

Cinq règles pour promouvoir un nouveau produit ou service lors d'un salon professionnel.

1° Rendez votre « produit » très visible

Sur votre stand le produit doit être visible. C'est donc par de grands visuels que vous aurez la meilleure accroche. On n'oubliera pas de favoriser l'intérêt par la présence d'un cartouche « nouveau ». Le produit ne doit pas être présenté uniquement par son nom puisque celui-ci n'est pas encore connu, mais pour la fonction ou le service nouveau qu'il apporte. Vous aurez ainsi accompli la première étape. La deuxième étape, la plus importante, celle qui amorcera les ventes, est de convaincre des qualités du produit ou du service nouveau. Ce sera le travail des commerciaux et d'un nouvel outil précieux.

2° Utilisez les techniques audiovisuelles pour convaincre

Pour être convaincants, vos commerciaux peuvent désormais compter sur une aide à la vente interactive. Destiné à faire des petites présentations de 5 à 10 min, le clip interactif pour l'aide à la vente (CIPAV) est un outil destiné à être projeté sur un ordinateur portable ou sur un grand moniteur vidéo.

Le principe : engager un dialogue avec le ou les visiteurs, poser des questions pour connaître les motivations et argumenter à l'aide des visuels et des démonstrations contenues dans le CIPAV. Le présentateur n'a qu'à cliquer sur les gros boutons présents à l'écran pour naviguer dans la présentation en fonction des réponses. Il a sous les doigts et devant les yeux tous les arguments pour convaincre. Il peut utiliser la force des visuels qui rendent plus facile une démonstration (un petit schéma vaut toujours mieux qu'un long discours...).

De petites nouveautés qui font une grosse différence

Le principe du CIPAV est le dialogue (par opposition au monologue). Le présentateur pose des questions à son visiteur et ne lui assène pas une démonstration. **La qualité d'écoute est supérieure.** Un CIPAV contient au minimum deux pages de navigation qui imposent ce dialogue.

Le CIPAV est d'un **emploi très aisé**. Il est conçu pour une utilisation en situation de dialogue « terrain ». La navigation est intuitive. Un clic et il s'ouvre en mode plein écran, sans logiciel spécifique.

Le CIPAV, est silencieux : c'est le présentateur qui parle et qui garde la maîtrise de l'échange. C'est un **produit confortable** dans le brouhaha d'un salon.

Le produit est de plus **très polyvalent**, car s'il est utilisable lors d'un salon professionnel, il est surtout destiné aux vendeurs dans leur travail quotidien de négociation. Le petit investissement s'amortit sur les nombreuses ventes auxquelles il participe activement.

[Pour en savoir plus sur le CIPAV](#)

3° Laisser une trace de votre argumentation à vos visiteurs

Après l'entretien, laissez une documentation commerciale (type argumentaire), à votre visiteur. Il en a besoin pour réfléchir et prendre sa décision d'achat.

4° Prenez note des coordonnées de vos visiteurs intéressants.

Le carnet de salon dans lequel les contacts sont consignés est indispensable. Prenez soin de noter adresses et coordonnées téléphoniques (ligne directe, portable...) ou adresse mail.

5° Assurer un suivi rigoureux des contacts.

Les contacts de salon doivent faire l'objet de relance et d'un contrôle par la direction commerciale. C'est la clé du succès.