

N°1
DEPUIS
30 ANS

RÉNOVATION . DÉCORATION
AMÉNAGEMENT EXTÉRIEUR



SALON NATIONAL DE
L'HABITATION



CE QUE VOUS DEVRIEZ SAVOIR AVANT VOTRE SALON!

Résultats de recherche et petits conseils pour vous aider à maximiser votre expérience au salon de l'habitation

Alors que vous en êtes aux étapes finales de préparation pour votre salon de l'habitation, nous voulions partager avec vous des résultats clés de recherche et de petits conseils qui, nous l'espérons, sauront vous aider à améliorer votre expérience au Salon (ainsi que votre rendement sur le capital investi).

QUESTIONS :

514-527-9221
Ou

Bureau du promoteur
Du 20 au 29 mars
514-397-4800

Le Salon national
de l'habitation

Nathalie Paquette
npaquette@expomediainc.com

Emmanuelle Bonneau
ebonneau@expomediainc.com

Marie-Eve Jalbert
mejalbum@expomediainc.com

Saviez-vous que...

La visite de votre site Web constitue le moyen le plus utilisé par les participants pour faire un suivi auprès des exposants après le salon?

- Assurez-vous que votre site est à jour et prêt à les recevoir.
- Assurez-vous que votre adresse Web figure sur les documents distribués au Salon
- Affichez un message sur votre site indiquant votre présence à l'exposition et laissez-le en place après ce dernier (afin que les visiteurs sachent qu'ils se trouvent sur le bon site).
- Songez à prolonger l'offre spéciale offerte pendant le salon pendant quelques jours après la fin de l'événement.
- Incluez un code promotionnel spécial dans les renseignements distribués pendant le salon afin de pouvoir assurer le suivi des visiteurs qui consultent votre site après l'exposition.

La liste des exposants fait partie des quatre pages les plus lues sur le site Web du salon et 77 % des visiteurs visitent nos sites avant l'exposition.

- Faites-nous parvenir le nom de votre entreprise comme vous voulez qu'il apparaisse sur notre site.
- Demandez à votre représentant comment obtenir un lien vers votre site ou une bannière publicitaire.

Les nouveaux produits constituent l'une des principales raisons pour lesquelles les gens viennent à nos salons.

- Si vous avez un nouveau produit, assurez-vous de le placer à un endroit bien visible.
- Assurez-vous que vos affiches sont en caractères gras et qu'elles mentionnent clairement le nouveau produit.
- Discutez avec votre représentant de la possibilité de placer votre produit sur une scène, dans une pièce conçue par un designer, dans la maison de rêve, dans une vitrine de nouveaux produits.

Les visiteurs veulent acheter!

Les sondages effectués à notre salon révèlent que :

- 90 % des visiteurs sont des propriétaires dont le revenu du ménage moyen s'élève à 93 000 \$;
- 96 % des visiteurs planifient un projet;
- 82 % des visiteurs prévoient effectuer des travaux de rénovation;
- 76 % des visiteurs prévoient acheter un produit d'un exposant au salon ou au cours des six prochains mois;

salonnationalhabitation.com

- 28 % des visiteurs vont dépenser plus de 5 000 \$ chez un exposant à notre salon;
- 16 % des visiteurs vont dépenser plus de 10 000 \$ chez un exposant à notre salon;
- 73 % des visiteurs ont accordé une note variant de bon à excellent au salon;
- 51 % des visiteurs n'ont pas visité d'autre salon d'habitation dans la dernière année. Si vous participez à plusieurs salons, vous serez assuré d'atteindre de nouveaux clients à notre salon.
- 36 % des visiteurs de l'année dernière venaient au salon pour la première fois.
Pour entamer une conversation, vous pouvez leur demander s'il s'agit de leur première visite au salon.

QUESTIONS :

514-527-9221
Ou

Bureau du promoteur
Du 20 au 29 mars
514-397-4800

Le Salon national
de l'habitation

Nathalie Paquette
npaquette@expomediainc.com

Emmanuelle Bonneau
ebonneau@expomediainc.com

Marie-Eve Jalbert
mejalbum@expomediainc.com

Autres petits conseils cohérents pour les exposants

Dans un salon de l'habitation moyen, on compte moins de cinq personnes travaillant à un kiosque. Peu importe le nombre de personnes dans les allées, cela signifie qu'en moyenne, la plupart des exposants ne peuvent parler qu'à cinq visiteurs à la fois. Donc, n'abandonnez pas la partie lorsque le nombre de visiteurs diminue.

Soyez prêt à rester jusqu'à la fin. Vous avez autant de chances de trouver un client potentiel une heure avant la fermeture le vendredi qu'en plein milieu de journée un samedi. En fait, plusieurs acheteurs sérieux prévoient visiter le salon pendant les moments où il n'y a pas foule.

Vous n'avez que trois secondes pour attirer l'attention des visiteurs qui passent près de vous.

- Tenez-vous devant votre kiosque (ou demandez à l'un d'entre vous de s'y poster), avez-vous clairement défini...
- qui vous êtes?
- ce que vous vendez?
- pourquoi votre entreprise est meilleure que vos concurrents?
- ce que vous attendez des visiteurs? (Achat de votre produit, prise d'un échantillon, obtention d'un prix, etc.)

Servez-vous du salon comme d'un outil de recherche.

- Demandez à vos clients de remplir un sondage à propos de votre kiosque, votre produit, votre publicité ou de leur perception de votre entreprise.
- Demandez à vos représentants de faire l'essai de présentations. Changez la présentation toutes les deux heures et faites le suivi du nombre de ventes, de commandes, de clients potentiels, etc.
jusqu'à ce que vous trouviez celle qui fonctionne le mieux.

Le fait de s'approcher d'une personne assise à une table peut s'avérer intimidant pour la plupart des visiteurs. Si vous prévoyez fournir des chaises à votre personnel du kiosque, commandez des tabourets hauts.

Ne construisez pas de « forteresses » en plaçant tous les produits volumineux à l'avant, car cela risque de causer une barrière entre vous et les visiteurs. Encouragez-les plutôt à entrer dans votre espace pour voir vos produits.

Nous savons que tenir un kiosque est épuisant, mais il y a trois éléments à éviter à tout prix pour ne pas perdre des ventes. Ne permettez pas à vos représentants de :

- manger au kiosque;
- parler au téléphone cellulaire;
- lire, jouer à des jeux vidéo portatifs ou donner l'impression de s'ennuyer.

Nous espérons que ces renseignements vous permettront d'assurer votre succès au Salon.
Veillez communiquer avec votre représentant si vous avez des questions.

Nous avons hâte de vous voir au montage!
Bon salon!