

Les foires commerciales : *un excellent outil de vente*

Pourquoi y participer ?

Pour une entreprise bien établie, la foire commerciale constitue un excellent outil de promotion et de vente. Pour le nouveau venu sur le marché, elle permet :

- de prendre connaissance de ce qui se vend dans le domaine des produits de l'automobile;
- de bien connaître le marché, les concurrents et les acheteurs;
- de se choisir des représentants; et
- d'affirmer sa présence sur le marché.

Bien planifiée et bien annoncée, la foire commerciale constitue l'outil de promotion et de vente le plus rentable puisqu'elle rassemble les vendeurs et les acheteurs intéressés par un même produit.

La foire commerciale ressemble un peu à un marché ou à un souk en ce sens qu'on peut s'y déplacer à souhait, regarder, toucher et comparer les diverses marques d'un même produit.

Les foires commerciales attirent essentiellement les entreprises de la région où elle se tient, même si des sociétés étrangères y exposent leurs produits. Ces foires reçoivent entre 500 et 100 000 visiteurs et parfois plus.

La rentabilité

La foire commerciale maximise vos efforts de commercialisation. En effet, dans une foire

commerciale, vous pouvez facilement faire entre quatre et six présentations de votre produit par heure à une clientèle triée sur le volet qui s'est libérée du téléphone et des mille et une occupations du bureau et a payé les frais d'entrée pour voir votre gamme de produits.

D'après nos évaluations, il coûte au bas mot 6 000 \$ US pour participer à une foire de trois jours à New York et passer deux journées de suivi. Même si au premier abord ce montant peut paraître exorbitant, il est apparu, à la lumière des renseignements obtenus par des sondages auprès de participants, qu'on peut facilement effectuer quatre ventes pour le prix d'une seule qu'il aurait fallu de plus faire précéder d'appels téléphoniques et de visites à des clients virtuels.

Quelques conseils pour y réussir

Les préparatifs

- Réservez votre stand longtemps à l'avance pour vous assurer un emplacement de choix. Dans la mesure du possible, choisissez un emplacement situé en bordure d'une allée très passante comme, par exemple, à proximité de l'entrée ou de la sortie, d'un restaurant, d'une aire de repos ou près d'un exposant prestigieux. Inscrivez votre nom sur une liste d'attente au cas où les meilleurs emplacements se libéreraient.