

# D-BOX

Feel it all

Optimiser sa présence lors  
d'une foire commerciale

---



Stéphane Vidal  
Vice –président produit et marque

# Agenda

- Définition
- Avant
- Pendant
- Après

# 01 Définition

---

# Définition

- Foire commerciale: un événement où les entreprises présentent et démontrent leurs produits et services.
- Souvent sur des secteurs spécifiques, tels que la technologie, les jouets, l'automobile, etc.
- Se déroulent généralement sur au moins quelques jours et les participants peuvent inclure des membres de l'industrie et du public.
- Les entreprises utilisent souvent ces événements dans le cadre de *leurs stratégies de marketing ou de réseautage*.
- Les entreprises peuvent installer des stands ou des espaces d'exposition pour afficher leurs offres ou ateliers *permettant aux participants d'interagir avec leurs produits ou services*.

**Le succès d'une participation à un événement  
dépend en grande partie de sa planification!**

*Confucius*

# 02 Avant

---

# La bonne nouvelle...nos gouvernements peuvent vous aider!

- Investissement Québec
  - <https://www.investquebec-exportation.com/>
- Gouvernement du Canada
  - <https://www.deleguescommerciaux.gc.ca/events-evenements/index.aspx?lang=fra>

## SOLUTIONS POUR EXPORTER

Pour aider votre entreprise à réussir à l'étranger



# Se donner des objectifs

- Se renseigner sur l'industrie
- Augmenter la **visibilité** de votre marque
  - On expose ou non?
- **Accroître** les ventes et les opportunités de ventes
  - Lancement de produits
- **Rencontrer** des clients existants et les fidéliser
- Générer du bouche à oreille...



# Vos facteurs de succès

- Quantitatifs
  - Les \$ de ventes et les opportunités de ventes à venir
  - Le nombre de rencontres
  - Recrutement d'employés
- Qualitatifs
  - L'information recueillie
    - Clients / partenaires / prospects
    - Compétition
  - Formation d'employés





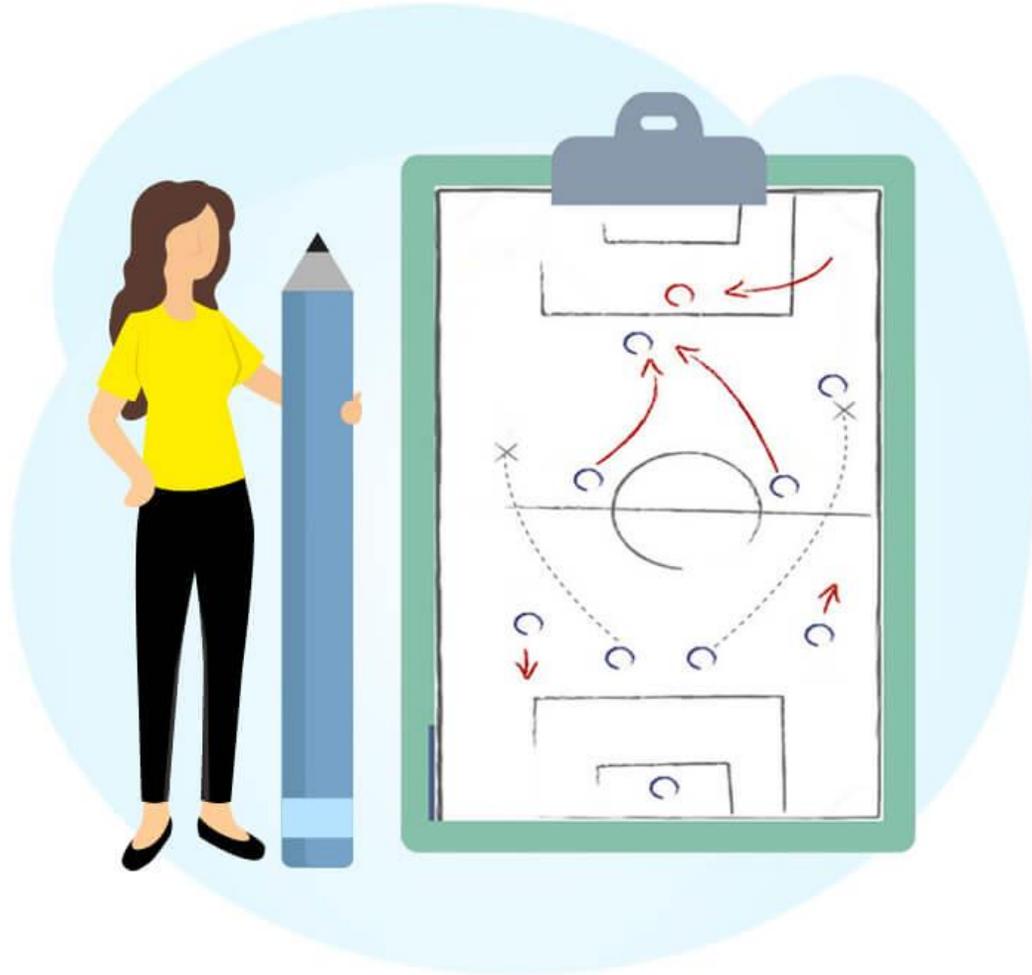
## Objectifs clés

- Rencontres avec les partenaires actuels : équipes marketing, opérations et/ou programmation.
  - Thèmes généraux de discussion :
    - Présentez les membres de l'équipe D-BOX qui nous ont rejoint depuis la CinemaCon 2022.
    - Consultez les excellents résultats actuels au box-office de D-BOX.
    - Comprenez la position actuelle du partenaire sur D-BOX : résultats comparatifs, opportunités de croissance et/ou partenariats marketing.
    - Partagez l'actualité de D-BOX : produits, plateforme showtime, etc.
  - Sujets de discussion spécifiques aux partenaires :
    - Client ABC : partage de données (fréquences, taux d'occupation, profils clients, etc.)
    - Client DEF : renouvellement de contrat.
- Rencontres avec des partenaires potentiels : discutez des offres D-BOX et des opportunités d'affaires.
  - Clients cibles prioritaires : ABC, DEF, GHI, JKL.
- Parcourez la foire pour examiner et découvrir de nouveaux produits et fournisseurs.
- Rencontrez des streamers.
- Présentations en studio : tous les principaux partenaires distributeurs seront présents, ce qui nous permettra d'examiner en profondeur les produits à venir.
- Activation ABC + D-BOX Gran Turismo : une première pour D-BOX à la CinemaCon.

## Facteurs de succès

- CinemaCon est la principale convention de l'industrie théâtrale. Il offre la possibilité de passer du temps en face-à-face et des opportunités de réseautage avec tous les partenaires : exposants (actuels et potentiels), distributeurs et fournisseurs, le tout en un seul endroit.
- Nous rassemblerons des informations pertinentes et utiles sur l'état actuel du marché du cinéma, les projets des exploitants et le paysage concurrentiel afin de mieux façonner les stratégies de vente et de marketing de D-BOX pour cette année.
- Le retour sur investissement des ventes sera déterminé en identifiant les opportunités de croissance avec les partenaires actuels et les progrès des négociations avec les partenaires potentiels.
- Le retour sur investissement marketing sera déterminé en identifiant les opportunités promotionnelles pour chaque partenaire et/ou par film à venir (en fonction des images que nous voyons).

# Qui doit y participer?



Selon les objectifs...

- Les ventes assurément!
- Le marketing... pour la gestion de l'évènement
- La gestion de produit... pour l'analyse compétitive
- Le porte-parole officiel
- 1 ou 2 exécutifs... pour faire avancer des dossiers en cours ou fermer des opportunités
- Un gros impact sur le retour sur investissement - « ROI » de la foire

# Le budget



- Le kiosque
  - L'espace du kiosque incluant un sous-tapis
  - La location ou l'achat du kiosque, le montage et démontage
  - La suite exécutive uniquement pour des rencontres
  - L'accès internet
  - Le lecteur de cartes d'affaires pour les opportunités
  - Friandises, eau, articles promotionnels
- Activation/démo
- Les vêtements au couleurs corporatives
- Vols et hébergement
  - Les vols (s'y prendre d'avance et inclure un samedi - Europe)
  - L'hébergement (s'y prendre d'avance)
  - Les repas
  - Location de voiture ou transport en commun

# L'horaire

- Des participants
  - Qui sera au kiosque – « booth duty » et qui fera le tour de la foire commerciale (« walk the floor »)
- Des rencontres
  - Un client à la fois
    - Kiosque ou suite exécutive
  - Avoir un calendrier Outlook pour l'évènement
    - Inviter les participants de chaque rencontre via Outlook
    - Partager l'objectif de chaque rencontre avec les participants de l'entreprise



# Les reservations des participants



Nom	Arrivée	Départ	Hôtel	Conférence
Sebastian	Monday, 4/24	Friday, 4/28	MMMD3	3295
Stephane	Sunday, 4/23	Friday, 4/28	2DMD3	3327
Karen	Monday, 4/24	Wednesday, 4/26	DMMD3	3326
Kristina	Sunday, 4/23	Friday, 4/28	QGND3	3332
Ricardo	Sunday, 4/23	Thursday, 4/27	RLMD3	3328
Emmanuelle	Sunday, 4/23	Thursday, 4/27	XNMD3	3330
Nikki	Saturday, 4/22	Friday, 4/28	NNMD3	3331
Felix	Saturday, 4/22	Friday, 4/28	5WND3	N/A
SUITE	Sunday, 4/23	Friday, 4/28	S5TBG	



# Rencontres clés + événements

## Clients actuels

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

## Clients potentiels

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

## Distributeurs

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

## Autres

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

## Cocktails - réceptions

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

## Événements additionnels

- ABC
- DEF
- GHI
- ...

# L'agenda des rencontres



# Le kiosque

- Le « pop up »
  - On l'installe soi-même



- Le « sur-mesure »
  - On le fait installer... \$\$\$



# Suite executive pour les réunions

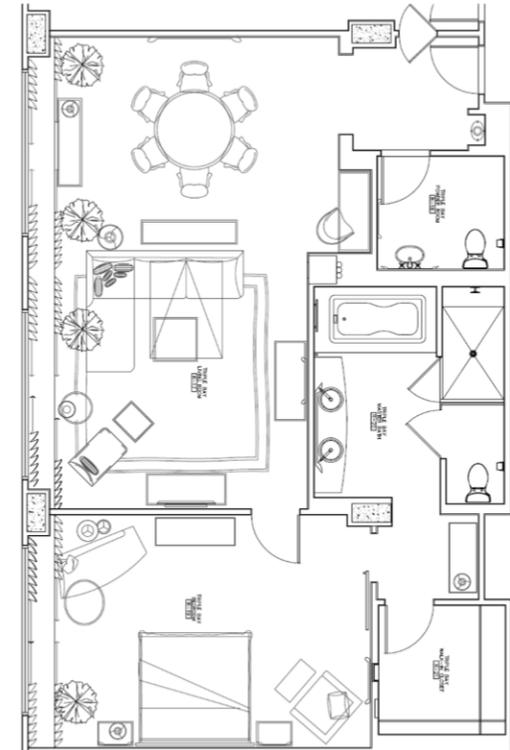


**CAESARS  
PALACE**  
LAS VEGAS



## Forum Classic Suite

1 bedroom Floor Plan



**D-BOX**  
Feel it all

# Marketing et outils



*Vidéo*



*Présentation ventes*

## Communication

- Discussions TEAMS: CinemaCon 2023
- Discussion de groupe WhatsApp : CinemaCon 2023

## Présentation

- Présentation commerciale
- Disponible sur le canal Teams

## Vidéo

- Vidéo muette sous-titrée, diffusée en boucle dans la suite

# Les contacts



Sebastian	514-827-1234
Stephane	514-827-1234
Karen	514-827-1234
Kristina	514-827-1234
Ricardo	514-827-1234
Emmanuelle	514-827-1234
Nikki	514-827-1234
Felix	514-827-1234

CAESARS PALACE  
3570 S. Las Vegas Blvd.  
Las Vegas, NV 89109  
(866) 227-5938

# 02 Pendant

---

# ABC + GRAN TURISMO activation



*Il s'agit d'un aperçu de haut niveau. Informations d'installation et de contact fournies aux membres de l'équipe concernés de Sony, Pinnacle, Excape et D-BOX (Stephane F., Nikki et Felix). Si vous souhaitez plus de détails, veuillez demander à Nikki.*

## OBJECTIF ET MOTEURS

- Une activation unique en son genre qui concernera trois de nos secteurs d'activité : le théâtre, les courses sim et les jeux. Il s'agit d'une opportunité importante de présenter notre technologie en dehors du théâtre, à l'industrie du cinéma et du cinéma.
- Travailler avec l'un des cinq grands studios sur une adresse IP domestique bien établie. C'est un film pour lequel nous aurons d'autres promotions à l'approche de sa sortie.
- Nous sommes actuellement dans des négociations contractuelles longues et difficiles avec Sony et ce projet devrait améliorer la situation.
- Établissez une nouvelle norme avec NATO/CinemaCon sur le potentiel de la façon dont la technologie peut être intégrée et mieux utilisée lors des futurs spectacles. Et cela élargira nos propres opportunités lors des futurs salons.
- Cette activation est beaucoup plus engageante, attrayante et visible qu'un stand sur le salon ou une démonstration dans une suite technologique.
- Cela pourrait ouvrir la porte à des discussions, et idéalement à un partenariat, avec PlayStation.
- PlayStation rencontre Mercedes à Stuttgart la semaine de CinemaCon et les deux parties sont au courant de cette activation.
- Cela se produit à Vegas alors que l'élan prend de l'ampleur en vue du Grand Prix de Las Vegas en novembre.
- D'autres partenaires actuels et potentiels dans les domaines des courses sim et des jeux verront et entendront parler de cette activation.
- En fin de compte, la notoriété, la visibilité et l'impact iront au-delà de CinemaCon.

## CHRONOLOGIE

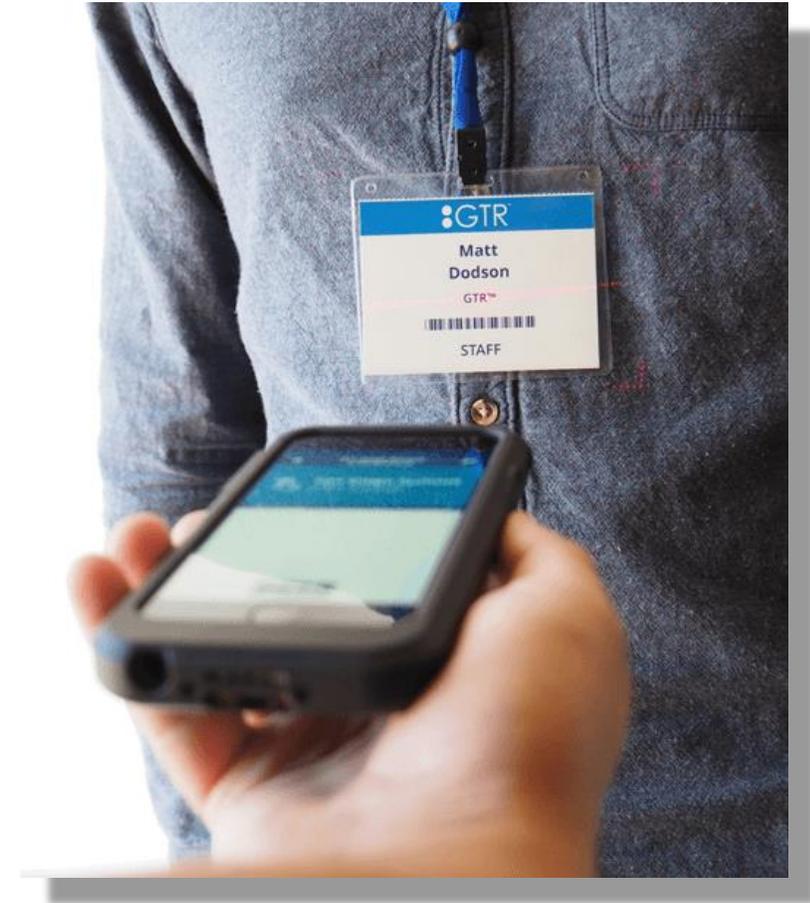
- Excape aura la garde de toutes les plateformes D-BOX et s'occupera du transport vers Vegas.
- 22/04 - Nikki et Félix sur place. Pinnacle et Excape pour commencer l'installation et les tests.
- 23/04 - Installation et tests finalisés par EOD.
- 24/04 : plates-formes de simulation actives et disponibles pour l'engagement des participants.
- 27/04 – 28/04 - Pinnacle et Excape pour démonter l'activation et retirer l'équipement. Excape supervisera l'emballage des plates-formes et les expédiera à Montréal.

## EMPLACEMENT ET PROMOTION

- Situé au niveau Promenade près des inscriptions.
- EN ATTENTE : Des cartes postales seront disponibles dans la suite D-BOX pour que l'équipe puisse les distribuer et générer du trafic vers l'activation.
- EN ATTENTE : D-BOX aura une signalisation lors de l'activation indiquant Haptic Motion Powered by D-BOX Technology. Coordonnées de Ricardo et Nikki incluses.

# Ne pas rater d'opportunités

- Enregistrer/ « scanner » les visiteurs
- Tous se rencontrer à la fin de chaque journée afin de discuter des rencontres de la journée et des suivis immédiats au besoin
- Prendre des notes sur chacune des rencontres



# Promouvoir la foire commerciale

- Prendre des photos ou vidéos durant la foire commerciale afin de partager sur les médias sociaux et inviter vos clients



# 02 Après

---

# En terminant

- Faire un suivi des rencontres avec les clients et les prospects
- Un envoi courriel afin de remercier les visiteurs
- **Faire une rencontre de « debrief » avec tous les participant et documenter ce qui a bien été et ce qu'on doit améliorer**
- Les ventes écrivent normalement un rapport de l'évènement qui est communiqué à l'interne
- **Identifier les opportunités, et les suivre afin de calculer un retour sur investissement (CRM)**



Merci!

---