



Entreprise Joia bijoux Interview réalisée par Séryne C., Victoria F., Laura B.

A la suite de notre journée à la foire de Marseille, un petit stand de bijouterie a attiré notre attention « Joia bijoux ». Nous avons été chaleureusement accueillies par Pauline, la créatrice des bijoux uniques inspirés de la mer et du soleil et fondatrice de la marque qui existe depuis 1 an seulement et qui a accepté de répondre à nos questions.

Elle ne possède pas de magasin mais un site internet (Joia Bijoux - Bijoux réalisés sur-mesure à la main). Sa présence sur la foire de Marseille l'aide à gagner de la visibilité pour les fêtes à venir ou encore donner des idées cadeaux, elle lui fait gagner des followers et du trafic sur son site. Les vols sur son stand et le fait d'être seule sont les contraintes qu'elle peut rencontrer. Elle aimerait faire beaucoup d'événements : de pop up, des boutiques éphémères... Elle fidélise ses clients en les accueillant chaleureusement à son stand et en leur offrant des réductions (10%) . Ses prix sont fixés au travail avec des petites marges bénéficiaires.



Entreprise COOKISS MARSEILLE Interview réalisée par Médina, Sarah, Alvina, Elias

Pour ouvrir une boutique de cookies, il faut commencer par réaliser une étude de marché pour évaluer la demande de la concurrence après, il faut trouver un emplacement stratégique pour la boutique il faut créer un concept attrayant, élaborer un menu varié et penser à la stratégie de marketing pour attirer les clients. Il faut veiller à respecter la réglementation en matière d'hygiène alimentaire et de sécurité.

Le budget varie en fonction de la taille, l'emplacement les équipements nécessaires.

Le responsable nous a conseillé de réaliser un plan financier détaillé pour les dépenses de la location des locaux, les ingrédients et la publicité.

Pour améliorer son image de marque, il s'est assuré d'avoir un logo de design qui reflète la marque. Ils utilisent les réseaux sociaux pour promouvoir la marque et interagir avec les clients. Il s'assure d'offrir un excellent service à ses clients qui donne envie de revenir ; il demande à ses clients de laisser des avis sur Internet. Il reste également authentique bienveillant envers ses clients.

Pour débiter son entreprise, il a fait un CAP pâtisserie par la suite, il a travaillé dans un restaurant pour avoir l'argent nécessaire pour se payer les équipements, le local et les matières premières.

Pour attirer les consommateurs, ils utilisent les réseaux sociaux, il fait des partenariats, il offre des promotions en fonction des fêtes Noël où il fait la box Noël avec des saveurs qu'il ne fait pas d'habitude. Ils organisent des dégustations gratuites où il est présent dans des événements comme la foire de Marseille.

Pour se démarquer de ses concurrents, ils essayent de proposer des saveurs et variétés originales. Il innove. Pour s'adapter à certains consommateurs ils utilisent des produits sans gluten pour avoir un public plus large. Il fait également de la vente de gâteau d'anniversaire. Il a fait de son point de vente, un accueil chaleureux pour que ses clients reviennent le plus souvent possible.

Il est venu à la foire pour avoir plus de visibilité au prix de potentiels clients, le réseautage car à la fois il peut rencontrer d'autres professionnels et pouvoir avoir des partenariats ou collaborer.

Ces journées se répète : il commence par faire l'inventaire, puis il commence la préparation des cookies il va gérer les stocks qui réceptionne les commandes, il accueille les clients puis en fin de journée il fait le ménage à la fermeture de la boutique. Il n'a pas actuellement de partenaires, mais cela est dans ses projets de contacter des partenaires potentiels. Il n'a pas eu besoin d'associer car cela était son choix et il a financé ce projet avec l'argent qu'il a mis de côté avec des aides et un prêt.

Entreprise STORY Interview réalisée par Ora E.

A la foire, nous avons interviewé un vendeur de chez STORY, un magasin de vente d'ameublement, de décoration et d'équipement de maison, auprès d'une clientèle principalement de particuliers mais aussi de professionnels. A ce jour, ils ont ouvert environ 50 magasins implantés en France. Leur entreprise est située à Marseille et compte une dizaine de salariés.

Le vendeur que nous avons interrogé a fait un BTS MCO en alternance dans un magasin de meuble ce qui la conduit à son métier d'aujourd'hui. Son objectif personnel était de 60 000 € de CA pour la semaine.

A cette foire leur principale concurrent, ROCHE BOBOIS, était présent, ils ont donc dû tout mettre en œuvre afin de se démarquer davantage grâce à des affichages, des publicités, aux offres promotionnelles mises en place pour la Foire. Leur meilleure technique et celle qui fonctionne le mieux est d'accoster les potentiels clients pour les aider dans leur recherche, les conseiller.

Compte-rendu visite des stands par Léo D.

Les exposants mettent leurs produits en avant en les disposant de façon à donner envie aux clients de regarder les produits et se renseigner sur les caractéristiques. Ils font goûter leurs produits si c'est des produits alimentaires pour prouver la qualité et le bon goût du produit ce qui peut influencer le client à acheter ; ils font aussi des démonstrations de leurs produits. Si le client hésite à acheter alors l'exposant lui fait comprendre que c'est une bonne affaire.

Les exposants ont pour objectif de se faire connaître et d'améliorer leur notoriété. Ils essayent aussi de rentabiliser la foire car un stand coûte environ 7 000 € donc ça peut être compliqué à rentabiliser s'ils n'attirent pas beaucoup de clients.

Les exposants reviennent généralement toutes les années pour que les clients puissent les revoir ce qui peut fidéliser des clients, qui peuvent ensuite aller dans leur magasin physique ou leur site internet pour acheter leurs produits.

Deux interviews d'exposants réalisées par Tom L. et Kenz H.

Entreprise : Le Carexquis

Cette entreprise à participer à cette foire car elle vend ses produits uniquement lors de foires, le domaine d'activité de l'entreprise est artisan chocolatier. La stratégie de présentation mise en place sur le stand est de bien mettre en valeur le produit et de pouvoir faire goûter aux passant pour les attirer. Le prix du produit est 69,90€ par kilogramme. Ils n'ont pas d'UC. Ils fidélisent leurs clients grâce à la qualité des produits. Ils ne font pas d'enquête de satisfaction. Ils n'ont pas concurrents car ils sont artisan créateur. Le point de vente est composé d'une seule personne. Enfin, la clé de leur réussite et la qualité de leurs produits.



Entreprise : EAUTOURS

L'entreprise EAUTOURS participe à cette foire pour gagner en visibilité et faire connaître son produit en effet étant une start-up e-commerce jeune de 2 ans spécialisés dans la végétalisation urbaine. Afin d'attirer ses clients l'entreprise mise sur le visuel en présentant des visuels explicatifs du produit et mettre en condition ses produits pour une meilleure projection. Elle fidélise ses clients avec des offres commerciales de l'accompagnement et propose de nouveaux produits. Étant une start-up e-commerce ils n'ont pas de point de vente. D'après eux les clés pour réussir sont : l'apprentissage, le travail d'équipe et la remise en question.



Entreprise SINETYC Interview réalisée par Asmine, Sara, Clémence

Nous avons interviewé un gérant de l'entreprise Sinetyc, c'est une entreprise de décoration artisanale. Elle s'occupe des volets, fenêtres, pergolas, portails... Le métier consiste à mettre en valeur les produits de l'entreprise et les vendre, en essayant de trouver les besoins des clients. Une journée/semaine type serait la prospection, la vente, la fidélisation des clients. Pour exercer le métier, il faut avoir minimum le bac, et le mieux serait un bac +2. Un BTS suffit amplement à exercer ce métier. La persévérance, la motivation et la confiance en soi sont la clé pour réussir. Le conditionnement de travail est agréable, on peut faire quelques heures supplémentaires parfois, par exemple pendant la semaine de la foire, ils peuvent faire 35H jusqu'à 70H par semaine. La principale technique de vente est de trouver les besoins des clients, poser les bonnes questions, faire une bonne découverte. Un bon suivi des clients est primordial pour fidéliser les clients. Il était très sympathique et a répondu à toutes nos questions. Et malgré les contraintes qu'il peut rencontrer (heures supplémentaires), on voit qu'il aime son travail, et qu'il sait ce qu'il fait.



Interview de l'entreprise « La Geekerie »
par Louise G., Louis K., Isciane L., Océane L.

Ce **Mardi 26**, nous sommes allés à la Foire de Marseille et nous avons choisi d'interviewer l'entreprise « **La Geekerie** » qui se situait dans le bâtiment 3 hall B dans le bâtiment « Art et culture ».

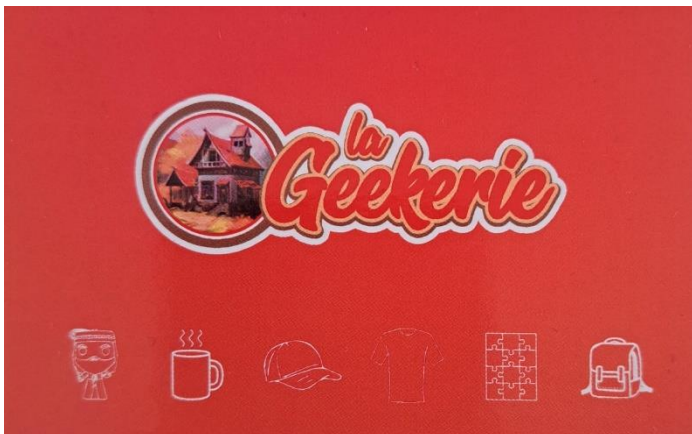
Pour cette entreprise, c'était la première fois qu'elle participait à la Foire de Marseille, La Geekerie a décidé de participer à cet événement pour se faire connaître, ils ont annoncé leur participation à travers leurs **réseaux sociaux (Instagram, TikTok)** et leur **site internet**. Ils ont également une Unité Commerciale créée en 2014 il y a 8 ans en dehors de la foire située à **Aix-en-Provence, à la sortie vers Le Tholonet**.

Cette foire permettrait à la Geekerie de se faire connaître pour améliorer leur notoriété. Malheureusement elle ne dégagera pas assez de profits pour rembourser le prix de l'emplacement qui est de **7000€**.

Les produits proposés par cette entreprise sont des produits liés aux **univers du jeu vidéo, de la culture cinématographique et des mangas**. Les produits sont souvent achetés par des personnes passionnées par ces univers, ce qui rend la vente de produits et les ventes additionnelles plus faciles.

La Geekerie peut être retrouvée aussi dans d'autres foires/conventions telles que la **Paris Games Week** et la Japan Expo. On peut les reconnaître grâce à leur **théâtralisation** du stand qui est agréable et moderne, avec des musiques d'ambiances, des lumières adaptées, des meubles modernes et des présentoirs divers.

Carte de visite



RENCONTRE DE PROFESSIONNELS SUR LES STANDS A LA FOIRE INTERNATIONALE DE MARSEILLE

Sortie pédagogique sur la journée le 26 septembre 2023

Interviews réalisées par les Etudiants de 1^{ère} année de BTS MCO

Reconstitution du stand La Geekerie en photos



