

WSN ACADEMY



Learn



Grow



Innovate

SALON READY : LE GUIDE ULTIME DE L'EXPOSANT **STRATÉGIES PROUVÉES POUR ATTIRER LES ACHETEURS LORS DES SALONS** **PROFESSIONNELS DE LA MODE**



01

AVANT LE SALON

Définir vos objectifs et vos priorités

Définir le concept et le design de votre stand

Votre kit de survie

Communiquer avant le salon

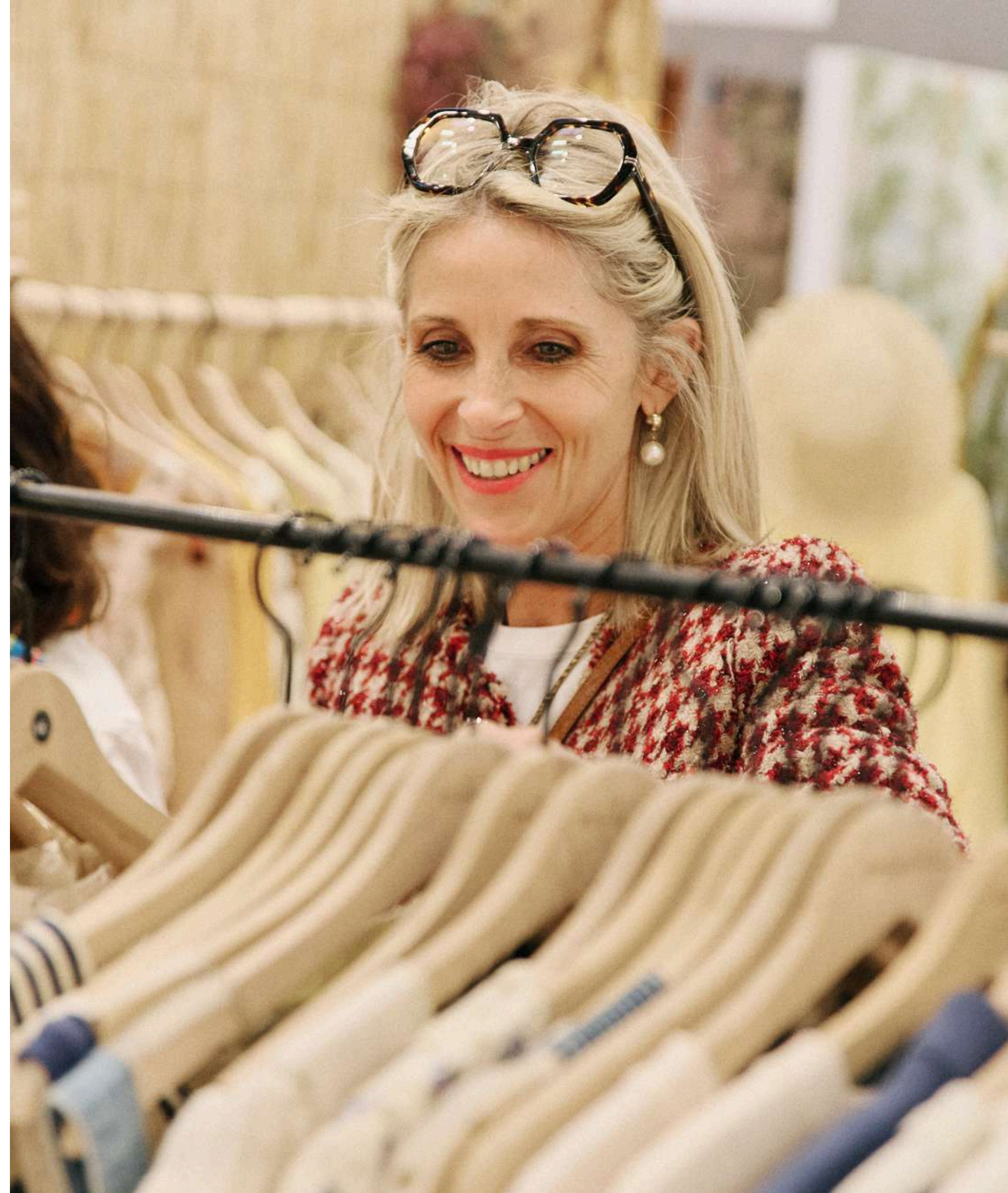


**VOUS AVEZ RÉSERVÉ VOTRE STAND AU SALON WHO'S NEXT, BIJORHCA, INTERFILIÈRE PARIS,
SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE...**

ET MAINTENANT ?

DÉFINIR VOS OBJECTIFS ET VOS PRIORITÉS

- Pourquoi vous êtes-vous inscrit pour exposer ?
- Nommez vos principaux défis actuels.
- Essayez de ne pas être trop vague !
- Assurez-vous que votre stand et le reste de votre stratégie correspondent à vos objectifs.



DEMANDEZ-VOUS :

Quel est mon
positionnement
sur le marché ?

Où mes produits
devraient-ils être
vendus ?

Qui sont mes
concurrents sur
ce marché ?

Quel est le
nombre de
commandes que
je peux produire ?

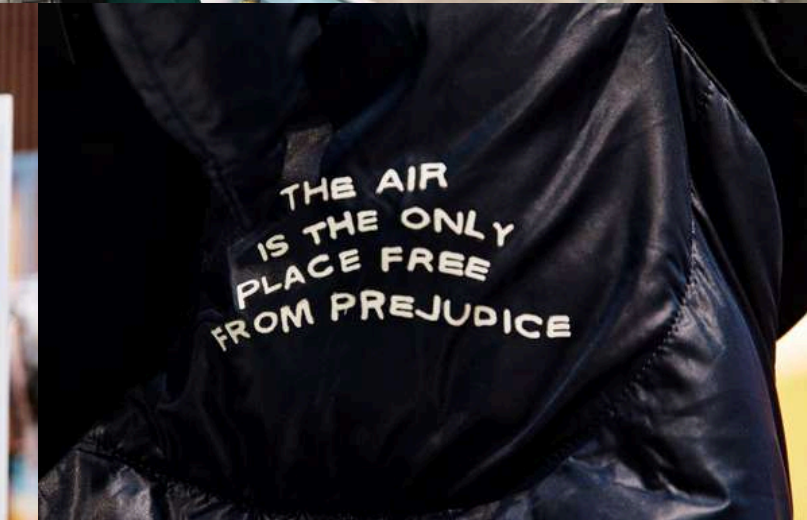
Est-ce que je
connais les coûts
d'expédition et
d'importation des
marchandises ?



VOTRE STAND EST LA PORTE OUVERTE SUR L'UNIVERS DE VOTRE MARQUE.



- Reflète-t-il l'ADN de votre marque et met-il en valeur votre collection ?
- Est-il mémorable ?

« LE COMMERCE DE DÉTAIL EST UNE QUESTION
DE DÉTAILS » : UN PETIT DÉTAIL PEUT FAIRE
TOUTE LA DIFFÉRENCE.



OFFRE PARTENAIRE

 **CODE PROMO WEB :**
FSH20

-  **-20%** valable sur dhlexpress.fr pour les expéditions vers les régions suivantes : USA, MENA, Asie, France
-  **Déposez gratuitement votre colis** dans l'un des points de dépôt partenaires (4 à proximité du salon) ou préparez votre envoi en vue de l'enlèvement programmé.

Validité : du 12 janvier 2026 au 12 février 2026

**Expédiez facilement vos échantillons,
prototypes, dessins avant et après le salon !**



WSN ACADEMY

IL EST NÉCESSAIRE D'ANNONCER VOTRE PARTICIPATION AU SALON.



POURQUOI DEVRAIS-JE CONTACTER LES ACHETEURS ET LES CLIENTS POTENTIELS ?

- Pour inviter personnellement des personnes spécifiques que vous avez ciblées pour votre marque.
- Affirmer votre présence sur le marché en présentant vos collections.
- Pour faire de votre stand un lieu de rencontre pour des collaborateurs potentiels et pour réserver des rendez-vous.



UTILISEZ NOTRE KIT PERSONNALISÉ POUR CRÉER DES INVITATIONS PERCUTANTES.

WSN ACADEMY   

Nos modèles vierges vous permettent de personnaliser vos communications avec votre **numéro de stand** et votre **logo**.

WSN media kit

LET EVERYONE KNOW YOU'RE COMING!
Create customized banners with your logo and stand number

Customized banners

Generic banners

Logos

ENTER YOUR STAND NUMBER

Enter your stand references below.

Hall Number: Stand Number:

UPLOAD YOUR LOGO

Upload your logo (png, jpeg, jpg) then click on the "Create your banners" button.


+

logoipsum-378.png

Create your banners

Banner example:

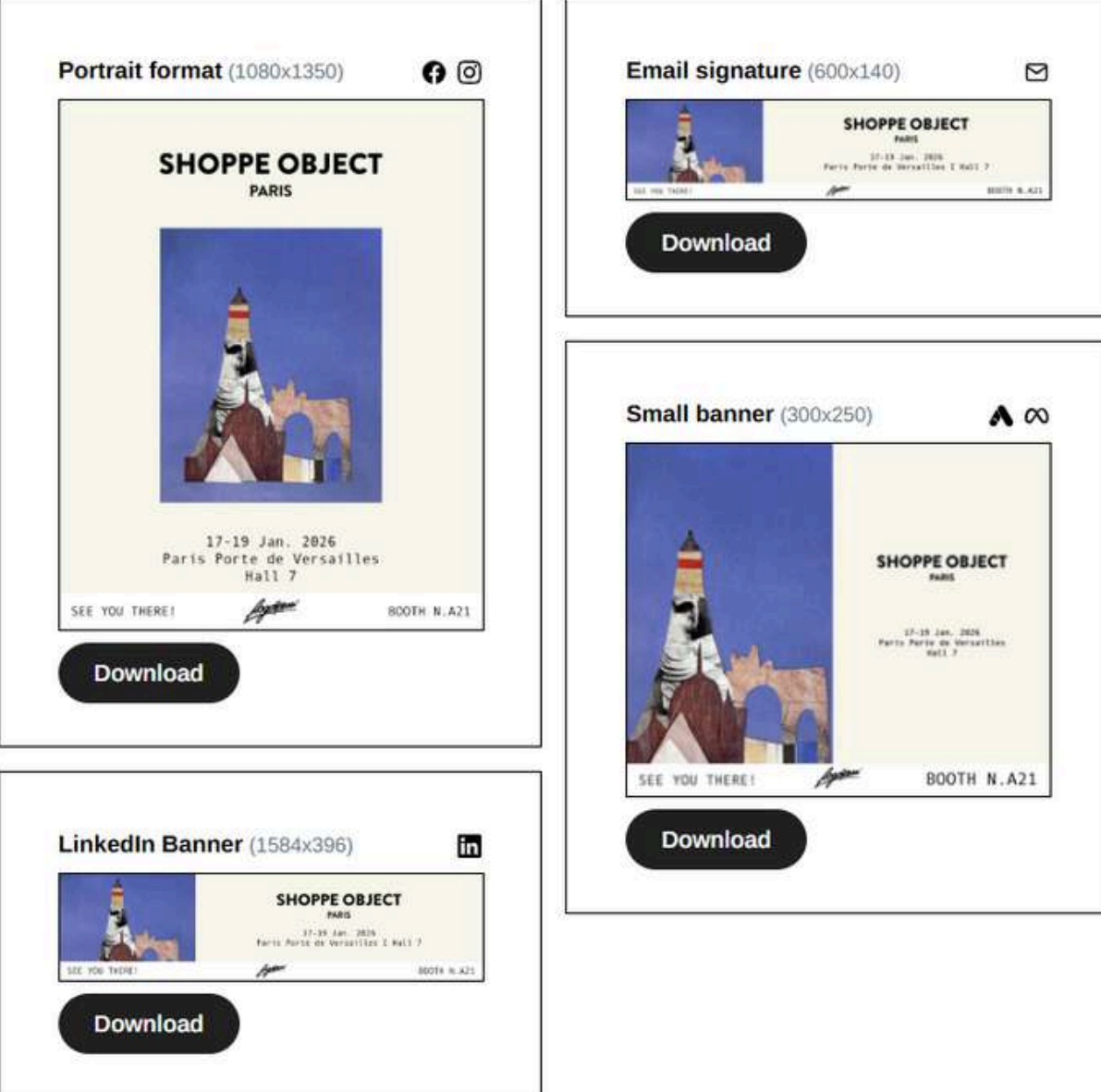
SHOPPE OBJECT
PARIS



17-19 Jan. 2026
Paris Porte de Versailles
Hall 7

SEE YOU THERE! LOGO BOOTH N.131

29.09 - 02.10
2023
Première Classe



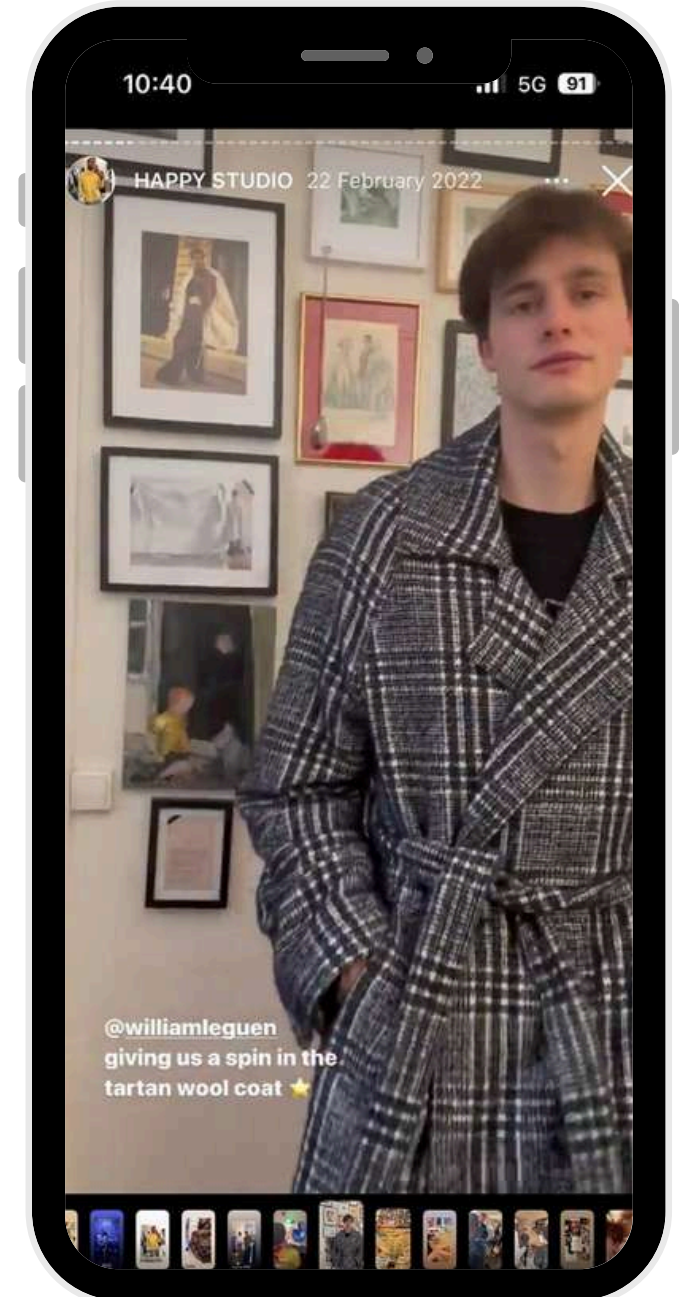
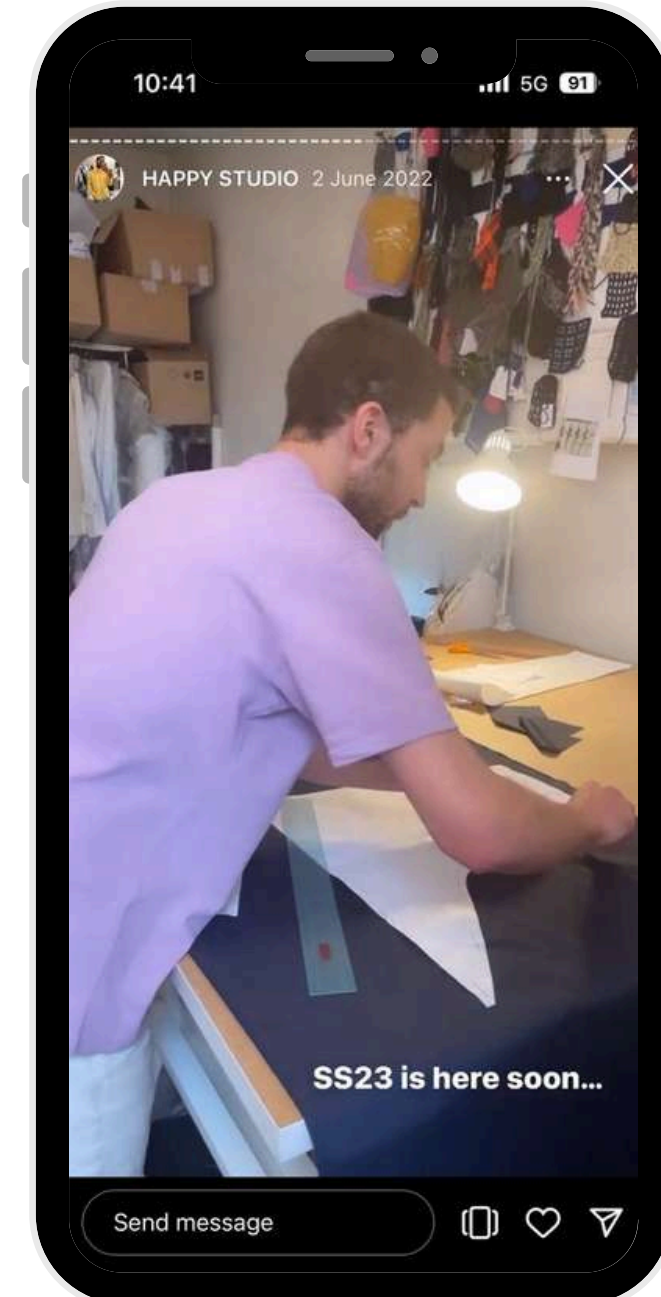
The image displays four examples of personalized banners for 'SHOPPE OBJECT PARIS'. Each banner includes the event name, dates (17-19 Jan. 2026), location (Paris Porte de Versailles Hall 7), and booth number (N. A21). The banners are designed for different formats: Portrait format (1080x1350), Email signature (600x140), Small banner (300x250), and LinkedIn Banner (1584x396). Each banner features a central illustration of a lighthouse and buildings. A 'Download' button is visible below each banner example.

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR SUSCITER L'INTÉRÊT

Trouvez les formats qui représentent le mieux l'identité de votre marque et mettent en valeur vos créations.

Voici quelques idées de contenu :

- Contenu BTS des préparatifs de l'événement
- Aperçus de la collection
- Images de l'atelier/de la production en usine
- Teasers de l'événement



02

PENDANT LE SALON

Bonnes pratiques et stratégies à fort impact
Analyser, adapter, réussir
Communiquer pendant le salon

EQUIPE DU STAND & INTERVENANTS

- Qui est le/la mieux placé.e pour parler de votre marque ?
- Tenez compte de la taille de votre stand et adaptez votre équipe en conséquence !
- Si votre équipe ne parle ni français ni anglais, envisagez de faire appel à un traducteur.





ADOPTEZ LA BONNE ATTITUDE.

- Personnel chaleureux et extraverti, formé pour aborder les gens avec curiosité et respect.
- Accueillez les visiteurs sur votre stand comme vous le feriez avec des amis chez vous.
- Cherchez à rester accessible, même si vous êtes occupé.
- Traitez tout le monde avec le même respect, même si ce n'est pas le profil que vous recherchez.

PROFITEZ AU MAXIMUM DE L'ÉVÉNEMENT AU-DELÀ DE VOTRE STAND.

- Cherchez à rencontrer plus que de simples acheteurs : des journalistes, des influenceurs, des agents et d'autres collaborateurs potentiels seront présents.
- Ne manquez pas nos animations : conférences, masterclasses, rencontres individuelles avec des experts, cocktails... et bien plus encore !



SOYEZ ATTENTIF À LA MANIÈRE DONT LES VISITEURS INTERAGISSENT AVEC VOTRE STAND.

- Mettez en évidence les éléments qui attirent particulièrement l'attention.
- Déplacez le mobilier si la circulation n'est pas optimisée.
- Retirez certains articles si votre stand semble trop encombré.



ANALYSEZ LA RÉACTION DES VISITEURS LORSQU'ILS ENTENDENT VOTRE ARGUMENTAIRE.

- Que dit leur langage corporel ?
- Est-ce qu'ils restent attentifs tout au long de votre présentation ?
- Quel genre de questions posent-ils ?



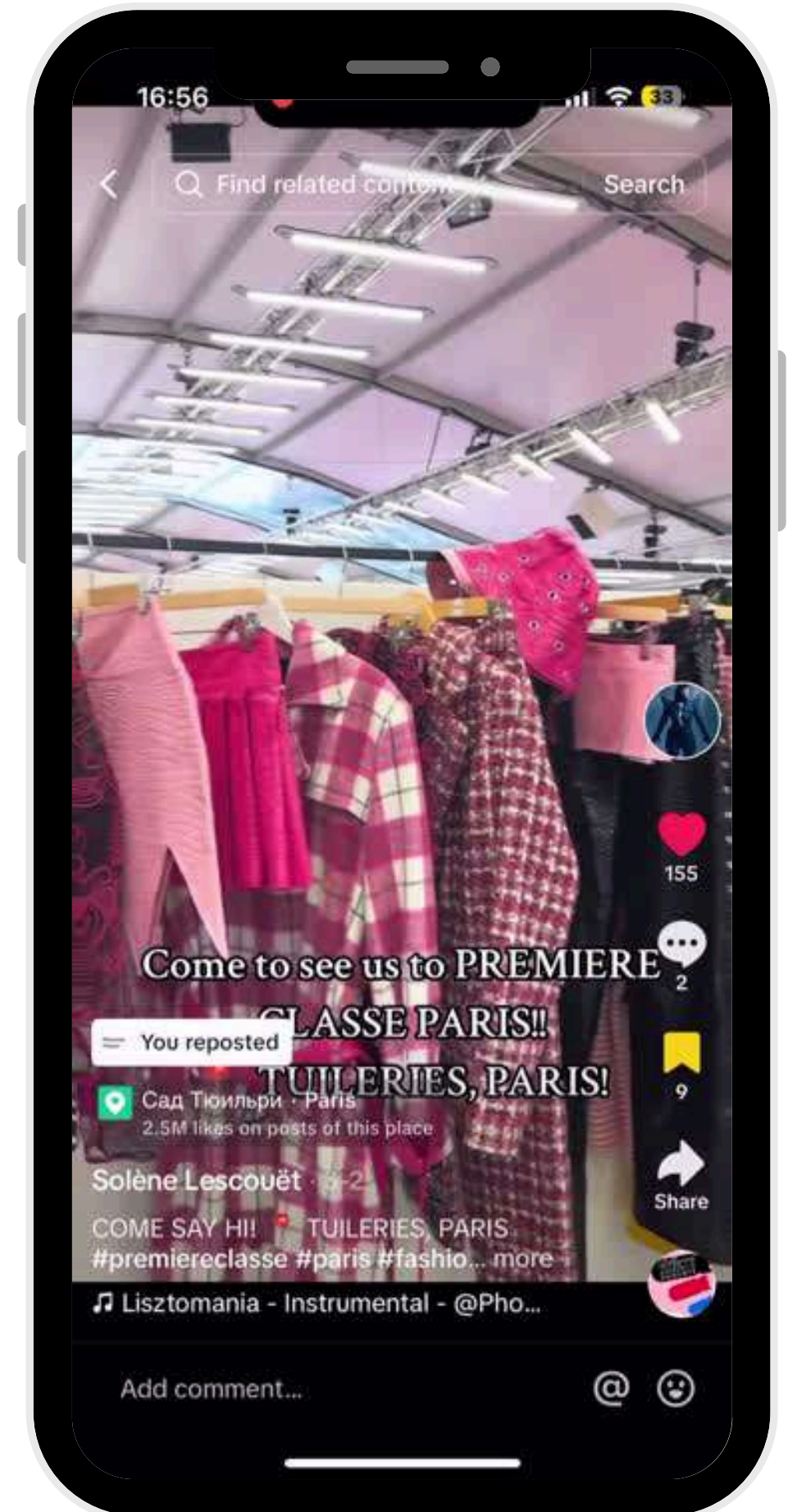


REMARQUEZ LES SIMILITUDES ENTRE LES PERSONNES QUI S'ARRÊTENT À VOTRE STAND.

- Quel type d'acheteurs sont-ils ?
- D'où viennent-ils ?
- Qu'est-ce qui les intéresse ?

METTEZ EN AVANT VOTRE PRÉSENCE À L'ÉVÉNEMENT SUR VOS RÉSEAUX SOCIAUX

- Tirez le meilleur parti de votre présentoir en prenant des photos de votre collection.
- Idéalement, votre communication sur les réseaux sociaux racontera l'histoire d'un événement incontournable, riche en rencontres fructueuses et en découvertes mode étonnantes.
- N'oubliez pas de nous taguer ! → @whosnext.paris



03

APRÈS LE SALON

Suivi des clients et prospects
Communication après le salon

QUELQUES STATISTIQUES SUR LE SUIVI B2B

WSN ACADEMY   

Seulement
2 %
des ventes
sont réalisées
lors du
premier
contact.

Le premier e-
mail de suivi
augmente
le taux de
réponse de
49 %.

Les suivis
effectués le
lendemain
obtiennent **11 %**
de réponses en
moins

Les suivis par
SMS obtiennent
un taux de
conversion
supérieur de
112,6 %.

MAIS **77 %**
des acheteurs
B2B
préfèrent la
communication
par e-mail

SOURCE: SOPRO, 2023.



LE SUIVI DES PROSPECTS EST ESSENTIEL POUR ÉTABLIR DES RELATIONS DURABLES.

- Pendant le salon, prenez le temps de noter les coordonnées des personnes intéressées et précisez ce qui les intéresse.
- Envoyez un message personnalisé deux ou trois jours après le salon.
- N'oubliez pas de les inviter à votre prochain événement !



PRENEZ LE TEMPS DE REMERCIER ET DE REVENIR SUR VOTRE EXPÉRIENCE AU SALON.

- Parlez des moments forts de votre présence.
- Réfléchissez à ce que vous avez appris.
- Identifiez les personnes que vous avez rencontrées, et identifiez-nous !





MERCI



wsn-academy@wsn.community