

Cahier des charges - Salon de la Franchise Paris 2025

1. Contexte et définition des objectifs

Contexte de l'événement

Notre participation au Salon de la Franchise à Paris s'inscrit dans la stratégie de développement du réseau Welcome 2 Home. Cette démarche vise à étendre notre présence territoriale en recrutant de nouveaux franchisés motivés et qualifiés.

Pourquoi organiser cette participation ?

Notre participation au Salon de la Franchise à Paris avait pour but principal de trouver des futurs franchisés pour développer le réseau de conciergeries Welcome 2 Home. L'idée était de rencontrer des personnes motivées qui voulaient se lancer dans l'entrepreneuriat et ouvrir leur propre conciergerie dans des secteurs différents du nôtre.

Objectifs marketing

- Développer et multiplier les conciergeries Welcome 2 Home sur de nouveaux territoires
- Faire connaître notre marque auprès d'entrepreneurs potentiels
- Recruter des franchisés qualifiés et motivés
- Renforcer la notoriété de la marque Welcome 2 Home
- Créer une base de données de prospects sérieux

Public cible

Des personnes intéressées par le monde de l'immobilier, qui souhaitent devenir franchisées d'une entreprise et qui ont envie d'ouvrir leur propre conciergerie. Des entrepreneurs en recherche d'une opportunité dans les services immobiliers.

2. Format et modalités de l'événement

Type d'événement

Salon professionnel - Participation en tant qu'exposant au Salon de la Franchise de Paris

Lieu et date

- Lieu : Paris (préciser le lieu exact si possible)
- Durée : 3 jours de salon

- Date : [Préciser les dates exactes]

Le choix de ce salon était stratégique car il rassemble tous les ans des milliers de visiteurs intéressés par la création d'entreprise et la franchise.

3. Exigences techniques et logistiques

Aménagement du stand

- Collaboration avec un standiste professionnel pour l'aménagement
- Échanges par mail en amont pour définir l'agencement optimal
- Stand adapté pour recevoir et discuter avec les visiteurs dans de bonnes conditions
- Espace de présentation pour expliquer le concept de franchise
- Zone d'accueil et de discussion privée pour les entretiens approfondis

Équipements nécessaires

- Matériel de présentation (supports visuels)
- Mobilier adapté (tables, chaises, comptoir d'accueil)
- Éclairage du stand
- Matériel pour la collecte des coordonnées (formulaires papier)

Équipe sur place

- **5 personnes** présentes pendant les 3 jours du salon
- Répartition des rôles : accueil des visiteurs, présentation du concept de franchise Welcome 2 Home, qualification des prospects intéressés par l'immobilier et l'entrepreneuriat

4. Détails logistiques

Déroulement de l'événement

- **Durée** : 3 jours de salon consécutifs
- **Lieu** : Salon de la Franchise de Paris (Porte de Versailles)
- **Horaires** : Selon les horaires d'ouverture officiels du salon
- **Format** : Participation en tant qu'exposant avec stand dédié

Calendrier et planning

- **Phase préparatoire** : Plusieurs semaines en amont pour l'organisation avec le standiste
- **Installation** : Mise en place du stand selon les directives du salon
- **Exploitation** : 3 jours de présence continue avec rotation de l'équipe
- **Démontage** : Selon les horaires imposés par l'organisation du salon

Intervenants et rôles

- **Équipe commerciale** : Présentation du concept franchise aux visiteurs
- **Responsable qualification** : Identification des prospects sérieux

- **Coordination** : Gestion des rendez-vous pris via l'application du salon
- **Suivi administratif** : Collecte et organisation des données prospects

5. Stratégie de prospection et contenu marketing

Approche commerciale

- Présentation du concept de franchise Welcome 2 Home aux visiteurs intéressés par l'immobilier
- Explication des opportunités d'ouverture de conciergeries sur de nouveaux secteurs
- Discussion personnalisée avec chaque prospect pour évaluer sa motivation
- Ciblage des personnes ayant un vrai projet entrepreneurial

Outils de qualification

- **Questionnaire approfondi** : créé spécialement pour les prospects très intéressés
- **Tableau de contacts simplifié** : rempli sur place avec les coordonnées essentielles
- Système en deux temps : contact immédiat + suivi personnalisé après le salon

Supports marketing à préparer

- **Supports de présentation** : Plaquettes commerciales Welcome 2 Home
- **Visuels pour le stand** : Kakémonos, bannières avec logo et messages clés
- **Documentation franchise** : Dossiers d'information détaillés sur l'opportunité
- **Outils digitaux** : Contenus pour réseaux sociaux (posts LinkedIn, Instagram, Facebook)
- **Matériel de collecte** : Formulaire de contact, questionnaires de qualification

6. Budget et financement

Budget global alloué

- **Limite fixée : 15 000 euros maximum** (tout compris)

Principales dépenses

- Frais d'inscription au salon
- Aménagement du stand (standiste professionnel)
- Frais de déplacement et hébergement pour 5 personnes (3 jours)

- Supports de communication et goodies à l'effigie de la marque Welcome 2 Home
- Restauration sur place

Retour sur investissement attendu

- Développement du réseau de franchises Welcome 2 Home
- Chiffre d'affaires généré par les nouvelles conciergeries ouvertes
- Expansion de la marque sur de nouveaux territoires
- Renforcement de la notoriété dans le secteur immobilier

7. Stratégie de communication autour de l'événement

Notre communication s'est organisée en trois temps pour toucher à la fois notre public cible (futurs franchisés) et les prescripteurs du secteur immobilier.

Avant l'événement

Communication sur les réseaux sociaux :

- **Posts sur LinkedIn, Instagram et Facebook** pour annoncer notre participation au salon
- Mise en avant de notre présence sur le salon pour attirer l'attention de notre communauté
- Information sur notre emplacement et nos horaires de présence

Outils du salon :

- Utilisation de **l'application officielle du Salon de la Franchise**
- Possibilité pour les personnes intéressées de **prendre rendez-vous en amont** avec un membre de notre équipe
- Optimisation de notre planning grâce aux rendez-vous pré-programmés

Pendant l'événement

- **Présentation directe** du concept Welcome 2 Home aux visiteurs
- **Interactions en temps réel** avec les prospects sur notre stand
- **Collecte active des coordonnées** des personnes intéressées
- **Qualification immédiate** : tri entre les curieux et les vraiment motivés
- Participation à une conférence sur l'ouverture de son entreprise avec un petit budget.

Après l'événement

- **Retour au local à Douvres** pour traiter tous les contacts
- **Recontact de l'ensemble des prospects dès le lundi** suivant le salon
- **Envoi personnalisé du questionnaire de qualification** aux candidats les plus sérieux
- **Suivi commercial individualisé** pour chaque contact prometteur
- **Accompagnement personnalisé** des candidats dans leur réflexion et leur projet

8. Planning et organisation

En amont du salon

- Recherche et sélection du standiste professionnel
- Échanges par mail pour définir l'aménagement optimal
- Communication sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Instagram, Facebook)
- Utilisation de l'application du salon pour permettre les prises de rendez-vous
- Préparation des différents flyers et goodies (stylos, étiquette à bagage)
- Création du questionnaire de qualification approfondi

Pendant les 3 jours

- Présence continue sur le stand
- Prospection active auprès des visiteurs
- Collecte et organisation des contacts

Après le salon

- Retour au bureau de Douvres
- Traitement et qualification des contacts
- Envoi des questionnaires et suivi commercial

9. Obligations administratives et légales

Conformité réglementaire

- **Respect des règles du salon** : Inscription officielle en tant qu'exposant
- **Assurance responsabilité civile** : Couverture de l'activité sur le salon
- **Normes de sécurité** : Respect des consignes de sécurité du lieu d'exposition
- **Capacité d'accueil** : Respect des limitations imposées par l'organisation du salon

Protection des données (RGPD)

- **Collecte des données personnelles** : Information claire des prospects sur l'utilisation de leurs coordonnées
- **Consentement explicite** : Accord des prospects pour être recontactés
- **Traitement des données** : Utilisation uniquement dans le cadre du développement commercial
- **Conservation** : Durée de conservation limitée et conforme à la réglementation

- **Droit des personnes** : Possibilité pour les prospects d'exercer leurs droits (accès, rectification, suppression)

Autorisations et conformité

- **Participation officielle** : Enregistrement auprès des organisateurs du salon
- **Respect du règlement** : Conformité avec les règles d'exposition du salon
- **Standards techniques** : Respect des normes d'aménagement imposées

Résultats immédiats du salon

- **40 contacts qualifiés** collectés sur les 3 jours
- Prospects intéressés par l'ouverture d'une franchise Welcome 2 Home
- Bonne réception du concept auprès du public cible

Suivi post-salon

- **Recontact de tous les prospects dès le lundi** suivant notre retour
- Plusieurs retours positifs confirmant l'intérêt pour le projet
- **Relance en cours** des candidats les plus motivés
- Organisation des **dates de début de formation** pour les candidats retenus
- Envoi du **questionnaire de qualification** pour s'assurer que leur profil correspond bien aux valeurs et exigences de la marque Welcome 2 Home

Suivi en cours

Nous sommes actuellement dans la phase de sélection finale des futurs franchisés, avec un processus rigoureux pour choisir les bonnes personnes qui représenteront au mieux notre marque.

10. Points d'amélioration pour les prochaines participations

Ce qui a bien fonctionné

- Bonne organisation avec 5 personnes sur le stand
- Stratégie de recontact immédiate très efficace
- Processus de qualification en deux temps pertinent
- Respect du budget alloué

Pistes d'amélioration pour les prochains salons

- Développer encore plus la communication en amont (peut-être ajouter de l'emailing ciblé)
- Exploiter davantage les fonctionnalités de l'application du salon
- Créer du contenu vidéo pendant l'événement pour les réseaux sociaux
- Prévoir un suivi encore plus personnalisé selon le profil de chaque prospect

- Évaluer l'impact à long terme pour ajuster la stratégie commerciale et communication