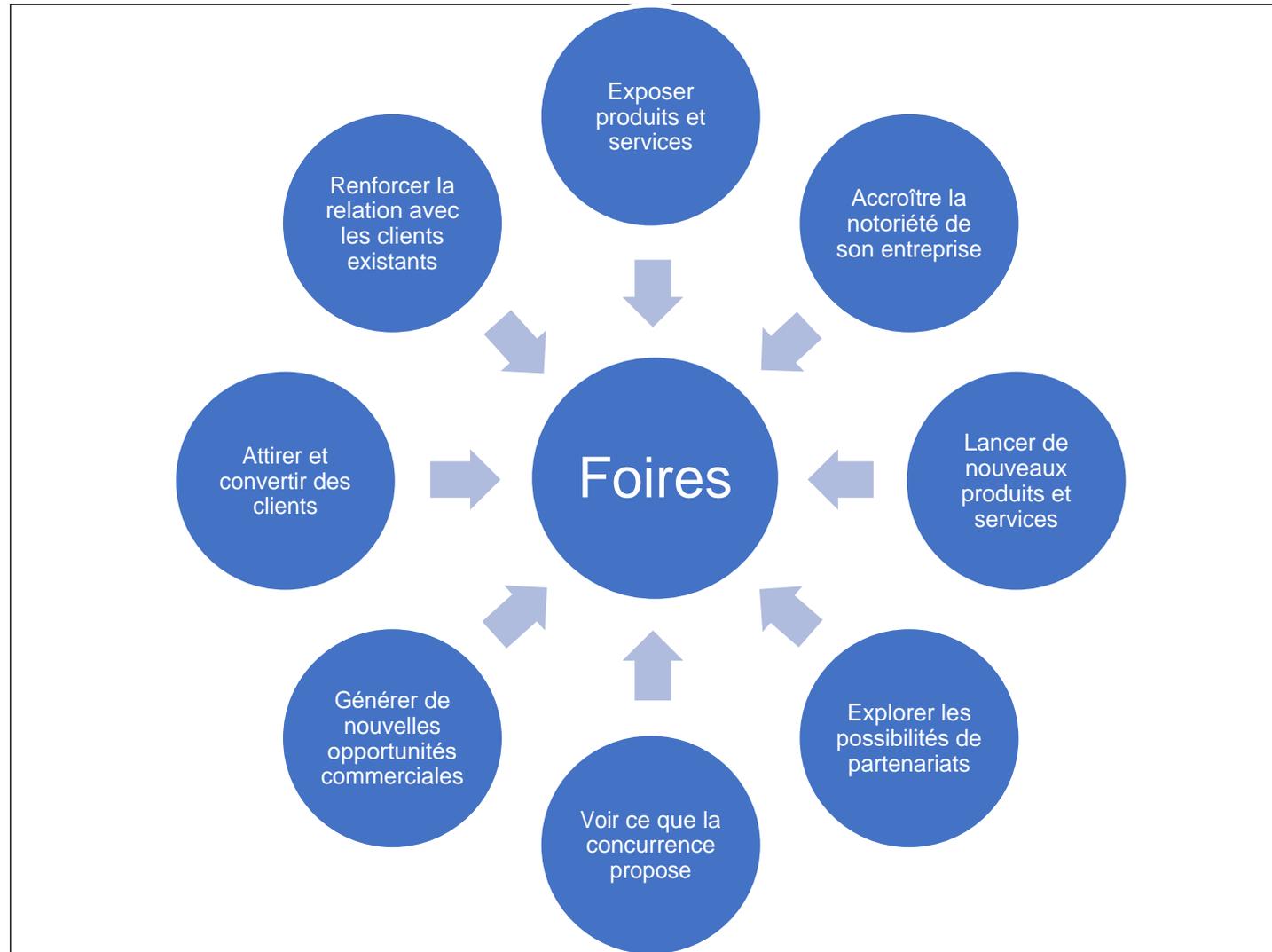


Les objectifs des visiteurs

Les principaux objectifs lors de leur participation à des foires / conférences :

- **Voir de nouveaux produits et services** : de nombreux visiteurs se rendent aux foires parce qu'ils ont défini un besoin ou un problème à résoudre. En tant qu'exposant, votre travail est de mettre en avant vos derniers produits/services puis d'identifier les problèmes ou les besoins des visiteurs et, enfin, de les convaincre que votre solution est la meilleure.
- **Trouver des informations spécifiques sur des produits/services** : des statistiques montrent que $\frac{3}{4}$ des visiteurs ont un but précis en tête lorsqu'ils se rendent aux foires. Beaucoup d'entre eux arrivent avec une liste d'entreprises à aller voir et un plan pour récolter des informations. C'est aussi le cas pour les événements virtuels.
- **Acheter des produits/services** : dans certaines foires, les visiteurs vont vouloir passer commande. Il y a des foires B2B, B2B + B2C ou seulement B2C.

Pourquoi exposer lors des foires commerciales ?



Les différentes types de foires

Nationales

- Rassemblent des professionnels de tout le pays (et parfois des étrangers)
- Les visiteurs sont souvent des décideurs de haut rang
- Nombre de visiteurs très important
- Stands souvent plus grands



Régionales/ Internationales

- Événements plus petits
- Les visiteurs sont des décideurs de moyen ou de bas rang
- Un show régional est une bonne opportunité pour une première exposition

Agritech West Africa

🕒 15 - 17 Mar 2023 [Add To Calendar](#)

Horizontales (spécifique à l'industrie)

Biologique

- Rassemblent un large panel de visiteurs de la même industrie
- Les visiteurs peuvent être intéressés par toutes les expositions ou par une seule sous-catégorie

BIOFACH2022
into organic

Verticales (spécifique à un marché)

WOP Dubai

- Rassemblent des vendeurs et des clients intéressés par un segment étroit
- Les vendeurs choisissent ces shows parce qu'ils y trouvent des produits/services pour des marchés niches



Foire physique/virtuelle/hybride

Physique Foire en présentiel

- Exposants présents physiquement avec un stand
- Liste des exposants en ligne sur la page web de l'événement
- Visiteurs présents physiquement, inscrits en avance et sur place
- Outils d'entremise en ligne pour des rencontres en personne



Virtuel Foire en ligne

- Exposants en ligne
- Visiteurs en ligne, inscrits en avance
- Congrès en ligne et autres sessions
- Outils d'entremise pour rencontres en ligne
- Vidéo en direct quelques jours - en virtuel 24/24 sur une plus grande période



Hybride Foire en présentiel + en ligne

- Exposants et visiteurs présents en ligne ET/OU en personne
- Sessions de congrès en direct/en streaming en direct/en streaming à la demande
- En direct quelques jours + en ligne 24/24 pendant une plus période plus longue



Autre élément important à prendre en compte : Quelle cible?

Les expositions et foires commerciales B2C sont destinées aux entreprises qui vendent directement au public ou aux clients directs. Lors de ces événements, il est souvent possible d'acheter des produits directement sur place, alors que lors d'un événement B2B, les ventes ont lieu dans le cadre du suivi post-événement.

Alors que les événements B2C ciblent des millions de consommateurs à la fois, les événements B2B ont une portée plus restreinte.

Le cycle de gestion de la relation client du B2C est quant à lui plus court. Par exemple, vous n'aurez pas besoin de l'intervention de l'équipe chargée de la satisfaction clients pour chaque produit que vous vendez. Les clients B2C sont également moins fidèles et ne s'adressent qu'aux points de vente. En fonction de leurs besoins, ils peuvent ou non revenir acheter vos produits ou services.



	B2B	B2B+B2C	B2C
Est-ce que je peux vendre mes produits sur le stand	Non	Seulement les jours où le B2C est autorisé	Oui

Chapitre 1

Les nouvelles foires virtuelles

Un besoin grandissant de foires en ligne / les années COVID

- En 2020, presque 4 000 foires et expositions dans le monde : 2 236 en Europe, 944 en Asie, 522 en Amérique du Nord, 81 en Amérique du Sud, 86 en Afrique, 47 en Australie
- **Retardées ou annulées en 2020 / 2021**
Toutes les foires physiques ont été annulées entre Mars 2020 – Juillet 2021
- **100% virtuel en 2020 (seulement certaines dans le secteur des produits frais)**
 - Fruit Logistica Asia Novembre 2020
 - United Fresh Live Juin 2020
 - Macfruit Septembre 2020
- **Format hybride & 100% virtuel pour 2022**
 - Presque toutes les principales foires sont passées à l'hybride
- **Format live avec un catalogue virtuel et des programmes de rencontres pour les exposants en personne 2022 (seulement pour certaines)**
 - FRUIT LOGISTICA Berlin Février 2022
 - InnoTrans Berlin, Septembre 2022
 - ART Basel, Juin 2022



Il faut choisir!

Allez-vous exposer à une foire commerciale en ligne?

Allez-vous exposer à une foire commerciale en personne?



Les spécificités des nouvelles foires virtuelles/hybrides

Le contenu

- Conférences de spécialistes de l'industrie
- E-séminaires / e-webinaires
- Exposants mettant en avant leurs produits
- Les dernières tendances
- Plateforme de B2B

La durée

'Nous sommes maintenant ouverts 24/24 et 7 jours sur 7, et ce, pour les 3 à 6 prochains mois'

Un exemple

United fresh live, Juin 2020

Événement physique 3 000 participants, événement virtuel 15 000 participants

Macfrut Live, Septembre 2022

Événement physique 43,000 participants, événement virtuel 18 000 participants

Événements en personne

- Durée : quelques jours à 2 semaines maximum

Événements virtuels

- "Nous sommes maintenant ouverts 24/7 et ce, pour les 3 à 6 prochains mois"

X5

-40+%

“Nous n’aurions jamais pu faire venir tous nos acheteurs de Costco à une foire en personne ; mais maintenant, tous les acheteurs de l’équipe Costco peuvent se connecter en ligne et voir les nouveautés du marché et les innovations pour chaque catégorie de produit. Ils peuvent le faire en “live” pendant l’événement, ou 24/24 à leur convenance.”

Frank Padilla, Vice-Président
Marchandises, Produits & Viandes
Costco Grossiste



Les spécificités techniques des nouvelles foires virtuelles

1/2

 Stands et cabines sur mesure et espaces dédiés aux sponsors pour permettre un flux de revenu

 Fonctionnalités avancées de connectivité permettant aux participants de travailler leur réseau entièrement en ligne ex : échanger ses cartes de visite, créer des listes personnalisées “d’amis”

 Chat en temps réel et entretiens vidéo en privé entre les visiteurs et les propriétaires des stands pour faire de la personnalisation

 Centres de ressource, salons de réseaux et auditoriums de présentations en live

 Analyse détaillée post-événement de la participation et de la saisie de données pour votre base de données client et pour votre marketing

 Streaming en live d'émissions en qualité HD dans le monde

 Interaction entre participants en live

 Possibilité de E-commerce intégré pour des transactions commerciales en temps réel

Les spécificités techniques des nouvelles foires virtuelles

2/2

Une meilleure portée internationale

- La nature des foires en ligne peut vous aider à trouver des prospects dans le monde entier. Maintenir une foire à la demande vous permettra de rentrer en contact avec plus de personnes, dans des fuseaux horaires différents.

Des prix plus bas et plus de retour sur l'investissement

- Avec moins de dépenses que pour un événement physique, ce dernier aura un retour sur investissement bien plus élevé.

Une conscience écologique

- En moyenne, environ 600 000 tonnes de déchets sont produits chaque année pendant les foires.
- Réduction de l'empreinte carbone = pas de voyage physique, presque pas de papier

Davantage de possibilité d'accès

- Les foires virtuelles sont une très bonne opportunité pour les personnes invalides. A l'inverse des foires physiques, ces événements offrent plusieurs options d'assistance aux individus touchés par des déficiences et par d'autres handicaps, leur permettant de bénéficier tout autant de l'événement que les autres visiteurs. Des fonctionnalités telles que des traductions, des transcriptions, des contrastes de couleur, des sous-titres, etc. sont disponibles

Pourquoi aimer les foires virtuelles

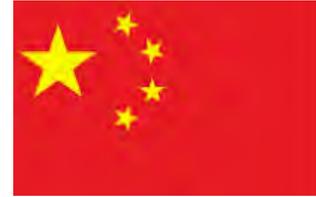
- Certitude à 100% qu'une foire virtuelle aura lieu
- Permettent le développement de prospects dont on a urgemment besoin aujourd'hui
- Permettent d'augmenter votre visibilité
- Permettent d'améliorer l'attrait que suscite votre image de marque
- Vous gagnez en expérience dans un format de foire qui vous sera utile pour vos prochaines foires
- Votre participation à des foires virtuelles vous permettra de vous différencier de la concurrence
- Les grosses entreprises peuvent tirer profit de la facilité d'organiser un événement de lancement de produit en ligne qui peut s'étendre sur plusieurs endroits au même moment. Cela permet de faire du réseau avec des partenaires de l'industrie et d'obtenir des retours en live de la part des clients
- Plus de membres de votre équipe peuvent participer
- Les mégadonnées prennent en compte des informations que l'on ne peut pas avoir lors d'événements physiques. Certaines plateformes de foires virtuelles peuvent même inclure ces données directement dans votre base de données client
- Les frais de participation sont moins élevés que pour une foire physique

Pourquoi ne pas aimer les foires virtuelles

- Le fuseau horaire de la foire est en décalage avec les heures de travail de mon équipe
- Les responsables d'achat ne s'inscrivent que rarement en ligne/ou ont des profils incomplets. Comme c'est un logiciel d'intelligence artificielle qui s'occupe de faire le matching avec les exportateurs, les résultats peuvent être décevants.
- Les foires virtuelles génèrent des pistes de moindre qualité
- La probabilité qu'un visiteur assiste à une réunion/webinaire en ligne est moins importante que pour un événement en personne, car l'accès est payant et peut représenter plusieurs milliers d'Euro.
- Une foire virtuelle n'est efficace que si l'entreprise est bien préparée (site web, vidéos, brochures, présence en ligne)
- Le coût est moindre que pour une foire physique mais les résultats le sont aussi
- L'accès à la foire virtuelle peut ne pas marcher à cause d'une connection internet instable ou une panne de la plateforme

Accès aux marchés internationaux ?

Est-ce que je
peux exporter
mes produits
frais partout
dans le monde ?



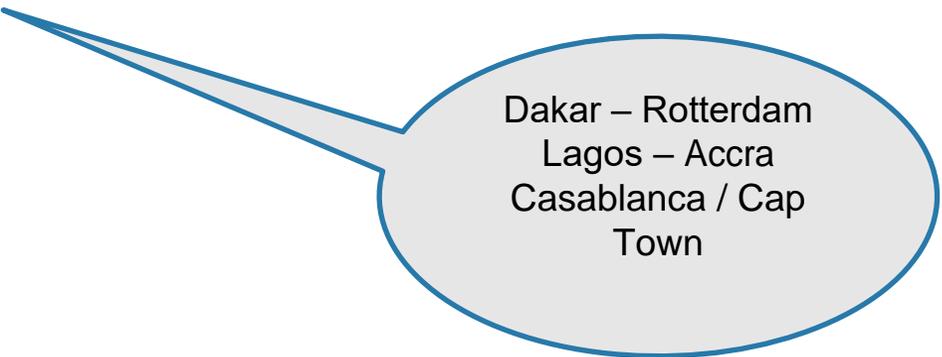
Accès aux marchés internationaux

D'un point de vue phytosanitaire
Accord **au niveau gouvernemental**

A light gray speech bubble with a blue outline and a tail pointing towards the text on the left.

Il a fallu 12 ans pour
que l'avocat frais
colombien soit
approuvé pour être
exporté sur le
marché américain !

D'un point de vue commercial (compétition, logistique internationale) etc.
Au **niveau exportateur**

A light gray speech bubble with a blue outline and a tail pointing towards the text on the left.

Dakar – Rotterdam
Lagos – Accra
Casablanca / Cap
Town

Est-ce que je peux exporter mes mangues fraîches vers les marchés suivants ?

Aucun Etat membre d'ECOWAS ne peut exporter de la mangue fraîche aux Etats-Unis

Pays d'origine	Produit	USA	UE	Moyen-Orient
Sénégal	Mangue fraîche	Non	Oui	Oui
Ghana		Non	Oui	Oui
Burkina Faso		Non	Oui	Oui
Mali		Non	Oui	Oui

Est-ce que je peux exporter mon manioc frais vers les marchés suivants ?

Pays d'origine	Produit	USA	UE	Moyen-Orient
Sénégal	Manioc frais	Non	Oui	Oui
Ghana		Oui	Oui	Oui
Burkina Faso		Non	Oui	Oui
Mali		Non	Oui	Oui
Benin		Oui	Oui	Oui
Togo		Oui	Oui	Oui

En pratique :

A quoi ressemble une foire virtuelle ?

A quoi ressemble un stand virtuel ?

A quoi ressemble une session de networking virtuelle ?



La plupart des foires virtuelles comprennent trois plateformes de marketing :

1. Le stand virtuel



Conférences en personne ou virtuelles



Des plateformes comme Events 10X, Converve, vFairs, 6connex ou Brella offrent la possibilité de créer une réplique digitale de l'expérience des foires physiques. Il y aussi la possibilité d'avoir des stands, des auditoriums et d'organiser des rencontres B2B.

ITC, Fruit Logistica Berlin, février 2020



ITC, United Fresh, stand virtuel, juin 2020



Session de networking en personne



Exemple de session de networking virtuel de pièdre qualité/ Groupes de discussions

Mary Coppola - Private Chat

onlinexperiences.com/scripts/Server.nxp?LASCmd=AI:1;F:SF!2920...

Users

Waiting for Mary Coppola to accept the chat.

00:00:10

Notes

Invite

BOOTH!

NO USERS

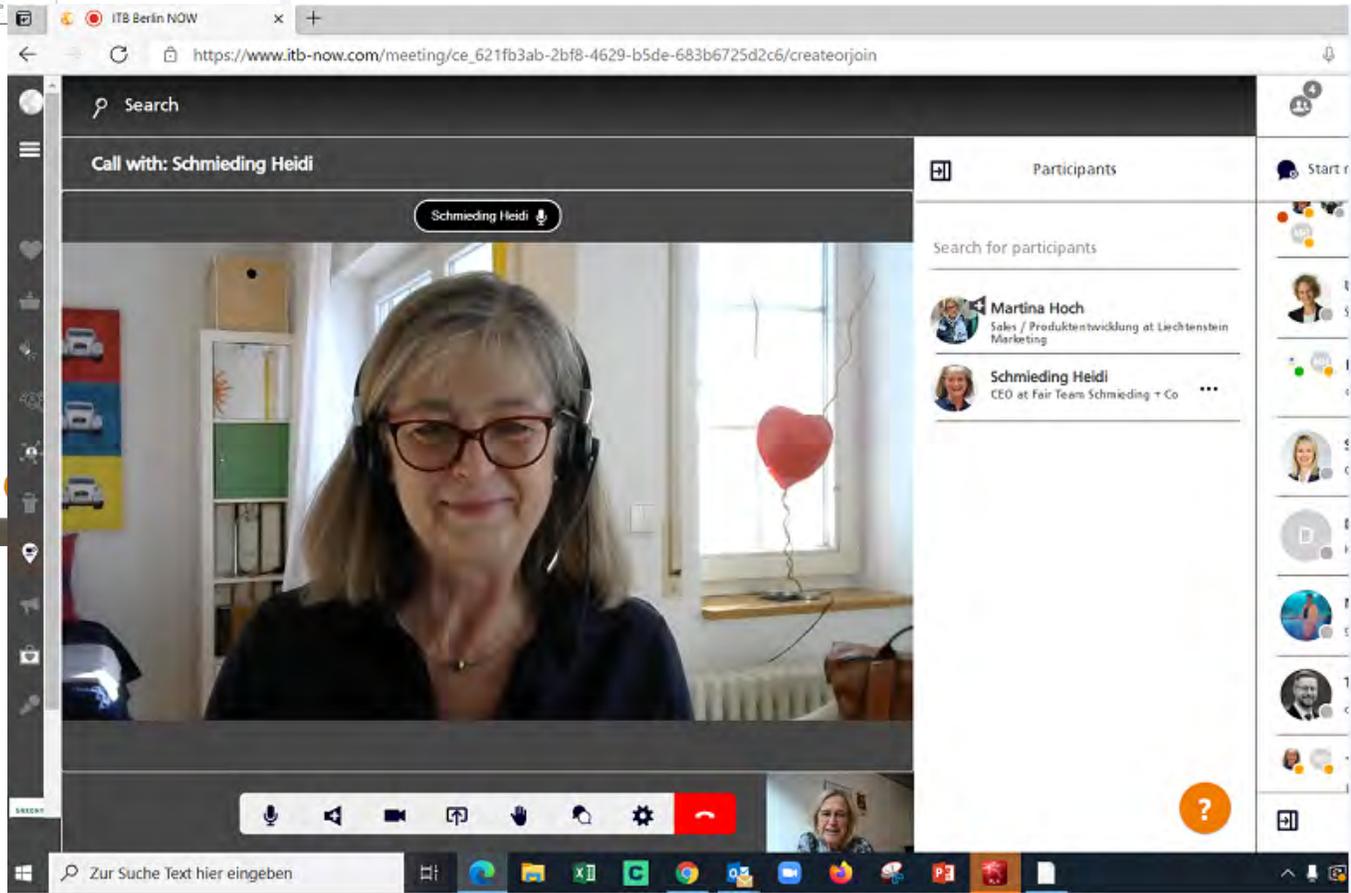
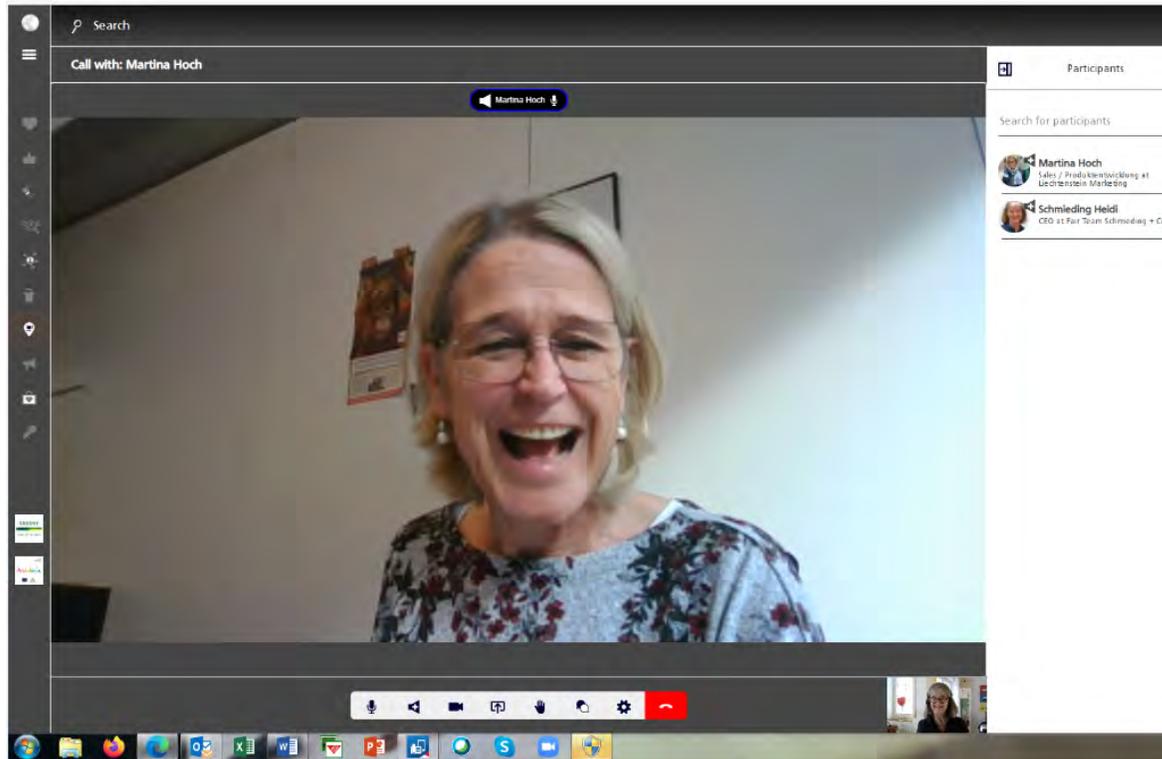
Sort By: Online

ONLINE	NAME	COMPANY
Online	Tom Stenzel	United Fresh Produce Association
Online	Stacy Schlags	United Fresh Produce Association
Online	Murray Miller	United Fresh
Online	Mary Coppola	United Fresh Produce Association
Online	John Toner	United Fresh
Online	Erin Hutchison	United Fresh Produce Association
Online	Bethany Geris	United Fresh Produce Assn
Online	Amanda Griffin	United Fresh Produce Association

UNITED 20

ing Live! TH

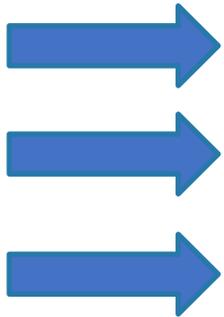
Meilleur exemple de session de networking virtuel



Chapitre 2

Sélectionner la bonne foire

1 360 lieux de foires dans le monde et 31 000 foires par an.



Pour mon entreprise,
Pour mon produit,
Pour le secteur que je vise.

Facteurs à prendre en compte

B2B ou B2C ou B2B +
B2C

Événement adapté /
indiqué pour votre
entreprise ? (bénéfices)

Les frais

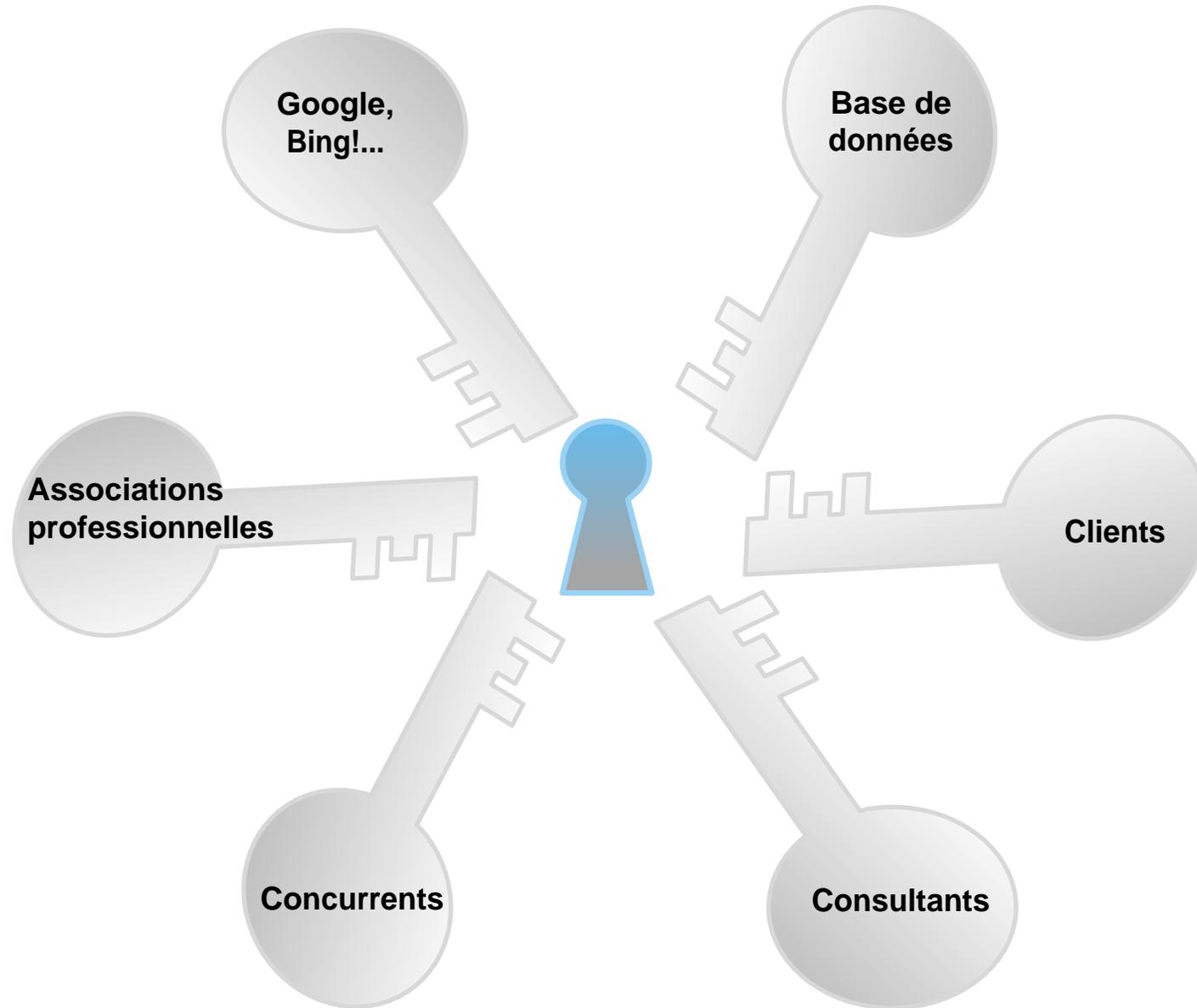
Le public visé : clients,
agents, distributeurs,
grossistes, supermarchés,
etc.

Investissement dans le
marché après
l'événement

Relation entre les
résultats et les coûts
engendrés

Comment trouver une foire ?

Recherchez ...



Liens pour trouver des foires internationales (par pays, par secteur)

[Foires et Salons 2023, 2024 – Calendrier des foires 2023 \(foiresinfo.fr\)](#)

<https://10times.com/tradeshows>

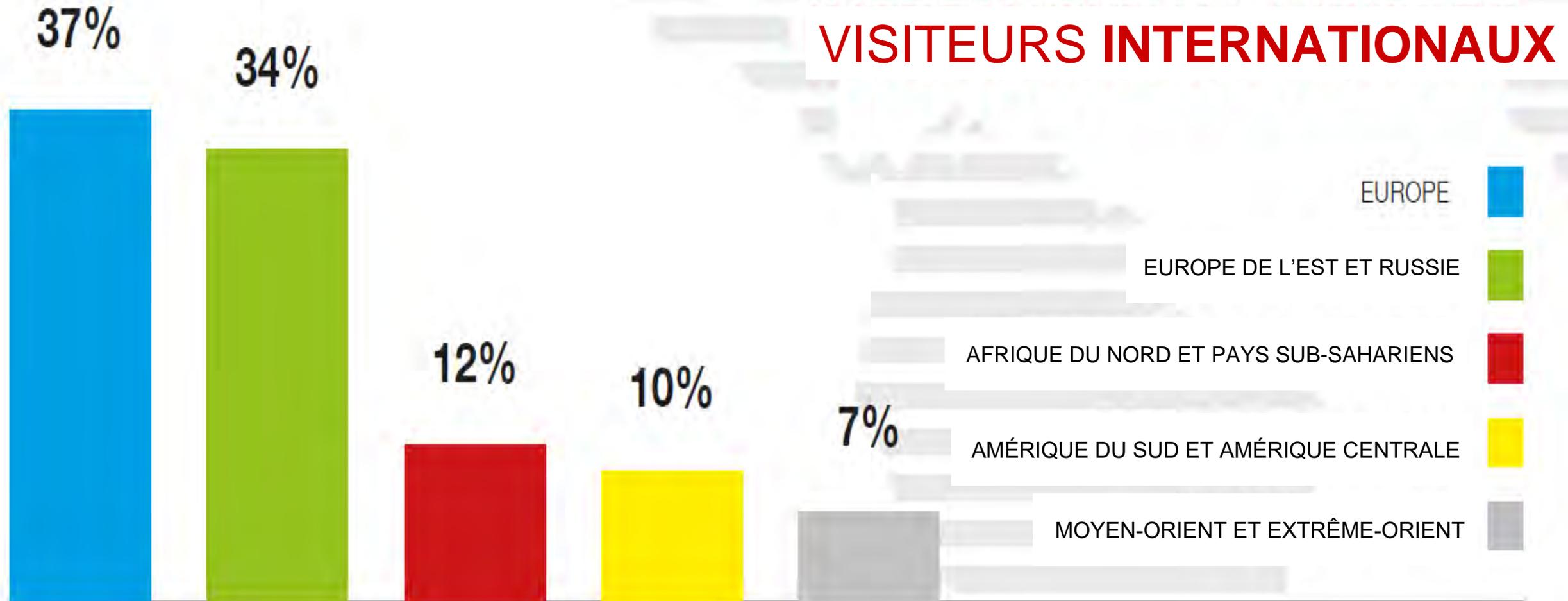
[Agenda mondial des salons - Agriculture - Agroalimentaire - 2023/2024 \(eventseye.com\)](#)

[AUMA – Fédération Allemande des Salons et Foires - AUMA](#)

Utilisez des moteurs de recherche tels que [Google](#), [Bing](#), [Yandex](#), ...

D'où viennent les visiteurs ?

Edition physique 2022, Macfrut, Italy

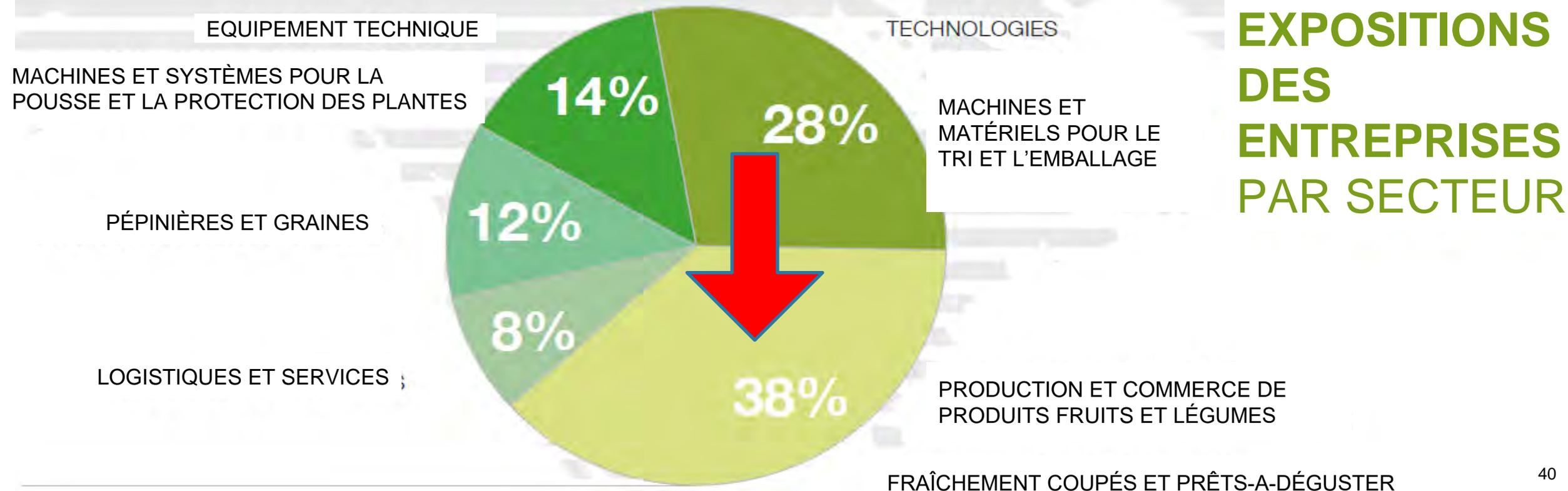


Choisir entre Macfrut Italy vs e-Macfrut

Macfrut, Italy 2022 (38 500 visiteurs, 830 exposants) vs Macfrut virtuel 2020 (18 000 visiteurs, 400 exposants)

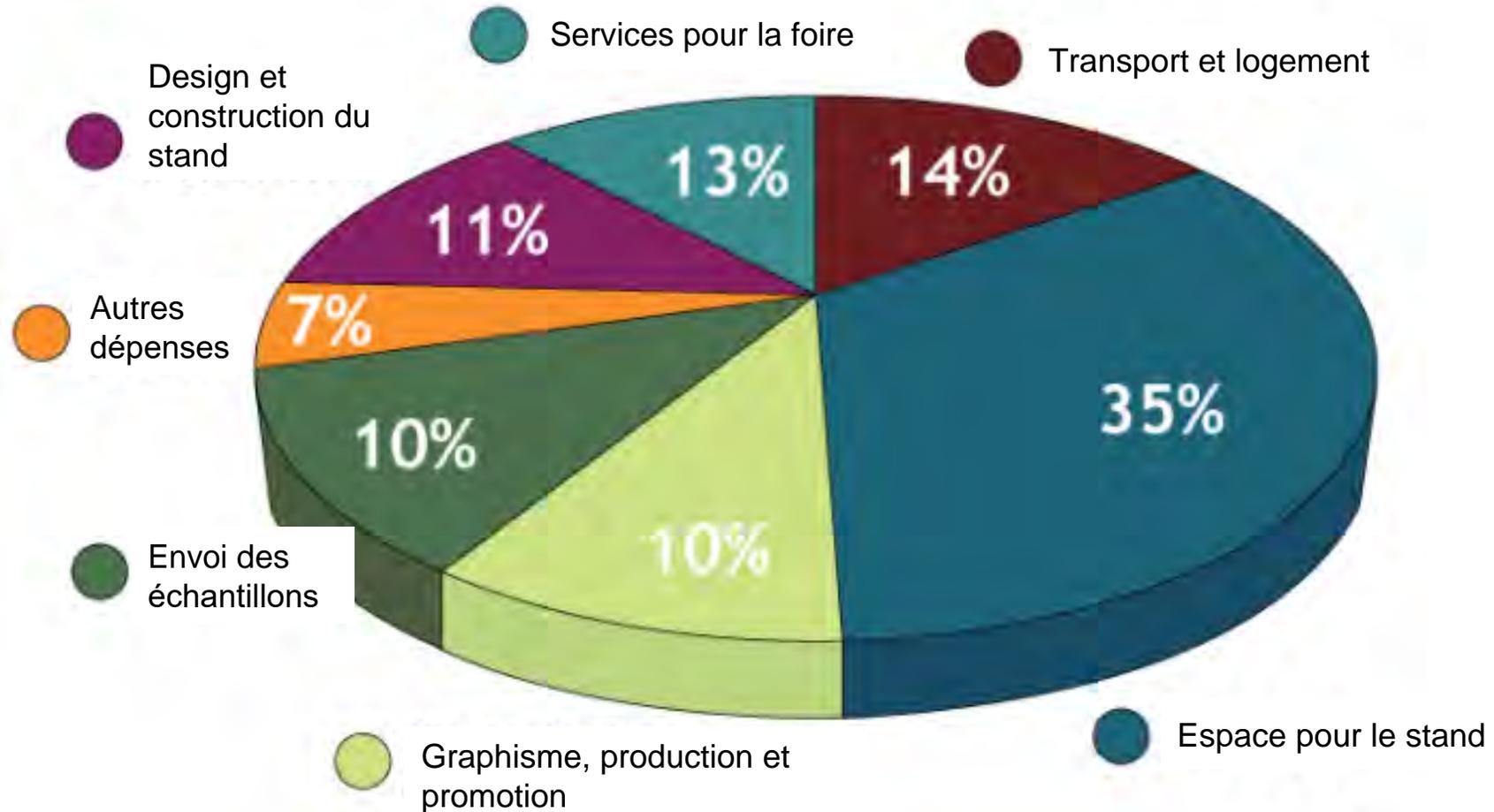
55 000 METRES CARRES

8 PAVILLONS



Comparaison du prix d'une foire physique et d'une foire virtuelle

Répartition typique de coût de participation à une foire physique



Combien cela coûte-t-il pour exposer à une foire virtuelle ?

- Macfrut digital, 2020 € 2,000 par exposant
- Fruit Attraction Octobre 2021, Espagne € 2,000 par exposant
- ANUGA@home Octobre 2022 € 3,030 par exposant
- ANUGA FOODTEC@home Avril 2022 € 4,500 par exposant

Combien cela coûte-t-il pour exposer à une foire physique en Europe ?*

Espace + construction du stand	Anuga	Macfrut	Fruit Attraction	Fruit Logistica	SIAL
54 m2	€20 730	€12 000	€15 390	€11 286	€49 034
120 m2	€46 068	€32 000	€34 200	€25 080	€108 020

4m2 par entreprise si vous avez un stand de groupe

* Ces prix ne prennent pas en compte l'assurance, les kits de marketing, les tickets d'entrée, les frais de co-exposant etc.

Si vous êtes une seule entreprise / ANUGA 2022

Délégation de 3 représentants de la société – stand de 54 m2

Répartition typique du prix d'un salon traditionnel	Événement physique / hybride	Participation virtuelle Anuga@home
Espace pour le stand	54 m2	
Stand & construction du stand	€ 15 660	€ 3 030
Service du salon (pack média, pass exposants, etc.)	€ 1 000	
Envoi des échantillons	€ 1 500	
Pack marketing par exposant principal	€1 030	
Transport et logement	€ 7 000	
Autres dépenses (wifi, électricité, nettoyage)	€ 1 500	
Coût pour la société	€ 27 690	€ 3 030

Si vous êtes une délégation d'exportateurs / ANUGA 2022

Délégation de 20 représentants – stand de 120 m2

Répartition typique du prix d'un salon traditionnel	Événement physique / hybride	Participation virtuelle Anuga@home
Espace pour le stand	120 m2	
Stand & construction du stand	€ 93,600	€ 3 030 x 20
Service du salon (pack média, pass exposants, etc.)	€ 1 000	
Envoi des échantillons	€ 7 500	
Pack marketing par exposant principal	€1 030 €250x20 =€5 000	
Transport et logement	€ 30 000	
Autres dépenses (wifi, électricité, nettoyage)	€ 1 500	
Coût pour la délégation	€ 172,000	€ 60 600

Exemples de couts pour des foires en Afrique

Seulement pour la location du stand, pas la construction



- SIAM Morocco : 45 m² = 47,000 USD



- Food Africa Cairo : 45m² = 17,500 USD



- FIARA, Senegal : 45 m² = 4,500 USD

Chapitre 3

Mettre en avant son entreprise /

Mettre en avant son secteur

Pavillon de groupe vs stand individuel lors d'une foire physique



Pavillon de groupe vs stand individuel lors d'une foire virtuelle

Pavillon de groupe



AVANTAGES

- Un stand virtuel peut être partagé entre tous les co-exposants
- L'organisateur du stand aide à comprendre l'utilisation de la plateforme de la foire
- Formations sur la vente et le marketing avant l'événement
- Idéal pour les débutants (du marché)
- Bon rapport qualité prix

INCONVENIENTS

- Moins de possibilités de mettre en avant sa marque
- Certaines foires ne proposent pas de stands virtuels pour les groupes

Stand individuel



AVANTAGES

- Reconnaissance de la marque et opportunités de présentation de produits
- L'entreprise décide du graphisme du stand virtuel
- Sponsors, presse, PR, et publicité centrés sur l'entreprise

INCONVENIENTS

- Peut être plus cher que le pavillon de groupe
- Formation autodidacte sur l'utilisation de la plateforme
- Pas de formation sur la vente et le marketing



Si vous êtes une association
sectorielle

Ou une agence de promotion des
exportations

**Soutenez vos co-exposants en
prenant un pavillon de groupe lors
d'une foire**

Mettre en avant
son secteur 1/2

KENYA



Avocado Catalogue 2020

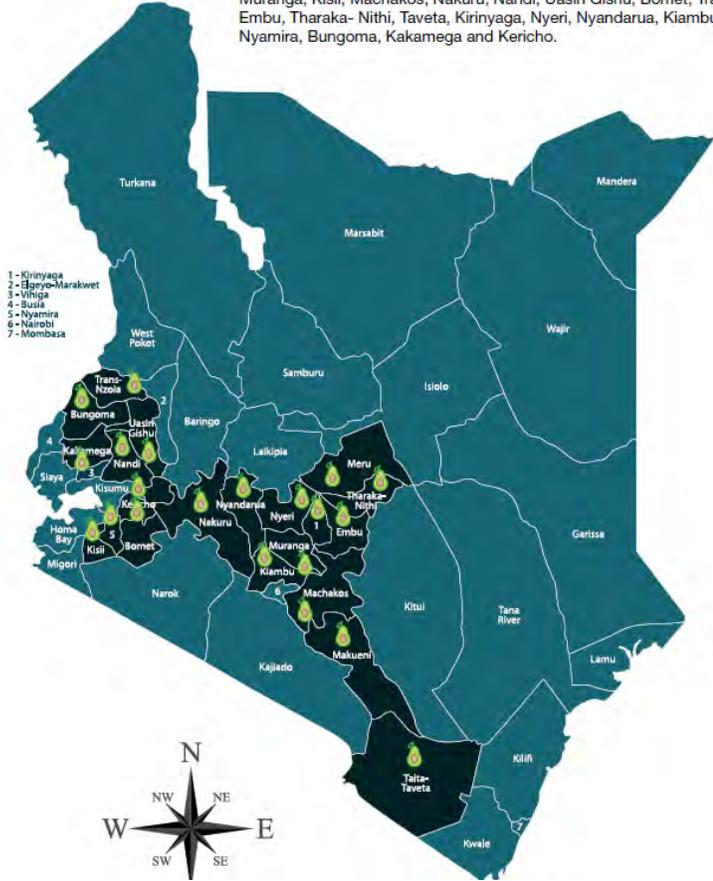


Mettre en avant son secteur 2/2

Vue d'ensemble des provisions de l'avocat du Kenya

Les régions principales kényane de production d'avocat

Murangá, Kisii, Machakos, Nakuru, Nandi, Uasin Gishu, Bomet, Trans Nzoia, Meru, Embu, Tharaka- Nithi, Taveta, Kirinyaga, Nyeri, Nyandarua, Kiambu, Makeni, Nyamira, Bungoma, Kakamega and Kericho.

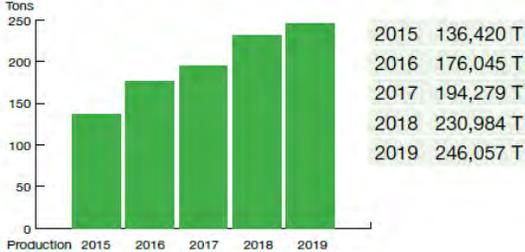


La structure d'approvisionnement de l'avocat du Kenya

Taille du producteur	Pourcentage de production totale au Kenya	Magnitude
Petit	70%	5-20 arbres par terres
Médium	20%	Près de 100 arbres
Grand	10%	10 hectares ou plus



Evolution de la production d'avocats au Kenya (en tonnes)



Calendrier d'export de l'avocat kényan

Pays	Variété	Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Jun	Jul	Août	Sep	Oct	Nov	Dec
Kenya	Hass												
	Fuerte												
	Jumbo												



Mettez en avant les membres de votre équipe

Créez des flyers comprenant des descriptions de vos co-exposants (institution/exportateur)



Exemple de fiche de renseignements = 1 exportateur



Forever Green Growers Ltd

Créée en 2015

Emplacement

Kahli Building J.K.I.A Nairobi, Kenya

L'entreprise

Forever Green Growers Ltd est une entreprise détenue par une femme et spécialisée dans la production et l'export de fruits et légumes frais. L'entreprise exporte actuellement des avocats, des mangues, des légumes asiatiques, des haricots verts et des pois mangetout. Forever Green Growers a sa propre ferme au nord de Nairobi qui produit 10% de son volume actuel d'export, les 90% restants venant de petites fermes sous contrat. L'entreprise fournit du conseil technique aux petits propriétaires et des formations sur les bonnes pratiques agricoles.



Produits exportés



Avocat



Légumes asiatiques



Nombre d'employés

Permanents 11
Temporaires 33

Volume et variété pour HASS

Pour 2018
Volume d'export : 23 tonnes
Pour 2020
volume d'export disponible : 150 tonnes

Volume et variété pour FUERTE

Pour 2020
Volume d'export disponible : 150 tonnes

Volume et variété

Pour 2019
Volume d'export : 250 tonnes
Pour 2020
Volume d'export disponible : 350 tonnes

Marchés d'exportation actuels

Europe : 100%

Les Incoterms utilisés

FOB Mombasa
CIF Nairobi airport

Logistique internationale

Europe : 30 jours

Usines de conditionnement

La société utilise 2 usines de conditionnement pour consolider le grading et l'emballage des différentes récoltes vouées à l'exportation. L'une est dédiée à l'emballage de l'avocat et l'autre à l'emballage des autres fruits et légumes frais. Les deux usines sont certifiées HACCP et peuvent chacune traiter 100 conteneurs par semaine.

Palettisation

Emballage utilisé : 4 kg de bacs pour les avocats
288 cartons par palette

Certification

Certifications en cours
GlobalGAP et FairTrade



www.forevergreengrowers.com

Coordonnées de l'entreprise

Mrs Minaz Sayani, Mr Roger Amisi
Managing Director, Marketing Director
76308 – 00508 Nairobi, Kenya
Phone: +254 724 319 254, +254 733 723 258, +254 723 666 574
Email: info@forevergreengrowers.com



Mission Produce Inc.

Food & Beverages · Oxnard, California · 9,755 followers

Nous sommes devenus le leader mondial en production, distribution et marketing d'avocats frais Hass.

+ Follow

Visit website

See all 306 employees on LinkedIn →

Les réseaux sociaux = le nouvel outil de vérification des acheteurs



Olivado

Food & Beverages · 142 followers

Biologique, Fairtrade et carbon-positif. Délicieuses huiles extra-vierges, naturelles et infusées.

Conseils pour une association/APEX

Préparer la participation d'un groupe à une foire virtuelle

1. Créer des catalogues virtuels sur les différents business selon les secteurs
2. Créer une fiche de renseignements par exportateur
3. Créer une fiche de renseignements par institution
4. Organiser des webinaires de pré-préparation
 - sur le contenu de la foire
 - sur l'utilisation de la plateforme en ligne de B2B**
 - sur des conseils pour parler aux acheteurs
 - sur comment faire du B2B avec de potentiels acheteurs / partenaires
5. Créer des notes de logistiques pour guider les participants
6. Créer des posts promotionnels sur les réseaux sociaux pour attirer des visiteurs sur votre stand
7. Créer des posts promotionnels sur les réseaux sociaux pour mettre en avant votre pays, votre secteur et ses acteurs privés et publics



Chapitre 4

La participation à une foire

Répartition du temps et planning



9 à 12 mois avant l'événement

1. Fixer des objectifs et des buts pour exposer à un salon professionnel
Renseignez-vous sur l'événement
Prévision budgétaire
Sécurisez votre participation au salon

9-12 mois avant l'événement

- **Définissez des objectifs**
- Sélectionnez l'événement
- Renseignez-vous sur l'événement, les visiteurs, les exposants
- Estimez votre budget

- Réservez un stand

Les stands de groupe ET les stands de société doivent définir des objectifs précis

Définissez vos objectifs

- Introduire votre société à un nouveau marché
- Augmenter la reconnaissance de votre entreprise
- Consolider ou améliorer l'image de votre entreprise
- Trouver de nouveaux clients
- Fournir service client auprès des clients existants
- Créer des pistes de potentiels clients
- Ventes et contrats
- Développement de nouvelles chaînes de distribution / partenaires
- Présenter des (nouveaux) produits / services / messages marketing

- Rencontrer et observer la concurrence = en apprendre plus sur l'industrie
- Rencontrer des collègues de votre secteur d'industrie
- Recherche de marchés
- Améliorer votre connaissance du marché
- Rester à jour sur votre marché

9-12 mois avant l'événement

- Définissez des objectifs
- Sélectionnez l'événement
- **Renseignez-vous sur l'événement, les visiteurs, les exposants**
- Réservez votre place en tant qu'exposant
- Estimez votre budget

- Réservez un stand

Renseignez-vous sur l'événement

Pour chaque évènement, renseignez-vous sur :

- La structure d'exposition / la segmentation
- Rendez vous aux expositions de vos principaux concurrents
- La structure de visite
- **Les événements secondaires**
- **Les séminaires / congrès dans le contexte de l'événement**
- Opportunité de prise de parole pour votre société
- Les dates butoires pour les tâches concernant l'événement
- Les fournisseurs obligatoires
- La personne à contacter en cas de questions, représentant dans le pays de la foire?

Pour les événements physiques, renseignez-vous sur :

- Quelles entreprises seraient vos voisines idéales de stand
- Quelles entreprises ne doivent surtout pas être vos voisines de stand

9-12 mois avant l'événement

- Définissez des objectifs
- Sélectionnez l'événement
- Renseignez-vous sur l'événement, les visiteurs, les exposants
- Réservez votre place en tant qu'exposant
- **Estimez votre budget**

- Réservez un stand

Estimez votre budget

Pour chaque événement :

- Remplissez la fiche "check list coûts de la foire"
- D'abord avec une estimation des montants
- Ensuite avec les dépenses définitives

Check list des coûts de la foire

Coûts de base

Location de l'espace d'exposition
 Frais pour les co-exposants
 Electricité
 Autres coûts de base (eau, etc)
 Tickets d'entrée pour le personnel
 Tickets de parking
 Equipement et design du stand (murs, tapis, bureaux, meubles, etc.)
 Décoration du stand (affiches, fleurs, etc)
 Nettoyage du stand
 Prise en charge des déchets
 Catalogue et catalogue en ligne pour l'exposant principal
 Catalogue et catalogue en ligne pour les co-exposants
 Accès à internet
 Assurance
 Cartes SIM locales
 Adaptateurs pour les prises
 TVA

Coûts supplémentaires possibles

Equipement multimédia
 Haut-parleur

SIAL 2022 Budget

Datum:	15 - 19 Oktober 2022		
Plek:	Parys, Frankryk		
Wie:	Handri, Anton, Shantelle, Carla		
R vir €	R20		
Square m	16		
Stall (16m ²)	305 € per m ²	€ 4 880.00	
Essential Stand	216 €	€ 3 456.00	
2 open sides	34 €	€ 544.00	
Marketing	1 680 €	€ 1 680.00	
Services	5 € per m ²	€ 78.40	
		€ 10 638.40	€ 10 638.40
Design (RSA)		€ 5 000.00	€ 15 638.40
Build (Ger)	15 870 €	€ 15 870.00	€ 31 508.40
Flights	x4	€ 4 000.00	
AirBnB	x4 8 nights	€ 2 951.80	
Food	x4 8 days	€ 960.00	
		€ 7 911.80	€ 39 420.20

9-12 mois avant l'événement

- Définissez des objectifs
- Sélectionnez l'événement
- Renseignez-vous sur l'événement, les visiteurs, les exposants
- **Réservez votre place en tant qu'exposant**
- Estimez votre budget

- Réservez un stand

Réservez votre place

Pour chaque foire

- Lisez les règles et les obligations de l'événement
- Enregistrez-vous en tant qu'exposant
- Vérifiez votre réservation
- Vérifiez votre échéancier de paiement

Pour les foires physiques

- Mentionnez les voisins de stand que vous aimeriez le moins/le plus avoir
- Vérifiez votre emplacement à la foire
- Réservez un stand déjà construit si vous le souhaitez



Réservez le plus vite possible. Parfois, les tarifs Super Early Birds et Early birds sont offerts. Les principaux salons et les salons niche offrent souvent des m2 gratuits.

Comment puis je faire ma réservation?

Exemple: Sial 2024

Foire tous les deux ans

Réservation ouverte 1.5 ans avant l'événement!

www.sialparis.com

SIAL 19 - 23 October 2024 - PARIS NORD VILLEPINTE

THE SHOW 2022 EXHIBITORS HIGHLIGHTS TOP TRENDS PRATICAL INFO

Contact a sales representative Get a quotation Your exhibitor area

SIAL INSPIRE FOOD BUSINESS Paris 19 - 23 OCTOBER 2024 PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

Quotation

1 Details 2 Desired stand 3 Registration pack 4 Communication tools 5 Get my quotation 6 Booking 7 Receipt acknowledgement

24ème ÉDITION DE LA FIARA DU 04 AU 26 MAI 2024 AU CICES - DAKAR

FICHE D'INSCRIPTION

Identifiant de l'exposant(e)

Adresse

Telephone Email

Pays Ville

Personne à contacter Yes No

Nom

N° Pièce d'identification

RESERVATION

9m2	500 000 CFA HT	18m2	1 000 000 CFA HT	25m2	1 500 000 CFA HT	Matériel lourd et surface extérieure (Prix à débiter)
DE L'AGRICULTURE ET DES RESSOURCES ANIMALES						



6 à 9 mois avant l'événement

1. Sélectionnez le type de stand que vous souhaitez
Choisissez le design de votre stand
Réfléchissez à votre « must have » pour votre stand et votre participation
Pensez à votre « nice to have » pour votre stand et votre participation
Intéressé par une opportunité de sponsoring/promotion ?

N'importe quelle foire

Foire virtuelle

Foire physique

9-12 mois avant l'événement

- Définissez des objectifs
- Sélectionnez l'événement
- Renseignez-vous sur l'événement, les visiteurs, les exposants
- Réservez votre place en tant qu'exposant
- Estimez votre budget

- Réservez un stand

Sélectionnez le type de stand que vous voulez réserver

Stand déjà construit?

Ou adaptez votre stand >>> Trouvez une entreprise de construction de stand !



6-9 mois avant l'événement

- Identifier les clients visés

- Organisez votre voyage
- Conception du stand
- **Choisissez le design du stand**
- Choisissez des sous-traitants
- Réservez des sponsors, PR

Choisissez le design d'un stand déjà construit

FRUIT LOGISTICA complete stand „Basic”
123.- EUR/m²



FRUIT LOGISTICA complete stand „Classic”
160.- EUR/m²



FRUIT LOGISTICA complete stand „Special”
220.- EUR/m²



Le design du stand : Que vendent ces entreprises?



6-9 mois avant l'événement

Choisissez le design de votre stand. 1 million de possibilités.

Comparez et sélectionnez le plus adéquat.

**Briefez le constructeur.
Points clés à prendre en compte**

- Taille du stand
- Hauteur du stand
- L'équipe sur le stand
- Taille des expositions
- Restauration
- Rangements
- Salle de réunion
- Eau
- Cuisine
- Multimédia.
- Le message de la marque
- Budget

- Identifier les clients visés

- Organisez votre voyage
- Conception du stand
- **Choisissez le design du stand**
- Choisissez des sous-traitants
- Réservez des sponsors, PR



Concentrez-vous sur votre produit. Chaque visiteur doit comprendre les visuels.

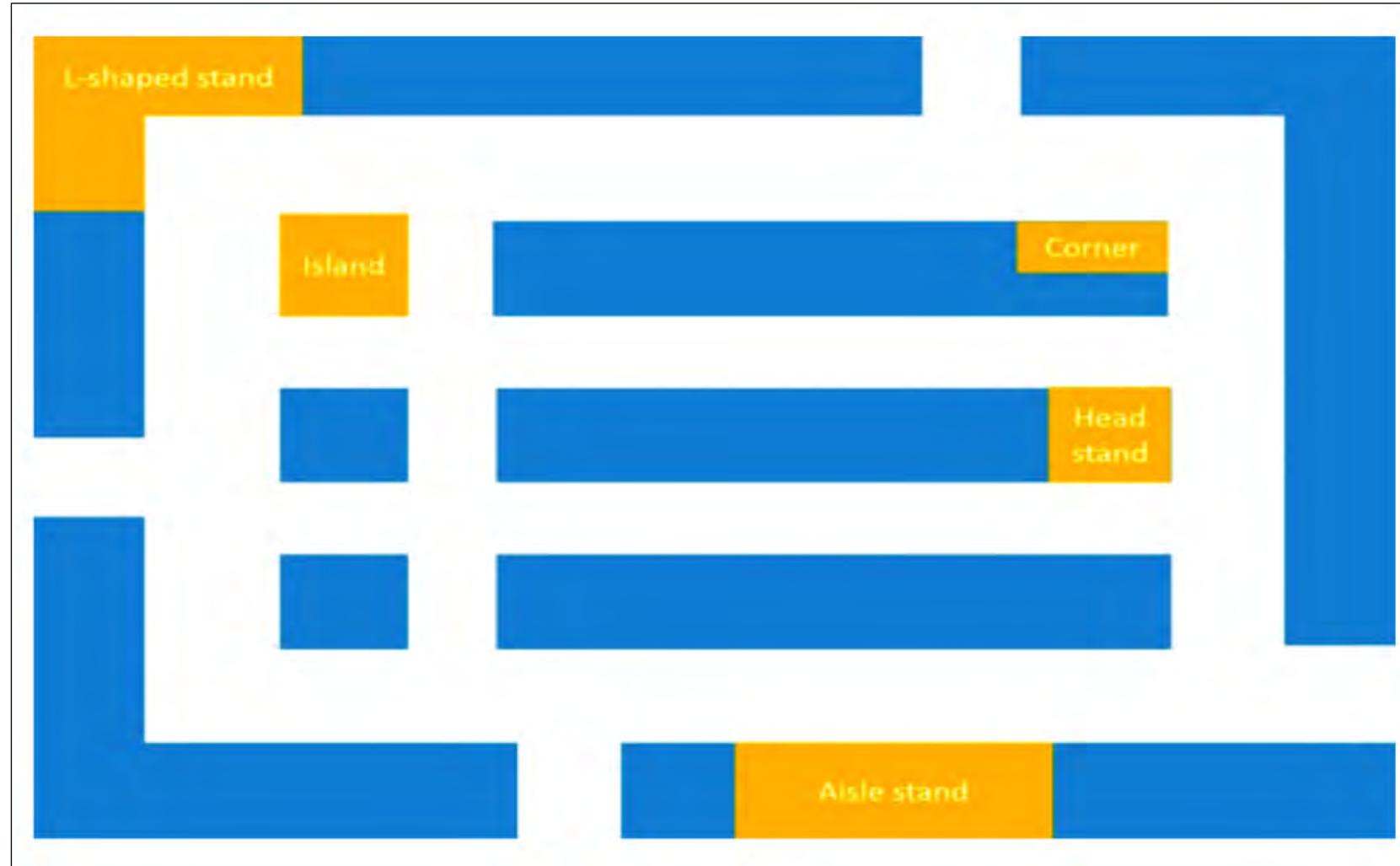
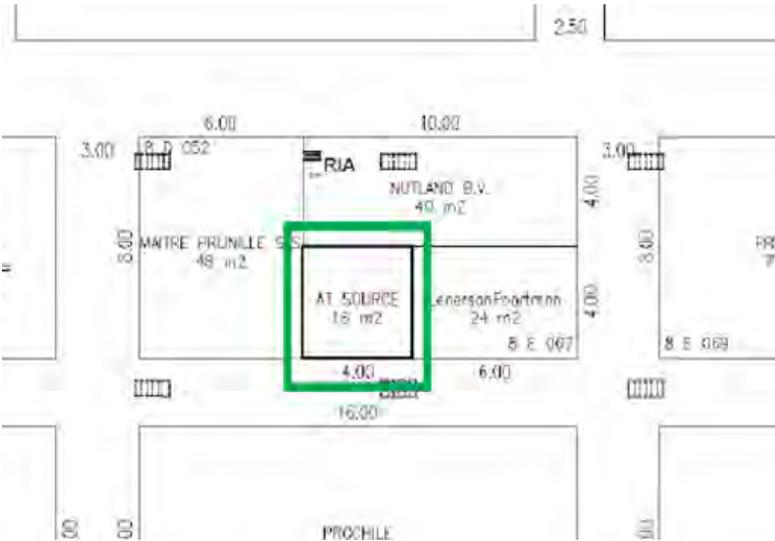
Il faut que le message soit clair,
et utilisez l'anglais!



Emplacement, emplacement, emplacement!

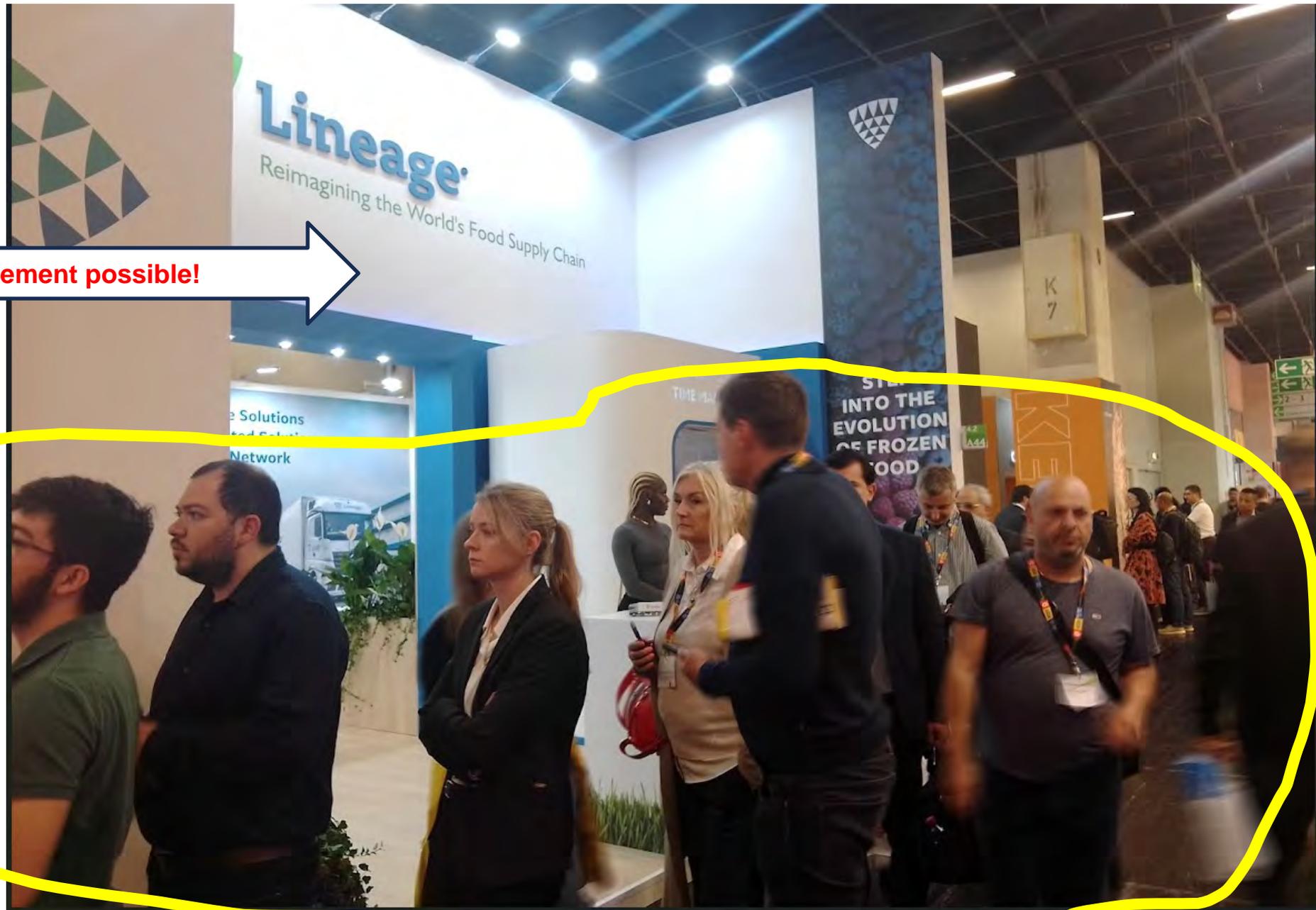
Offre de placement

- Vérifiez l'emplacement
- Vérifiez le hall
- Vérifier la concurrence
- Vérifiez les voisins



L'emplacement est important!

Un stand vide, le pire emplacement possible!



Résultat final d'un pavillon de groupe



Construisez TOUJOURS aussi haut que vous le pouvez. Mettez de la lumière le plus possible sur le plafond et la façade. Soyez visibles de loin.



En tant qu'exportateur, vous pouvez quand même réussir à vous différencier sur un pavillon de groupe



6-9 mois avant l'événement

Établissez des contrats avec vos fournisseurs pour les "Must have".

Construction du stand

- Signez un contrat avec le constructeur du stand (résultat, budget, extras).

Commandes techniques

- Électricité, eau, eaux usées, gaz
- Meubles en plus, cuisine si nécessaire
- Accès à internet

Graphisme, style

Production et installation par le constructeur du stand.

- Identifier les clients visés

- Organisez votre voyage
- Conception du stand
- Choisissez le design du stand
- **Choisissez des sous-traitants**
- Réservez des sponsors, PR

Expositions

- Envoyer les échantillons/produits vers et depuis la foire
- Stockage pour ce qui n'est pas utilisé sur le stand
- Fournisseurs d'appareils Multimédia

Entretien et déchets sur le stand

Le service d'entretien comprend un traitement des déchets.



Faites attention aux fournisseurs obligatoires.

N'importe quelle foire

Foire virtuelle

Foire physique

6-9 mois avant l'événement

Identifiez les "extras" (pas obligatoire).

- Identifier les clients visés

- Organisez votre voyage
- Conception du stand
- **Choisissez le design du stand**
- Choisissez des sous-traitants
- Réservez des sponsors, PR

Restauration ?

Nourriture et boissons, service, vaisselles.



Décoration ?

Fleurs
plantes

Consultants ?

Divertissement ?

Artistes, musique, robots



Des aides en plus sur le stand

Consultants, hôtes/hôtesse, traducteurs, nettoyage du stand + déchets, sécurité du stand

Réception sur le stand ?

Restauration, artistes, intervenants, service



Les „extras“



1.568 x 1.0



Un des objets de promotion les moins chers : la dégustation ! = prévoir d'amener les échantillons



N'importe quelle foire

Foire virtuelle

Foire physique

6-9 mois avant l'événement

Opportunités de promotion supplémentaire

De plus, vous pouvez amener votre dossier de candidature au salon pour perfectionner vos remerciements aux concepts sur-mesure de sponsors. Les événements les plus connus permettent une publicité maximale. Profitez de ce potentiel. Nous avons à cœur votre performance idéale.

Certains de nos temps forts sont :

le sponsoring du Centre de la Presse
le sponsoring de la Navette de l'Hôtel
le sponsoring de la Navette de l'Aéroport
et bien plus encore



Affiches publicitaires

dans les aéroports
les transports publics
les principales stations

- Identifier les clients visés

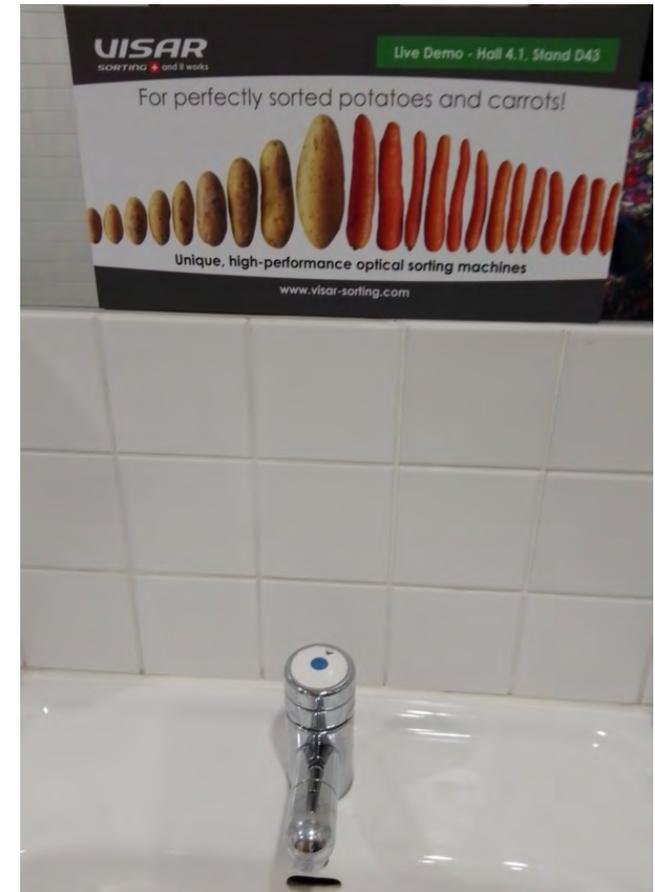
- Organisez votre voyage
- Conception du stand
- **Choisissez le design du stand**
- Choisissez des sous-traitants
- Réservez des sponsors, PR



Réservez en avance
car les opportunités
sont limitées



Promotion supplémentaire? = coût supplémentaire? Entreprise ou secteur





6 mois avant l'évènement

1. Organisez votre voyage et votre visa
Préparer votre promotion autour de l'évènement
Travaillez sur le design de votre stand ?

6-9 mois avant l'événement

Commencez à organiser votre voyage

- Regardez les vols ou les autres moyens de transport
- Réservez le logement (avec une politique d'annulation !)
- Si besoin de votre propre navette, cherchez des entreprises privées de bus
- Regardez les règlements pour les VISA et la chronologie
- Vérifiez la validité des passeports de chaque membre de l'équipe
- Vérifiez les vaccins nécessaires pour les voyages d'affaire
- Entrez les frais réels dans la checklist de frais

- Identifier les clients visés

- Organisez votre voyage

- Conception du stand
- Choisissez le design du stand
- Choisissez des sous-traitants
- Réservez des sponsors, PR

6 mois avant

- Décider/commander/prévoir des activités promotionnelles et de la documentation sur la vente (sites internet, réseaux sociaux)

- Finaliser le design du stand
- Commander les tickets d'entrée

Préparez le matériel promotionnel pour la foire

- Préparez une **fiche de renseignements pour chaque produit/service, etc.** et donnez des exemples sur la manière dont ils ont été utilisés par des clients.
- Si possible, préparez des fiches de renseignements différentes pour votre produit, chacune adaptée aux secteurs de l'industrie. Important pour les **clients sans rendez-vous** pendant le salon.
- Créez un **encart + une bannière** pour la presse commerciale. Réservez les encarts.
- Préparez des **vidéos courtes de présentation** de votre **produit/vos services, etc.** si possible, sans parole (à usage international)
- Créez un document de **protocole de rencontre** pour la foire.
- Créez et commandez des **cartes de visite** pour tous vos collègues de stand.
- **Mettez à jour votre profil d'exposant** sur le site web de la foire
- Commandez des **produits de promotion de votre marque** avec le nom de votre société/logo à distribuer pendant la foire

Quels outils utiliser ?

Les meilleurs réseaux sociaux pour les exposants





Quelques exemples de signatures d'email



N'importe quelle foire

Foire virtuelle

Foire physique

6 mois avant

Graphisme et style du stand

- Créez et envoyez des exemples de graphisme au constructeur de votre stand. Précisez les mesures exactes des graphismes.

Préparez vos équipements à l'envoi. Veillez à les adapter à la tension.

Préparez du contenu multimédia à diffuser sur votre stand si nécessaire. Veillez au bon format.

Préparez les formulations adéquates à publier sur vos chaînes de réseaux sociaux.

Vérifiez votre base de données. Nouveaux prospects enregistrés ? Établissez des marqueurs ; qui doit recevoir des invitations gratuites de votre part.

Préparez des kits presse pour la presse commerciale.

Le graphisme du stand? On s'en occupe nous meme, besoin de personne!



Quel gâchis d'argent!



Simple et efficace – stand physique



Simple et efficace – stand virtuel





2-3 mois avant

1. Billets d'exposants et billets de visiteurs ?
Votre profil d'exposant en ligne
Décoration du stand ?
Commencez à publier en ligne au sujet de votre participation à venir
Votre logistique locale sur place

2-3 mois avant

Inscrivez votre équipe et les membres de l'équipe sur votre stand de groupe

Vérifiez

- Passeport
- Vaccination
- Visa
- Réservation d'hôtel
- Badges nominatifs
- Événement + ticket pour la foire

Renseignez les coordonnées :
adresses, e-mails, numéros de
téléphone

Assurance pour l'exposition, l'équipe, etc.

Exposant + tickets visiteurs

- Commandez des tickets visiteurs pour inviter vos clients.
- Commandez des badges exposants

- **Inscrivez votre équipe pour l'événement**
- Assurez-vous que votre site web est à jour
- Commencez à poster sur vos réseaux
- Faites un post sur votre participation

- Imprimer les supports
- Renseignez-vous sur l'endroit

- Finalisez le design virtuel du stand

Changez votre signature d'e-mail, mentionnez votre présence au salon avec le logo et la date.

Invitez les gens à venir vous voir en renseignant le numéro de votre stand / votre présence virtuelle.





Jose Claire • 1st

Managing Director bei KÖLLA Overseas B.V.
2w • 🌐

[KÖLLA – the fruit company](#) on the road! On our way to [#Berlin](#) to meet you on the [#fruitlogistica2024](#).

Looking forward to three amazing days in front of us.

[#together](#) with [Jenifa Guerreiro Gonçalves](#), Paloma Piaia-Tiemann, [Brenda Botha](#), [Nicole Macias](#), [Leonardo Leon Diaz](#)



Suivez vos acheteurs potentiels sur les reseaux sociaux



Oscar Quirinus van Reisen • 2nd
Sourcing Manager/ Business Development b...
4h • 🌐

[Connect](#)

Hi! Counting down for Berlin! As Fairtrasa's sourcing manager, I'm on the lookout for fresh, sustainable and delicious fruits! Are you a supplier, producer interested in a new partnership? Let's connect at Fruit Logistica, where I can give you more insights into Fairtrasa's journey, developments and our great clientele. Feel free to reach out and let's explore the possibilities together. Can't wait to meet you!

How to get in touch?

T: +31-686 880 965

E: oscar.reisen@fairtrasa.nl

Or send me a DM =>

[#FruitLogistica](#)[#sustainable sourcing](#)[#organicfruits](#)[#fairtrada](#)[#changemakers](#)



MEET ME AT

FRUIT LOGISTICA

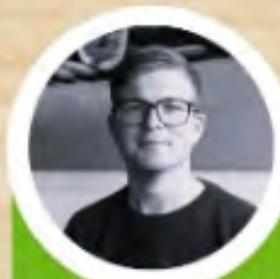
Les acheteurs
VOUS
communiquent
même parfois
leurs numéros
de téléphone et
leurs adresses
email!



**Meet us at
Fruit Logistica**

Berlin
7 | 8 | 9 February 2024



 <p>Bert Schamper</p> <p>+32 478 10 45 03 bert.schamper@specialfruit.be Thursday & Friday</p>	 <p>Akin Dalama</p> <p>+31 610 85 29 55 akin.dalama@specialfruit.be Wednesday & Thursday</p>	 <p>Gert Pirijns</p> <p>+32 479 39 83 35 gert.pirijns@specialfruit.be Thursday</p>
 <p>Tom Maes</p> <p>+32 475 78 42 44 tom.maes@specialfruit.be Wednesday & Thursday & Friday</p>	 <p>Koen Maes</p> <p>+32 474 94 36 47 koen.maes@specialfruit.be Wednesday & Thursday</p>	 <p>Margot Pertijs</p> <p>+31 682 05 39 50 margot.pertijs@specialfruit.be Wednesday & Thursday</p>

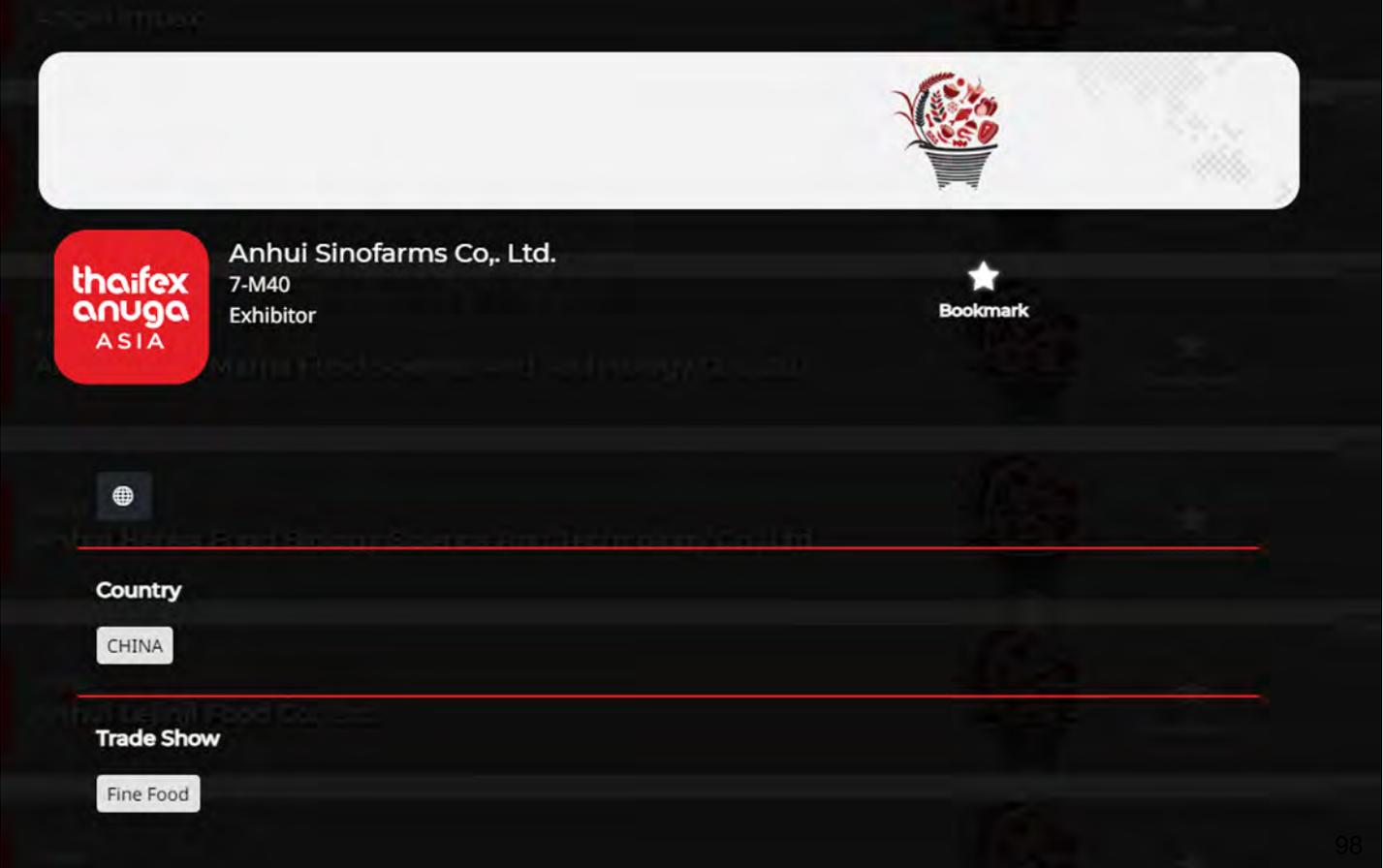
Travaillez votre profil d'exposant

Évitez les profils vides comme celui-ci !

Les acheteurs consulteront les profils des exposants à partir de la liste/catalogue des exposants fournie par chaque salon, afin d'organiser des réunions pendant le salon.

Les acheteurs effectueront des recherches avant la foire commerciale en se basant sur les éléments suivants

1. le nom de l'entreprise
2. le produit
3. fonction (exportateur, grossiste, etc.)
4. le pays



The screenshot shows a profile for Anhui Sinofarms Co., Ltd. at the Thaix Anuga Asia trade show. The profile is mostly empty, with only the company name, booth number (7-M40), and exhibitor status filled in. The country is set to CHINA and the trade show is Fine Food. A 'Bookmark' icon is visible.

thaix anuga ASIA

Anhui Sinofarms Co., Ltd.
7-M40
Exhibitor

Bookmark

Country
CHINA

Trade Show
Fine Food

Voici la concurrence

Banière avec certification

Vous pouvez ajouter logos, photos, brochures, vidéos, etc.

USDA ORGANIC **LOW GI** **KL KOSHER** **CLINICALLY TESTED** **VEGAN FRIENDLY**

Diabetic-Friendly
Less Sodium Sauces
Eat Every Day

Gut Health
Boost Immune System
High Antioxidants

Chiwadi
Chiwadi Products Co., Ltd.
5-F34
Exhibitor

Bookmark

Profile **Products**

Organic Coconut Cider Vinegar Concentrate

Organic Coconut Flower Cider Vinegar

Coconut Flower Nectae, ginger, Turmeric Vinegar

CCV Organic Coconut Flower Cider Vinegar Categ...
Organic Coconut flower Cider Vinegar Clinical research tested by M...

Coconut Cider Vinegar Gummy

Product! SOUR TASTE FROM COCONUT FLOWER CIDER VINEGAR. CLINICALLY TESTED.

SWEETENED BY SLOW CO.

- NON-GMO
- GLUTEN-FREE
- UNFILTERED

SUGGESTED USE
2 gummies provide 500 mg Coconut flower cider vinegar. You can enjoy having a few times per day for health enjoyment.

Ingredients
Coconut flower cider vinegar, Organic coconut nectae, ginger, turmeric...

Coconut Flower Syrup

Organic Coconut Flower Cider Vinegar

Sweet Chili Sauce

Coconut Flower Syrup

Organic Coconut Flower Syrup squeezable

Pensez à la décoration de votre stand



N'importe quelle foire

Foire virtuelle

Foire physique

2-3 mois avant



Steffen Rutter · 2.
 Business Development | Sales |
 Key Account Management | Cate...
 3 Tage · 🌐

proudly presenting #Mövenpick at Anuga trade fair in #Cologne - come and visit Mövenpick Holding AG at Hall 3.1 Booth B-080 - **Xavier Mauler** and **M.V.M. Rao** will be with me to drive your business

#anuga2021 #tradefair #switzerland #germany Froneri Switzerland Froneri Deutschland Froneri Accor
 Übersetzung anzeigen



Avocado exporters from Kenya and Tanzania at the spotlight of #fruitattraction2021 from 5-7 October 2021.

The #eacMarKup project is supporting 13 avocado exporters from #kenya and #tanzania to showcase their products at this Int'l trade show for the fruits and vegetable sector.

Link: <https://lnkd.in/gAd3ACj2>

Instagram: #EACMARKUP Twitter: @eacmarkup @ EUinTZ @itcnews

- Enregistrez votre équipe pour l'événement
- Assurez-vous que votre site web est à jour
- Commencez à poster sur vos réseaux
- Faites un post sur votre participation

- Finalisez le design virtuel du stand

- Commencer à poster sur les réseaux sociaux
- Imprimer le matériel de promotion

N'imprimez pas trop de flyers



Frédérine Derlot (She/Her) • You

MSc, Market Linkages Expert at the ITC - United Nations Geneva

now • Edited •

Everything is ready, just waiting for you, come and try Guinea new pineapple variety La Baronne de Guinée! #logistica #itc #pineapple
Visit us Guinea Pineapple stand Fruit logistica Hall 26 B 80.



Frédérine Derlot (She/Her) • You

MSc, Market Linkages Expert at the ITC - United Nations Geneva

5d •

We look forward to meeting you at Fruit Logistica Berlin : Hall 26 B-80 with a delegation of 12 Guinean pineapple exporters and Hall 7.2A Stand B-20 with a delegation of Ukrainian exporters.



Créer et prendre des cartes de visite de bonne qualité

Bon compromis.
Un logo pourrait être ajouté



Police blanche sur fond rouge,
impossible à lire!



La police est trop petite, difficile
de lire les informations



Seulement un code QR, bonne
idée mais au moins ajouter les
coordonnées de la personne
serait préférable.



Votre carte de visite

Doit être clair et facile à lire!

Utilisez des lettres majuscules au lieu d'une écriture sophistiquée difficile à lire. Si vous avez besoin d'utiliser des couleurs, assurez-vous qu'il y a suffisamment de contraste entre le texte et l'arrière-plan, et dans tous les cas: vérifiez l'orthographe correcte des mots!

Téléphone et adresse e-mail vérifiés et actualisés

Conseil: Utilisez une adresse e-mail d'aspect professionnel et non une adresse « anonyme » (c'est-à-dire pas « info@ »), de préférence votre realname@company.com |

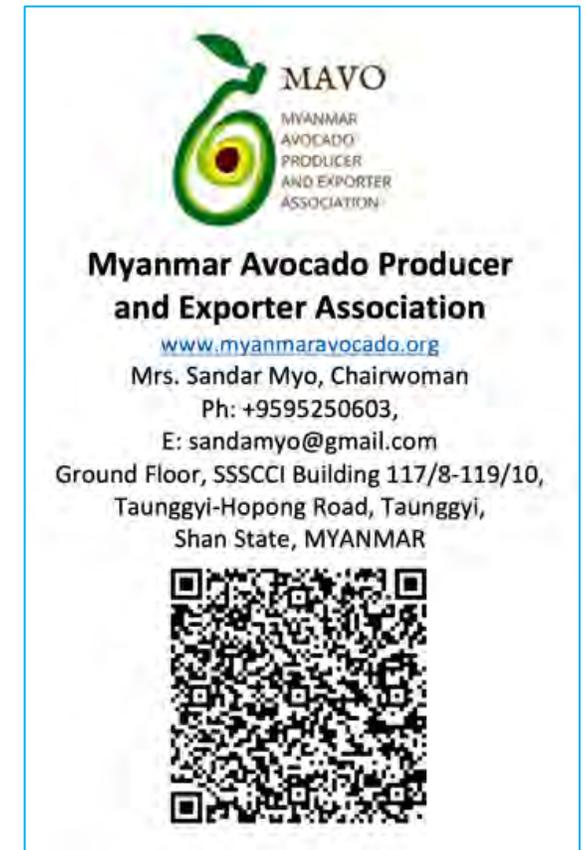
Numéro de téléphone : commencez par l'indicatif du pays

Éventuellement, concevez et imprimez de **nouvelles cartes de visite qui seront utilisées systématiquement pour les contacts internationaux**

Utilisez le verso de la carte à bon escient! Par exemple, vous pouvez l'utiliser pour les adresses de votre usine - également dans la langue locale pour le taxi.

Ajoutez un QR code pour une numérisation pratique de vos coordonnées.

Conseil: vérifiez vous-même que votre carte est correcte et facile à lire. Faire confiance à votre personnel et à votre imprimante, c'est bien, mais il vaut mieux vérifier.



Agrafez à l'avance vos cartes de visite à vos brochures

Ne négligez aucun détail !

Avez-vous pensé à votre email professionnel ?

Pensez à votre email!

Si je travaille pour une entreprise appelée Coconut Oil Ltd

Ne donnez pas une adresse e-mail personnelle

Ne donnez pas un e-mail qui n'a pas l'air professionnel

Frederine132*+@gmail.com

Coco123+-@gmail.com

Idéalement, créez des e-mails avec le nom de votre entreprise

sales@coconutoil.com

Frederine@coconutoil.com

contact@coconutoil.com

vente@coconutoil.com

departmentexport@coconutoil.com

Si ce n'est pas possible

salescoconutoil@gmail.com

contactcoconutoil@gmail.com

enquirycoconut@gmail.com

etc.



<https://www.firststepsonlinemarketing.com>

From Claire <claire@firststepsonlinemarketing.com>

To

Subject

Branding; use the same domain name

Your email address is, well, an address. But your display name for that email can be anything you want it to be.

Default email address	<input type="text" value="test@a1designltd.co.uk"/>
Email from Name	<input type="text" value="A1 Design Services Ltd"/>
Email signature The signature will be appended to the bottom of all outbound emails. Some HTML allowed	<div>Kind Regards, Billing Department, A1 Design Services Ltd</div>

[Find out how you can improve email reliability here](#)

2-3 mois avant

- Enregistrez votre équipe pour l'événement
- Assurez-vous que votre site web est à jour
- Commencez à poster sur vos réseaux
- Faites un post sur votre participation

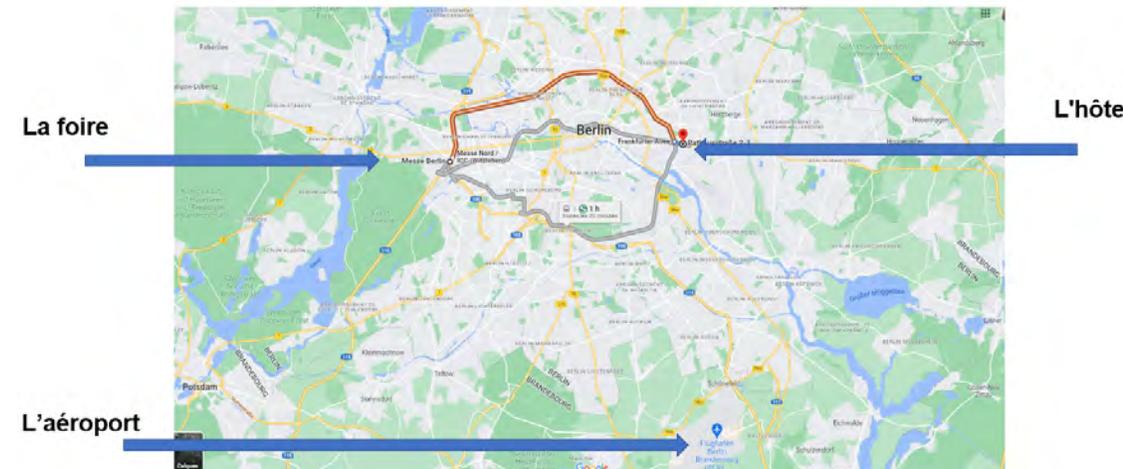
- Imprimer les supports
- Renseignez-vous sur l'endroit

- Finalisez le design virtuel du stand

La logistique locale

Renseignez-vous sur le lieu de l'événement

- Où se trouve la foire dans la ville
- Où sont les entrées de la foire
- Transports publics + navettes gratuites pour aller à la foire
- Hôtels, magasins, pharmacies pas loins
- Magasins dans la foire
- Code vestimentaire
- Distributeurs
- Premiers secours à la foire
- Transport public et navette gratuite entre votre hôtel et la foire





6 semaines avant

1. Pensez à vos échantillons (Logistique, Coûts)
Quelle quantité est nécessaire ?
Qui doit représenter l'entreprise au salon ?

Envoi des échantillons

▪ Les événements physiques

- Pour distribuer aux visiteurs ou pour organiser des dégustations
- Envoyez assez de quantités, bien avant le début de la foire
- Assurez-vous d'amener les différents types d'emballages vides
- Adaptez le type d'emballage au salon auquel vous participez
- Assurez-vous que la qualité des échantillons, la variété utilisée, et les propriétés organoleptiques sont les mêmes que pour les futures commandes
- Assurez-vous d'utiliser les emballages adaptés qui représentent bien le produit final

▪ Les événements virtuels

- À envoyer après une première rencontre en ligne
- Vérifier qui paie le coût d'envoi
- Assurez-vous d'utiliser les emballages adaptés qui représentent bien le produit final
- Assurez-vous que la qualité des échantillons, la variété utilisée, et les propriétés organoleptiques sont les mêmes que pour les futures commandes

- Même si les échantillons ne sont pas à usage commercial, une facture commerciale (une déclaration de douane) est nécessaire et doit indiquer :
 - La valeur réelle
 - Une description détaillée
 - La raison de l'exportation – écrivez “échantillon”
- Est-ce que les frais de douane s'appliquent ? (dépendent du poids)
- Vérifiez les conditions d'import de l'échantillon de chaque pays puisqu'il peut y avoir des exceptions

“Je l'enverrai moi-même”



Prendre des échantillons dans vos bagages?
30 kg sont habituellement autorisés sur les vols
internationaux.



Est-ce que je peux prendre des échantillons dans ma valise ?

Vous n'êtes autorisés qu'à transporter 2 kg maximum de produits frais pour votre utilisation personnelle selon les réglementations de l'UE

Si vous voulez prendre plus que 2 kg, voici les procédures à suivre :

- Préparez les papiers nécessaires pour l'exportation d'échantillons:
 - Certificat d'origine
 - Certificat phytosanitaire, etc.
- Pour le marché suisse , seulement les ananas, les dattes car il ny a pas besoin de certificat phytosanitaire à l'export



Faites la liaison avec les compagnies aériennes pour traiter les papiers adéquats.
Amenez un échantillon de votre marchandise à montrer aux autorités à l'aéroport.
Les papiers se font généralement rapidement sur site.

Comment emballer vos produits ?

Idéalement, pour protéger l'intégrité de vos produits frais, le meilleur moyen est de les amener dans des boîtes d'export

ATTENTION ! Vérifiez bien les compagnies aériennes que vous prenez et si elles acceptent bien que vos échantillons soient placés dans vos valises. Si ce n'est pas le cas, prenez vos échantillons dans une valise en faisant attention à bien protéger le produit.



Logistique relative aux expositions et aux échantillons

Carnet ATA

- Le Carnet ATA (abréviation pour Admission Temporaire) est un document douanier qui permet de faciliter les importations temporaires libres de douanes de marchandises dans un autre pays et le re-import qui en résulte. Entre autres, le carnet ATA permet d'éviter à la partie soumise aux droits de douane d'avoir à fournir des cautions pour les droits d'importation et permet d'éviter aux autorités douanières de délivrer des documents nationaux douaniers.
- Pour pouvoir utiliser le Carnet ATA, deux conditions doivent être réunies :
 1. Le pays de destination doit être signataire de l'Accord du Carnet ATA
 2. L'usage prévu des biens doit entrer dans l'une de ces trois catégories : équipement professionnel, marchandises pour salons et expositions, échantillons.
- **Liste des pays utilisant le Carnet ATA. <https://www.uscib.org/member-countries-ud-1582/>**



Utilisez une société de transport professionnelle pour envoyer vos marchandises aux salons.

Choisissez le bon personnel pour tenir le stand

En ce qui concerne les expositions, le personnel joue 4 rôles principaux:

Rassembleurs de foule – ce sont les personnes chargées de poser des questions et d'inciter les participants à venir à votre stand. Ils peuvent se positionner dans les allées voisines où votre stand n'est pas forcément visible pour les passants.

Hôtes – l'hôte est la personne que les visiteurs rencontrent en premier sur le présentoir. Il peut fournir des documents, scanner les badges et diriger les clients potentiels vers les zones d'intérêt du stand.

Présentateurs – Les présentateurs doivent être des orateurs compétents qui supervisent les présentations et les démonstrations dans les stands. Leur travail consiste à s'assurer que les visiteurs sont suffisamment intéressés pour générer des ventes éventuelles.

Collecteurs de prospects – Ce groupe a une connaissance suffisante des produits et doit savoir comment répondre aux questions techniques. Ils devraient également être en mesure de poser des questions axées sur les ventes et de capturer rapidement les coordonnées des clients éventuels.



What a booth staff should and shouldn't do in a booth



Should be professional with a welcoming smile.

Should be proactive and should engage, educate the attendees and finally identify qualified leads and close sales.

Should treat all trade show attendees as guests like those who visit their home.

Should have their name badge placed on the right and must be visible to the visitors.

Should maintain a clean and tidy appearance.



Should not leave any trade show visitor unattended.

Should not mingle socially with their circle in a trade show event.

Should not use their phone in the booth. Must leave the booth if they want to make calls.

Should not eat, drink while they are inside the booth.

Should not be late with excuses. Must be on time.



2 semaines avant l'événement

Préparation de dernière minute

1. Votre argumentaire de vente est prêt
2. QR code
3. Ce qu'il faut apporter avec vous
4. Vérifications de dernière minute pour les réunions en ligne

Dernier jour avant le départ

- Documents de voyage : passeport, VISA, vaccination, billets d'avion, réservation d'hôtel, billets d'entrée
- Gestion de la relation client, site web et présentation de vente à jour
- Documents de vente sur votre ordinateur + copie sur une clé USB ou sur le cloud
- Cartes de visite
- Familiarisez-vous avec la foire, la ville et les transports
- Lisez les informations de dernière minute
- Vérifiez les équipements techniques



Quelques jours / quelques heures avant la foire

- Très bonnes connaissances du contenu et des informations
- Etre à l'aise avec les chiffres
- S'assurer d'avoir votre expert technique à côté, si besoin



- Argument de vente finalisé
- Etre motivé et enthousiaste
- Equipements prêts et être préparé en cas de coupure de courant (virtuel)
- Mettez vous à la place de la personne à qui vous vous adressez et préparez des réponses à toutes les questions possibles

Le matériel à amener avec vous au salon



Cartes de visites

Agrafeuse

Brochures

Ordinateur ou tablette pour montrer vos présentations / vidéos

Ramener des souvenirs / des confiseries de chez vous à offrir

Des petites décorations pour votre stand / bureau

Des assiettes / des cure-dents pour les dégustations



Agrafez en avance vos cartes de visite à vos brochures



Utilisez des
QR codes
pour
promouvoir
votre société

Company Name: Coopérative Amidjor pour l'Autonomisation des Femmes

Products: Processed pineapples

Representative name: Ms. Saran Keita

Title: Director

Email: amidjorkeitgn@gmail.com

Phone: (+224) 622088607

Address: Siège Sonfonia Soloprino Commune de Ratoma, Conakry, BP 217

Country: Guinea



Stand du Chili à Fruit Logistica 2023

Pas de papier

Pas de marque

Pas de brochures

Des tables et des chaises pour les réunions B2B

Simplement des QR codes !



Foire virtuelle

Vérifications de dernière minute





Your PC ran into a problem and needs to restart. We're just collecting some error info, and then we'll restart for you.

61% complete



For more information about this issue and possible fixes, visit <http://windows.com/stopcode>

If you call a support person, give them this info:
Error Code: 0x00000000-00000000-00000000-00000000

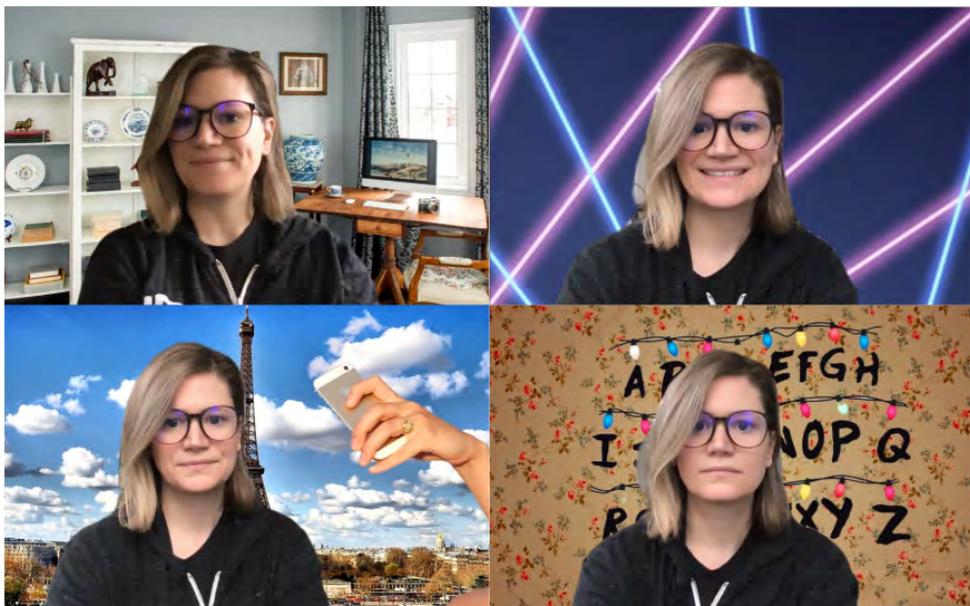
Gérer les problèmes techniques

- 2 semaines puis 1 jour avant la foire, assurez-vous que votre équipement fonctionne (ordinateur, webcam, email, accès au stand ...)
- Connectez-vous 10 minutes avant pour vérifier que tout fonctionne
- Assurez-vous que votre ordinateur est chargé à 100% et qu'il est branché
- Prévoyez un autre ordinateur ou tablette ou smartphone au cas où qui soit prêt à être utilisé en 5 secondes
- Soyez préparés à utiliser votre smartphone ou votre clé 4G au cas où votre wifi s'arrête
- Si la connection est trop lente, enlevez la vidéo et ne gardez que l'audio
- Mettez-vous dans un endroit avec une bonne connection internet

Soyez et ayez l'air professionnel lorsque vous parlez avec des acheteurs

Ne faites pas de réunion Zoom depuis votre voiture, un endroit bruyant, votre cuisine, etc.

Choisissez un arrière-plan approprié



Les arrières-plans virtuels

Les couleurs à privilégier sont les couleurs neutres, particulièrement le bleu.

Souvenez-vous que si vous voulez être pris au sérieux, faites attention à ce que vous choisissez

Gardez en tête que si vous utilisez un arrière-plan virtuel, vous devrez rester immobile à cause du halo digital qui apparaît lorsque vous bougez. La meilleure option est souvent celle du floutage.



Les questions types d'acheteurs auxquelles il faut savoir répondre

EXPORTATEUR
DE PRODUITS
FRAIS

1. Quelle qualité de produit avez-vous ?
2. Quel est votre prix FOB ?
3. Quelle quantité pouvez-vous livrer et sur combien de temps ?
4. Quel type d'emballage proposez-vous ?
5. Quelles certifications avez-vous ?
6. Comment s'effectue le transport ?
7. Quel type d'équipement et d'unité de transformation avez-vous ?
8. Qui sont vos fournisseurs ?
9. Quels clients fournissez-vous aujourd'hui ?
10. Quels sont vos moyens de paiement ?

Quel type d'équipement et d'unité de transformation avez-vous ?

EXPORTATEUR DE
PRODUITS TRANSFORMÉS

Vos unités de transformation / Certifications respectives

Comment assurez-vous la sécurité alimentaire ?

Comment assurez-vous la gestion et le maintien de la chaîne de froid ?

Vos capacités de transformation

Combien de tonnes par jour ou de conteneur par semaine ?

% actuel de votre capacité de transformation utilisé? Possibilité d'extension

Vos équipements/machines

Parlez des équipements que vous utilisez

Délai de fabrication

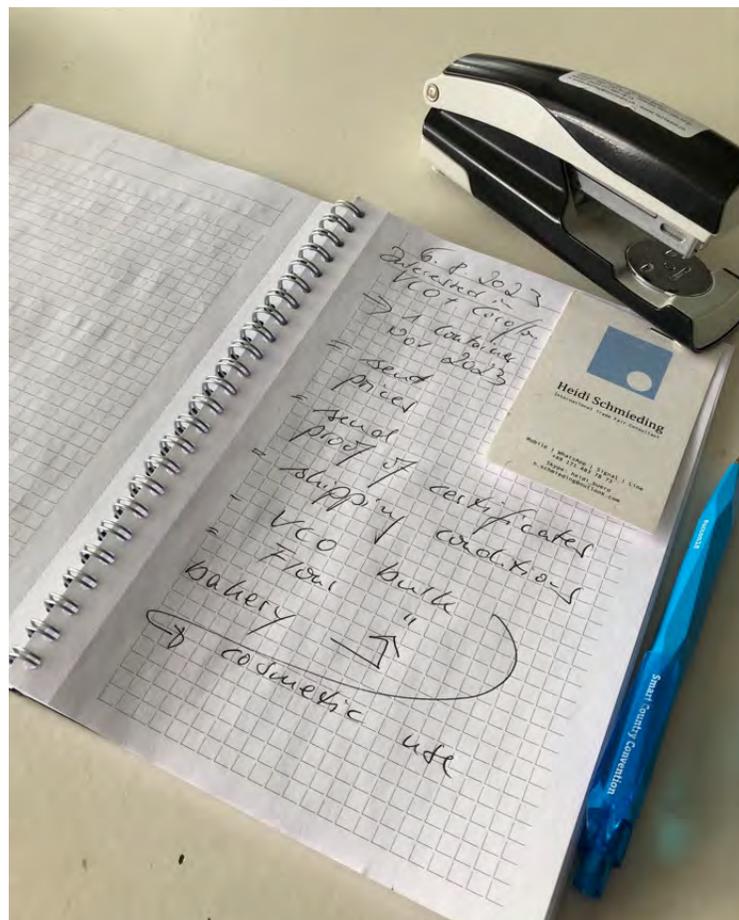
De la commande à l'emballage et l'envoi des marchandises

Pendant la foire



Pendant le salon, il y a trois façons de saisir les données

1) Votre carnet de notes



2) Fiche contact ou carnet pour noter les informations acheteurs, qui vous seront utiles pour votre suivi

FORMULAIRE DE CONTACT

Vendeur _____

Evénement **ANUGA 2019**



Carte de visite

+ Informations sur l'acheteur

Client
 Prospect

Type d'activité /

<input type="checkbox"/> Distributeur	<input type="checkbox"/> Restauration
<input type="checkbox"/> Grossiste	<input type="checkbox"/> Supermarchés
<input type="checkbox"/> Agent	<input type="checkbox"/> Re-exportateur
<input type="checkbox"/> Importateur	<input type="checkbox"/> Transformateur
<input type="checkbox"/> Autre	

Informations additionnelles _____

+ Informations obtenues lors des négociations

1. Produit _____
Quantité _____ Prix _____
Details _____

Points de livraison par avion par bateau par camion

Autres exigences techniques (analyse LRM, PPL, échelle de Brix/acide, etc.)

Exigences d'étiquetage _____

Termes et conditions de livraison, accords de paiement

Certification GlobalG.A.P. demandée Oui Non

Pendant le salon, il y a deux façons de saisir les données

3) L'application de la foire (quand elle existe)



Step 3:
Click "Scan" to begin lead scanning



Step 4:
Point phone to visitor/buyer's QR code to capture the lead

GET THE MOST OUT OF YOUR VISIT TO THAIFEX – ANUGA ASIA 2023

STEP 1

Pre-register to get your e-badge

Download THAIFEX – Anuga Asia's Mobile App

Apple App Store

Google Play Store

STEP 2

Utilise our online web app to browse the exhibitor list, compile a short list of potential partners and start connecting with them prior to the event

STEP 3

To get periodic updates on essential show information, sign up for our newsletter via <https://thaifex-anuga.com/newsletter/>

STEP 4

STEP 5

VISIT THE SHOW AT IMPACT MUANG THONG THANI, BANGKOK, THAILAND, FROM 23-27 MAY 2023!

Be Social

[@thaifexanugaasia](https://www.facebook.com/thaifexanugaasia)
[@thaifex-anuga-asia](https://line.me/tv/@thaifex-anuga-asia)

Puis-je porter les vêtements traditionnels de mon pays ?



Puis-je porter un uniforme?



Votre apparence

- Prenez en considération la géographie et la culture
 - La température
 - Les normes culturelles locales

N'hésitez pas à porter des vêtements traditionnels/nationaux

- Prenez en considération vos clients
 - Leur apparence
 - Ce qu'ils attendent de votre apparence
- Prenez en considération votre culture de l'entreprise
 - Les normes pour votre industrie
- Assurez-vous que votre tenue soit professionnelle et que vous êtes bien préparés ET à l'aise



Les meilleures chaussures pour une foire



Pendant la foire physique

Chaque jour

- Envoyez des rappels des rendez-vous par email
- Vérifiez les choses à faire avec votre check list
- Vérifiez que votre équipement technique fonctionne

Pendant les réunions (sans et avec rendez-vous)

- Soyez pro-actif sur votre stand
- Soyez préparé à tout
- Offrez à boire/à manger
- Ecoutez, soyez patient et créatif
- Donnez des réponses justes et adaptées
- Ne faites pas de réunions trop longues, vos clients ont un temps limité
- Échangez des cartes de visite
- Expliquez les prochaines étapes
- Offrez des récompenses, si disponibles
- Protocole de vente et Gestion de la relation client après chaque contact, donnez des repères pour les relances nécessaires

Des rencontres préétablies ou reposant uniquement sur les visites spontanées de votre stand pendant la foire ?

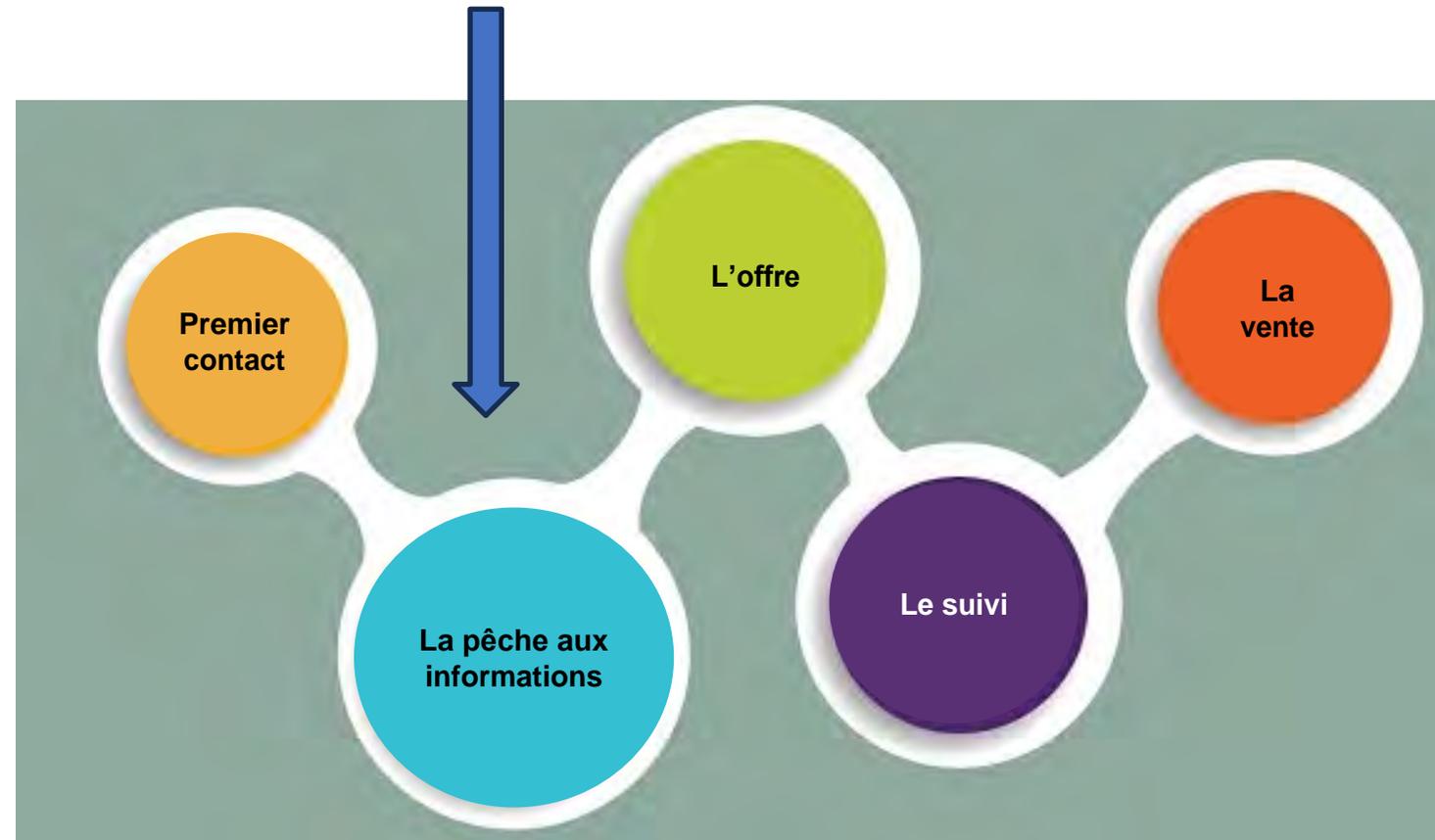
Rencontres préétablies?

- Avec des prospects
- Avec de nouveaux clients
- Avec les clients existants
- Avec d'anciens clients
- Avec les fournisseurs d'intrants/machines

Le type de visites spontanées de votre stand que vous rencontrerez

- **Potentiels clients**
- Fournisseurs
- Force de vente de machines
- Force de vente d'intrants
- Presse spécialisée
- Concurrents
- Autres organisateurs de foires

Votre temps est précieux
Quand couper court à une conversation?



Faites attention aux détails / quand couper court à une conversation?

Le visiteur

- N'a pas de cartes de visite.
- Son entreprise n'a pas de site web.
- Pas de brochure ni de QR code à afficher sur l'entreprise.

Faites attention au type de questions qu'il va vous poser.

- Sur un marché exigeant (UE etc.), il ne pose pas de questions sur la certification? Il ne vous demande pas comment vous contrôlez votre traçabilité ?
- Il veut acheter 10 conteneurs tout de suite (soyons prudents, une étape à la fois!).
- Il doit pouvoir vous dire où vont vos marchandises (c'est-à-dire quel type de clients (marché final)).
- Il n'a pas de description spécifique des produits qu'il veut importer.
- Le type de conditions de paiement qu'il demande : le risque en vaut-il la peine?
- Il dit qu'il a acheté des marchandises similaires de votre pays plusieurs fois auparavant, mais ne connaît pas le délai / ni la logistique pour que vos marchandises lui parviennent (nombre de jours par mer, aéroport d'importation, etc.) ou votre saison d'exportation (si des produits frais).
- Il souhaite que vous lui donniez un prix fixe tout de suite sans vous donner les informations nécessaires pour le faire (volume, emballage, logistique, conditions de paiement, pas d'incoterms donnés, tests qualité obligatoires à faire etc.).



Les choses à éviter pendant une foire

- Ne vous endormez pas sur la table de votre stand
- Ne laissez pas votre stand vide ou inhabité
- Evitez de parler avec vos collègues au lieu de tenir le stand
- Evitez d'occuper les tables vides de votre stand et permettez plutôt aux acheteurs de s'asseoir et de discuter
- Evitez d'être au téléphone et faites attention à la circulation des gens dans le salon
- N'oubliez pas de prendre des notes
- Ayez un code vestimentaire approprié



- Ne mettez en avant que les produits que vous vendez
- Evitez de manger/de laisser des déchets ou des bouteilles vides sur le stand



Pensez au design
de votre stand et
soyez présent !

Allez espionner la concurrence

-

Apprenez de vos concurrents

- Consultez la liste des exposants AVANT la foire, dressez une liste de vos concurrents.
- Visitez ou voyez simplement d'autres stands
- Prenez des photos des bonnes pratiques en matière de conception de stand, d'exposition, d'emballage, de décoration, de matériel de marketing, de cartes de visite, de conception graphique, etc.
- Visitez des fournisseurs (potentiels) Rendez visite à des acheteurs (potentiels)



Pendant la foire physique

Après chaque jour de foire

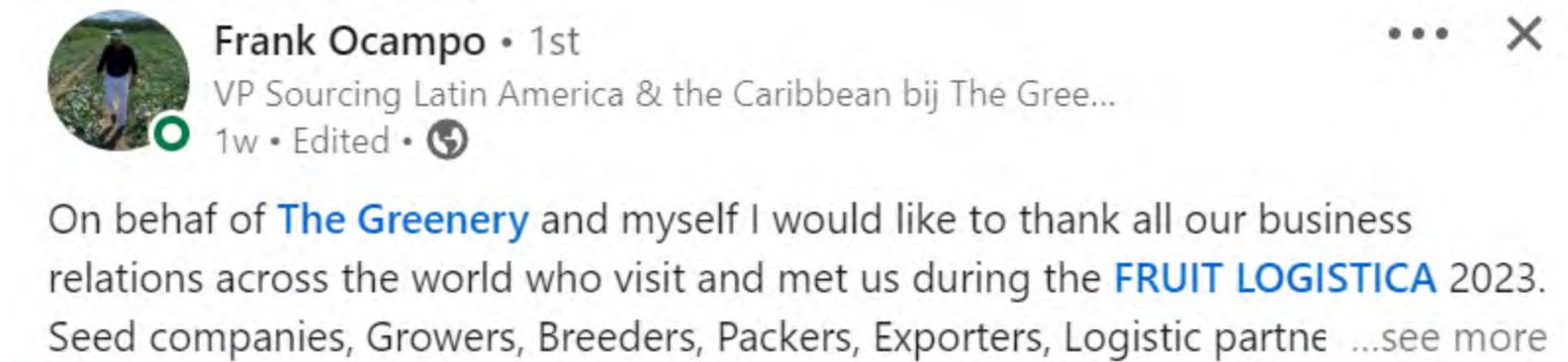
- Prenez les rapports de vente et tous vos appareils connectés avec vous à l'hôtel
- Rejoignez des collègues ou/et des clients pour le dîner

Une fois que la foire physique est terminée

- Organisez le démontage du stand si nécessaire
- Vérifiez que le stand soit vide
- Organisez le retour des expositions



Maintenez la
présence sociale
pendant et après la
foire.
Continuez à poster !





Chapitre 5

Le suivi

Garder fidèle un client existant coûte 8 fois moins cher que d'en trouver un nouveau!

Taux de survie des prospects export

- Commencez avec 10 contacts
- Après 2 ans, seulement 25% sont actives
- **Après 4 ans, seulement 10% sont actifs (seulement 1 !)**

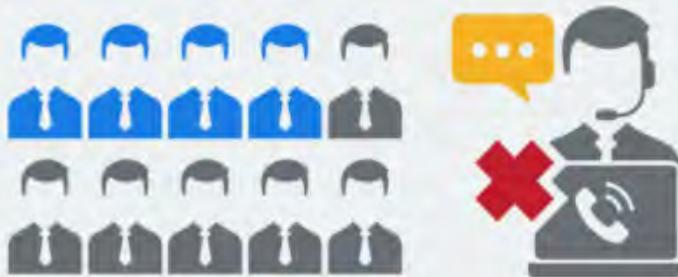
C'est un
marathon,
pas un
sprint



Le suivi post-foire : des statistiques similaires pour les foires physiques et virtuelles

L'importance de relancer après une vente

Statistiques et tendances



48%

des vendeurs ne font jamais de suivi

COMMENT FAIRE SON SUIVI

- 1 Soyez cohérent
- 2 Choisissez la bonne fréquence
- 3 Choisissez les bons canaux
- 4 Ajoutez de la plus-value
- 5 Restez bref
- 6 Divisez vos pistes

Le suivi : Les prochaines étapes

Chez vous, après la foire

- Faites votre travail de suivi. Rappelez à vos collègues de le faire aussi.
- Vérifiez toutes vos factures. Effectuez vos derniers paiements. Finalisez le budget.

Débrief

- avec votre équipe
- avec le constructeur du stand
- avec l'organisateur de la foire, les représentants du commerce

Prévoyez la prochaine foire

- Réservez votre stand pour la prochaine édition de la foire, utilisez les promotions Super Early Bird
- Réservez votre hôtel pour la prochaine édition de la foire

Créer une base de données clients/prospects/contacts? Ca fonctionne !

From: Mabel Zhuang <mabel@mzmc.com.cn>
Sent: 18 November 2022 19:08
To: Frederine Derlot <derlot@intracen.org>
Cc: naropa@mzmc.com.cn
Subject: Re: contact from Fruit Logistica

You don't often get email from mabel@mzmc.com.cn. Learn why this is important

Hi, Frederine,

It was nice to meet with you at the recent AFL at the US Blueberry Booth. **I double checked my email and found that we have actually talked before.**

Again we have done two research projects for SEA fruits entering to China market for GIZ in the past.

In case we could be of any help to your research projects in China as well as in Asia, please do let us know, thanks.

Mabel

Mabel Zhuang
Managing Director

庄晓青
执行总监

Mob. +86 13331836502



M.Z. Marketing Communications

Suite 20D, 257 Siping Road 上海美农商务咨询有限公司
Shanghai 200081, China 上海市虹口区四平路257号
Tel. +86 21 6521 6751 永融企业中心20D, 200081
www.mzmc.com.cn

To-do list pour le suivi des clients 2 à 7 jours après la foire

2-3 jours après l'événement

- Envoyez un e-mail de remerciement individuel à tous les visiteurs. Personnalisez autant que possible.
- Mentionnez le calendrier des prochaines étapes, si cela convient à l'intérêt du prospect.
- Envoyez les informations et les documents requis. Par exemple, les matériaux: prix, flyer du produit avec description technique, certificats de certification tels que la qualité, l'emballage à utiliser, les exigences d'étiquetage.
- Publiez un « Show highlights » sur votre blog et partagez-le sur les médias sociaux



Only 5% of sellers say sending bulk emails is effective.

Anuga Follow Up



Antonio Juan Ramirez <aramirez@ecoworldimpc

To



06/12/2023

- This sender aramirez@ecoworldimport.com is from outside your organization.
- Follow up. Start by 07 December 2023. Due by 07 December 2023.
If there are problems with how this message is displayed, click here to view it in a web browser.

Enterprise Vault

You don't often get email from aramirez@ecoworldimport.com. [Learn why this is important](#)

Hi

We got your information from Anuga promotional board..

We are looking for new vendors to meet our customer needs, as we are a major importer /distributor to major customers in the EU and US markets,with over 54 Trucks annually.

Kindly direct our inquiry to your applicable sales team to send us your company catalog, availability/lead time.

I request for your kind cooperation.

Thank you,

Antonio Ramirez
Ecoworld Import Group

Director
O: (530) 671-4577

2024 - Quali saranno i cambiamenti disturbanti portati dalla tecnolo



News By Host.it <no-reply@host.it>

To Frederine Derlot



15

- This sender no-reply@host.it is from outside your organization.
- If there are problems with how this message is displayed, click here to view it in a web browser.

Enterprise Vault

Translate message to: English | Never translate from: Italian | [Translation preferences](#)

Le cose brutte che ci aspettano nel 2024!

L'anno nuovo ci prospetta tantissime novità, forse è meglio prepararci!

Guardando il video scopriremo che **"non tutti i mali vengono per nuocere"**.

Il tanto sbandierato: **"L'intelligenza artificiale farà perdere il posto di lavoro"** sarà vero?

Ci **innamoreremo di una AI** dimenticandoci delle nostre compagne/compagni?

Nel 2024 l'immagine di Fantozzi che abbraccia la televisione mentre la Pina lo guarda sconcertato, sarà sostituita da un una concitata chat?

Questo video è solo un pensiero ad alta voce che speriamo si trasformi in: **"me l'avevano detto!"**.

Buon 2024!

Exemple d'un bon e-mail de suivi

Hello Ms. Frederine Derlot

It was our pleasure receiving you at our Booth last week at Fruit Logistica Berlin 2023.

We appreciate your visit and it is our pleasure to follow on your requirements and seek to develop our potential collaboration to a win-win ongoing Business relationship.

We appreciate very much if you can help us with the following:

- 1- The Date variety required: Medjool, Barhee, Siwy, Saeedy, others....
- 2- The packaging required:
 - a. Haggan Group Brands: "Altamra" and "Altamoura". For additional information about the brands and the products, kindly visit our products websites: www.altamra.net and www.altamoura.com.
 - b. Unlabeled 1 kg or 5kg boxes
- 1- Would you prefer the packs to be labeled? unlabeled? or with a private label?
- 2- The quantities required form each SKU for now and, if possible, the year plan.
- 3- Kindly help us understand the preferred Incoterms for you: C&F at port or airport? Sea freight or air freight? Which port or airport?

Looking forward to receive from you

Thank you

Regards

Khaled El-Hagan

Founder & CEO

Haggan Group

www.haggangroup.com

M: +2012-2210-5631

Chairman, Date Palm Committee

Agriculture Export Council (AEC)

www.aeegypt.com



Haggan Group
Hall 26 A74

Fruit Logistica Berlin 2023



1. Remerciements
2. Lieu de rencontre
3. Description du produit,
4. Se réfère à leur site Web pour plus d'informations,
5. Emballage
6. Image de marque/marque privée,
7. Volumes
8. Incoterms,
9. Logistique
10. Informations de contact claires,
11. Rappel du lieu de rencontre (foire),
12. Logo de l'entreprise

To-do list pour le suivi des contacts

**8 jours à 6 mois
après la foire**



- Poursuivre le suivi
- Rendre éventuellement visite au client.
- Invitez-le à une inspection sur site dans votre entreprise
- Développez la relation et rappelez-lui votre présence et votre offre
- Tenez-le informé de votre saison d'exportation
- Fixez des rendez-vous lors de la prochaine manifestation commerciale
- Envoyer des vœux pour la nouvelle année (attention aux différences culturelles)
- Mesurez le retour sur investissement de l'événement à 6 mois, 12 mois...



Des exemples sur la façon de rester en contact?

Tous les prétextes sont bons !

Noël,
anniversaire,
début de la saison d'exportation,
nouveau produit,
nouveau partenariat,
nouvelle station de conditionnement
etc.

Happy New Year - AgroLands Trading - Frozen Fruits and Vegetables



You don't often get email from export@agrolandsegy.com. [Learn why this is important](#)

Dears

Warm greetings and best wishes for a joyous and prosperous New Year!

As we bid farewell to the old year.

At **AgroLands Trading** Company, we believe that the start of a new year brings forth fresh opportunities and exciting possibilities.

As we embark on this journey, we are thrilled to invite you to explore our **Company Profile & List Of Products**.

Warm Regards,

AgroLands Export Team

AgroLands Trading Company

Mobile No.: [+201221070001](tel:+201221070001)

WhatsApp : <https://wa.me/message/QQE00Q705IDTL1>

Telephone : [+2035867444](tel:+2035867444)

Email : export@agrolandsegy.com

Website : www.agrolandsegy.com

Address : 336 El-Gaish Rd, Saba Basha, Alexandria, Egypt



CONCLUSIONS

A

B

Conclusion & resources

C

Résumé des questions à se poser avant de s'inscrire à une foire

Comparer les éditions physiques de 2023 et 2022

Secteur visé ?

Qui participe à la foire sélectionnée ?

Qui sont les anciens exposants ?
(téléchargez la liste des exposants)

D'où viennent les visiteurs / les exposants ?

Quelle est votre capacité d'exportation ?

Quel est le segment de marché que vous visez ?

Problèmes pour atteindre les marchés internationaux ?

Identifiez les frais (Nombre autorisé de participants par stand, etc). Effectuez une analyse de coût / bénéfice

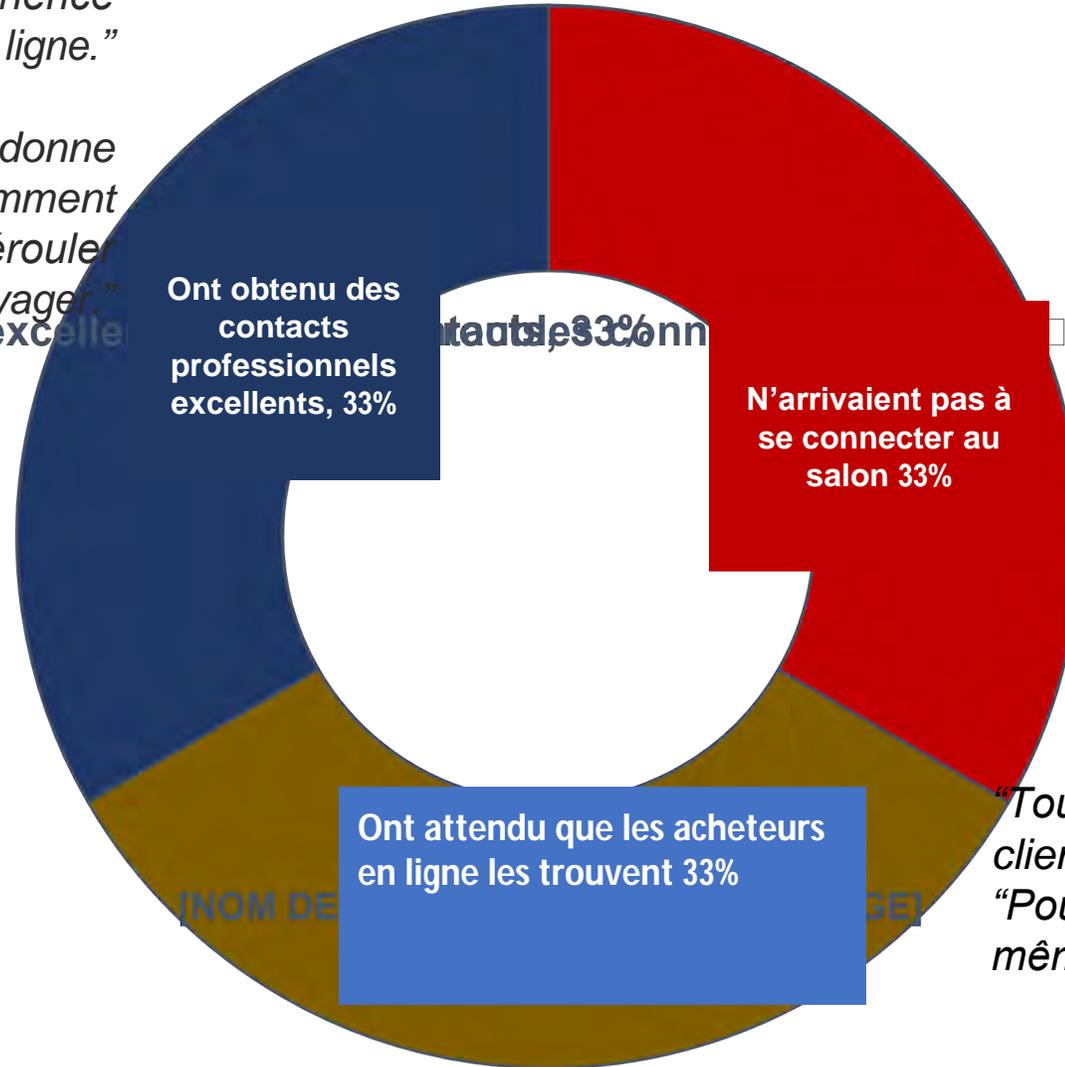
Combien de temps avez-vous pour vous préparer ? (institution et exportateurs)

Est-ce que je veux aller à la foire en tant qu'exposant ou visiteur ?

Les retours des exportateurs soutenus par ITC concernant suite à leur première foire virtuelle

“C’était une excellente expérience de participer à une foire en ligne.”

“Cela a vraiment changé la donne et nous a permis de voir comment les foires pouvaient se dérouler sans avoir besoin de voyager.”



“J’avais un réseau internet médiocre, ce qui m’a empêché d’assister à la plupart des activités, surtout les deux premiers jours.”

“J’ai manqué “l’happy hour” du troisième jour mais j’ai pu voir une partie de l’impressionnante cérémonie de clôture.”

“J’ai essayé autant que je pouvais de me connecter en ligne.”

*“Tout était bien sauf les interactions avec les clients potentiels”.
“Pour moi, les foires physiques restent quand même mieux”.*

Leçons retenues et implications pour le renforcement des capacités / foire virtuelle

Très bon exercice de renforcement des capacités :

Une bonne manière de préparer les nouveaux exportateurs à rencontrer les acheteurs en face à face pendant les foires physiques et de les aider à comprendre les prérequis des marchés.

Plus de formation sur les accès au marché est requise

Les exportateurs qui ont le plus profité de la foire (B2B, partenariats potentiels, etc.) étaient ceux qui avaient la meilleure présence en ligne avant et après la foire.

Nécessité de plus de formation sur le marketing digital et sur les essentiels des réseaux sociaux afin d'avoir plus de succès en ligne

Le facteur humain est essentiel et ne peut être remplacé

Le mélange du virtuel et du physique permet un plus grand impact (renforcement des capacités d'export, connaissance du marché et B2B avec les acheteurs et relances)



15 raisons pour lesquelles les entreprises ont de mauvais résultats après une foire commerciale

1. Mauvais choix de foire
2. Ennuyeux (assurez-vous que votre stand / vos produits se démarquent de la foule)
3. Pas de message clair
4. Supposer que les acheteurs vous connaissent
5. Pas de stratégie claire, ni d'objectifs
6. Aucune définition du public cible
7. Pas de promotion avant l'événement
8. Mauvaise première impression
9. Échantillons absents ou non représentatifs
10. Refus d'utiliser les réseaux sociaux
11. Mauvaises personnes sur le stand
12. Aucun suivi
13. Pas d'évaluation après la foire

Comment mesurez-vous le succès d'une participation à une foire?

- Nombre de participants
- Analyse des réseaux sociaux
- Acquisition de prospects
- Vente sur place
- Revenus générés
- Nouveau type de clients
- Diversification des exportations réalisées
- Lancement d'un nouveau produit
- Une plus grande publicité pour votre entreprise et vos produits
- Nouveaux investisseurs rencontrés
- Nouveaux partenaires techniques rencontrés

Merci de votre attention

**It's a
Marathon
not
a Sprint.**



International Trade Centre (ITC)
Mrs Frédérine Derlot
ITC Agrofood market linkages specialist
derlot@intracen.org