

— 02

# LA CONCEPTION D'UN STAND





# — Édito

Permettez-moi une nouvelle fois de vous remercier d'avoir téléchargé ce guide complet pour réussir et surtout rentabiliser votre présence dans un salon.

Depuis 2009, entouré d'une équipe talentueuse, nous accompagnons des entreprises de toutes tailles, de tous secteurs d'activités, pour optimiser leurs présences dans des salons en France et à travers le monde. Chaque salon, chaque client, représente une opportunité de démontrer notre créativité; notre activité ne connaît pas la routine.

Fort de cette expérience, nous souhaitons résumer pour vous dans ces quelques pages les éléments qui semblent indispensables pour réussir son salon.

Nous y abordons évidemment la création du stand, mais surtout l'ensemble des animations et notamment la digitalisation de votre espace, qui vont marquer l'esprit des visiteurs que vous rencontrerez.

Bonne lecture, nous restons à votre disposition pour toute demande d'information et l'étude de votre projet,

À très bientôt,

**Yoann Rocher**

Fondateur et directeur de R2 Stand & Event

**[hello@r2stand-event.com](mailto:hello@r2stand-event.com)**

**— SUIVEZ-NOUS SUR  
LES RÉSEAUX SOCIAUX**

# — Les étapes de la création d'un stand personnalisé

**La création d'un stand nécessite plusieurs étapes pour arriver à un résultat optimal et conforme à vos attentes.**

**À R2 Stand & Event, notre process est le suivant :**

**1.**

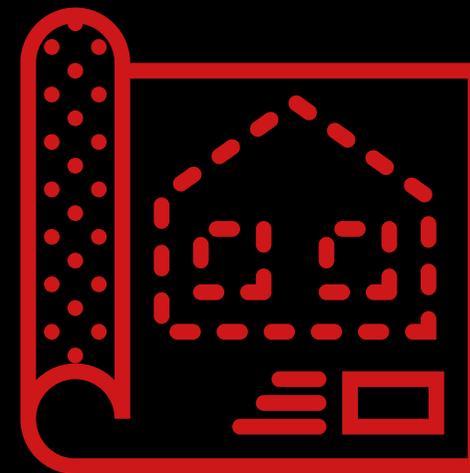
Nous nous rencontrons. Cet échange nous permet de répondre à des questions importantes et nécessaires pour élaborer le design adapté à vos enjeux. Quelles sont les cibles? Quels messages voulez-vous délivrer? Quel est le budget alloué à cette opération? Et bien d'autres...

**2.**

Nous réalisons ensemble votre cahier des charges en fonction de nos échanges.

**3.**

Notre bureau d'études, composé d'un directeur artistique, d'un concepteur 3d et d'un chef de projet, élabore le design du stand, la conception de vos visuels et l'approche budgétaire..



## 4.

Nous validons ensemble les propositions. Nous les optimisons si nécessaire jusqu'à votre validation finale.

## 5.

Une fois tous ces éléments validés, nous fabriquons votre stand personnalisé. Nos menuisiers, électriciens, tapissiers, imprimeurs, monteurs réalisent tous les éléments de votre futur espace de démonstration et d'accueil au sein de nos ateliers.

## 6.

La logistique de votre stand : nous nous occupons avec vous, de tout le process (transport, montage, exploitation, démontage, stockage). Toujours en étroite collaboration avec vos équipes.



## — STAND HUAWEI

R2 Stand & Event accompagne lors du Salon de la Photo à Paris Porte de Versailles HUAWEI dans la conception et réalisation de leur stand sur mesure de 84 m<sup>2</sup>.

# — Guide pour optimiser sa présence en 7 points

## 1. L'emplacement du stand

Outre le fait d'avoir un stand des plus attractifs et accueillant, il est essentiel d'y avoir du trafic. Pour ce faire, il est un point à ne pas négliger lorsque l'on participe à un salon : l'emplacement de son stand.

**Plusieurs critères sont à prendre en compte lorsque vous choisissez votre espace :**

**Le voisinage :** pensez toujours que le monde attire le monde et que les endroits déserts sont synonymes de lieux à éviter pour le public. Par conséquent, si vous le pouvez, renseignez-vous sur les occupants des stands voisins. Si vous êtes placé près d'une entreprise très cotée, vous avez plus de chance que ce public vienne à votre rencontre.

**Les zones d'affluence :** certains espaces permettent une meilleure visibilité que d'autres. Si vous êtes installé près d'une zone d'animation ou de conférences, vous aurez plus de chance que votre stand soit vu et que vos futurs clients vous abordent.

**Les zones à éviter :** il en va de même pour certains endroits où le visiteur ne se rend jamais ou peu, car ils sont situés tout au fond du salon ou bien à côté d'un espace de repos.

Lors de votre inscription au salon, n'hésitez pas à demander le plan du site. Renseignez-vous sur les différentes zones qu'il comporte avant de choisir votre emplacement. Généralement, l'organisateur vous communiquera deux ou trois disponibilités.

N'hésitez pas à solliciter l'opinion de votre agence de design de stand avant de vous décider et de confirmer votre espace, voire lui laisser l'entière responsabilité de cet étape.

## 2. L'esthétisme, vecteur de création de trafic sur votre stand

Nous venons de voir que l'emplacement stratégique de votre stand influencera sur l'approche de vos clients potentiels. Cependant, cela ne suffit pas à les faire venir jusqu'à vous.

Votre stand est votre meilleur outil de communication lors de vos salons. C'est le reflet de votre entreprise, de votre marque. Il est donc nécessaire que la mise en scène de vos produits soit des plus attractives et des plus efficaces.

D'expérience, nous savons que l'esthétisme global de votre stand doit être pensé pour que les personnes qui s'y arrêtent et qui viennent à votre rencontre, s'y sentent « comme à la maison ». C'est une évidence : un stand judicieusement élaboré, arborant les couleurs de votre entreprise, est un atout majeur.

Tout en montrant votre professionnalisme, votre espace doit être avenant, accueillant, pensé pour le client « customer-oriented », tout en délivrant votre message et en mettant en valeur votre savoir-faire.

Un design tendance et moderne, à la pointe des dernières technologies, un espace optimisé pour attirer et inviter les clients à la découverte de vos produits, c'est ce que nous vous proposons.

Une expérience client réussie passe par un environnement et une présence le mettant en confiance.

### **3. Les animations sur stand : optimiser l'expérience des visiteurs**

Un bel espace, au bon endroit sont, nous l'avons souligné, quelques clés pour la réussite de votre salon. Mais votre but n'est pas que votre visiteur vienne seulement vous rendre visite ! Vous êtes là pour vous faire connaître et faire des affaires. Il est donc essentiel que la visite soit inoubliable pour votre prospect.

Pour cela, rien de mieux que d'animer votre stand.

Un client qui est actif sur votre stand, est un client qui se souviendra de vous, de votre marque, et reviendra vers vous dès qu'il en aura besoin. Parce que de nos jours, une simple plaquette explicative ne suffit plus pour intéresser le public, il vous faut élaborer d'autres stratégies.

Nous vous aidons à mettre en place tout un éventail d'opérations de création de trafic (parcours client interactif, expérience visiteur digitalisée, showcases vidéos) qui vous aidera à valoriser vos produits et services.

Plus l'opération de création de trafic sera pertinente, plus votre potentiel de transformation des visiteurs-prospects en clients fermes sera élevé.

### **4. Travailler l'accueil des visiteurs, démontrez votre valeur ajoutée avec un pitch efficace**

Accueillir des visiteurs ne se résume pas à quelques phrases banales, telles que « Souhaitez-vous une présentation de notre offre ? "Vous avez seulement quelques minutes pour montrer que celle-ci est pertinente, qu'elle répond à une vraie problématique.

Avec un pitch bien travaillé, vous démontrez ainsi votre valeur ajoutée, et laisserez assurément un agréable souvenir auprès de vos visiteurs, qui auront une raison supplémentaire pour revenir vers vous.

#### **Voici quelques conseils pour créer un pitch efficace et convaincant :**

Commencer par créer du lien, une base commune entre vous, votre projet et votre public. Partez de ce qu'il connaît, pour l'amener progressivement vers la suite de votre pitch.

Identifier les besoins de votre visiteur, apportez une réponse, en vous appuyant sur les produits et services de votre entreprise, illustrez vos propos par les outils présent sur votre stand (démonstration produits, maquettes, vidéos et 3D...)

Votre aisance relationnelle, une bonne préparation au préalable, la connaissance et la maîtrise des outils présents sur votre stand sont les pré-requis.

Le stand est un formidable vecteur commercial, garant de vos futurs succès. Appuyez-vous sur lui. Usez et abusez de son potentiel.

## 5. Collecter aujourd'hui les informations de vos visiteurs pour construire votre business de demain

Collecter les informations de vos visiteurs est l'une des choses primordiales à réaliser, lorsque vous participez à un salon. En effet, cela va vous permettre d'analyser après coup votre audience et de construire vos prochaines actions commerciales.

Le deuxième point important est de faire évoluer votre liste de prospects. C'est un outil indispensable pour fidéliser vos clients et leur annoncer vos prochains événements, vos offres promotionnelles, vos nouveautés, en conformité avec la GAPD.

## 6. Mais comment récolter ces informations ?

Il existe plusieurs moyens de collecter ces données.

Toutes les opérations de trafic sont adaptées à la collecte d'information sur les visiteurs. Quizz interactif, jeu-concours, démonstrations participatives, du plus ludique au plus sérieux, de nombreux formats existent. R2 Stand & Event vous conseille et vous accompagne.

## 7. Les cadeaux pub prolongeront l'expérience

Votre stand a attiré les visiteurs, vos carnets de commandes sont en cours de remplissage, votre planning s'étoffe, c'est très bien. Mais que faites-vous de tous ceux qui n'ont pas encore concrétisé et qui pourtant, ont montré beaucoup d'intérêt pour vos activités ?

Pour fidéliser les uns et ne pas se faire oublier des autres, misez sur le petit plus qui poursuivra l'expérience post salon. L'objet promotionnel et publicitaire permet de maintenir le lien. Votre marque accompagne votre prospect hors salon, sur son bureau, dans sa poche, dans sa voiture...



 | HUTCHINSON®

 | HUTCHINSON®

ITALY  
 ONTE

— **STAND HUTCHINSON**

Salon AUTOMECHANIKA Francfort,  
HUTCHINSON confie à  
R2 Stand & Event la création  
de son stand sur mesure.



**Stand, Event, Communication**

26, rue de l'Orillon  
75011 Paris - France  
Tél: +331 46 999 260

[www.r2-stand.com](http://www.r2-stand.com)  
[www.r2-agencement.com](http://www.r2-agencement.com)  
[www.r2-event.com](http://www.r2-event.com)

— SUIVEZ-NOUS SUR  
LES RÉSEAUX SOCIAUX