



GUIDE DES PARTICIPANTS

Évaluation des entreprises d'entraînement dans le cadre de leur participation à
la 27^e édition du Salon international du commerce RCEE
21 et 22 novembre 2024

Sylvie Morin, Saïd Echchakoui, Patricia Michaud et Janie Bérubé, professeurs en Sciences de la Gestion au Campus de Lévis de l'UQAR, Aviso^{ép}, 2024.

La refonte de ce guide a été réalisée par ces professeures et par conséquent ne peut être utilisé, en tout et en partie, ni modifié sans leur autorisation (avisoeep@uqar.ca)

Mot des organisateurs du processus d'évaluation

Pour la 27^e édition du Salon international du commerce RCEE (le Salon), nous avons repris la même formule éprouvée de l'an passé et nous vous proposons donc, encore cette année, de créer du contenu audio-visuel. Pour notre part, nous continuons l'intégration de la mobilité et la digitalisation dans nos activités d'évaluation.

Nous avons adapté les critères d'évaluation pour une édition du Salon en présence exclusivement. Cette année encore, vous pourrez faire le choix de participer (ou non) à un ou plusieurs des prix. Un formulaire d'inscription vous sera acheminé (environ un mois avant la tenue du Salon) et vous pourrez alors sélectionner les prix pour lesquels vous désirez être évalués.

Nous vous souhaitons bon succès et nous vous invitons à prendre connaissance des règles qui sont présentées dans les pages suivantes. Vous y retrouverez la présentation de tous les prix de la présente édition, des critères d'évaluation considérés par les juges et enfin, un exemple du plan de communication marketing attendu.

Pour toutes questions concernant ce guide, nous vous invitons à communiquer avec nous par courriel à avisoeep@uqar.ca

L'équipe des organisateurs du processus d'évaluation affiliée à Aviso^{eeP} basée au Campus de Lévis de l'UQAR.

Description des prix

Prix AVANT le Salon

Un seul prix est prévu avant la tenue du Salon :

- 1- Plan de communication marketing

Voici des informations complémentaires concernant ce prix.

Plan de communication marketing

Le plan de communication marketing présente l'entreprise marraine ainsi que les produits et services de cette entreprise qui seront mis de l'avant et que les clients pourront acheter. Pourquoi visiter votre entreprise pendant le Salon ? Soyez persuasifs ! Donnez-nous plusieurs bonnes raisons de vous rencontrer !

Nous proposons un format simplifié adapté à la réalité des entreprises d'entraînement. Pour les entreprises qui souhaiteraient participer à ce prix, elles pourront soumettre soit un écrit ou une vidéo.

- Écrit : document, recto-verso, selon les exigences de contenu présenté dans ce guide et ce, dans la langue de votre choix (anglais ou français).
- Vidéo : vidéo amateur (montage vidéo un atout) à l'aide d'un téléphone intelligent ou d'un appareil photo numérique d'environ 180 secondes et ce, dans la langue de votre choix (anglais ou français).

De plus, il est important que les juges soient informés de l'entreprise d'entraînement qui représente l'entreprise marraine puisque c'est l'entreprise d'entraînement qui remportera le prix. Par conséquent, il est suggéré d'en faire la mention dans le plan de communication marketing (ex : un petit encadré) mais cette mention ne devrait pas occuper un espace dominant sur le plan de communication. L'important est de distinguer l'entreprise d'entraînement de l'entreprise marraine.

Les entreprises qui ne participent pas au prix du meilleur plan de communication marketing sont tout de même admissibles pour les autres prix pendant le Salon.

Prix PENDANT le Salon

Trois prix sont prévus pendant la tenue du Salon soit :

- 1- Environnement - Attrait et exploration (magasin physique seulement)
- 2- Qualité du service de vente (transactionnel)
- 3- Qualité du service à la clientèle (relationnel)

Le tableau de la page suivante résume l'ensemble des informations pour chaque prix.

*****RAPPEL : Tous les prix sont indépendants l'un de l'autre. Environ un mois avant la tenue du Salon, vous recevrez par courriel le formulaire à compléter pour nous informer des prix auxquels vous voulez participer. *****



Nouveauté 2024 :
le public votera pour son kiosque préféré pendant la tenue du Salon

Prix	Plan de communication marketing	Environnement - Attrait et exploration	Qualité du service de vente (transactionnel)	Qualité du service à la clientèle (relationnel)
Quoi?	<p>Un document synthèse d'une page recto-verso de format lettre ou légal, en couleurs et visuellement attrayant, présentant l'entreprise et ses stratégies marketing ainsi que la stratégie de communication marketing privilégiée lors du Salon. Un document présentant un exemple de plan de communication marketing attendu est présenté en annexe 1 de ce document.</p> <p>OU</p> <p>Vidéo d'environ 180 secondes présentant l'entreprise marraine et les produits et services vendus pendant le Salon.</p>	L'aménagement du stand commercial (physique)	Présence active des membres des entreprises d'entraînement à leur kiosque lors du Salon.	Présence active des membres des entreprises d'entraînement à leur kiosque lors du Salon.
Quand?	<p>2 semaines avant le début du Salon ; Tous les documents devront être envoyés par courriel à l'adresse suivante (avisoeep@uqar.ca) avant 8h00 mercredi le 6 novembre.</p>	Pendant la tenue du Salon		
Comment?	<p>Plus spécifiquement, au recto, on retrouvera une présentation de l'entreprise, de ses produits, de ses clients ainsi que de son positionnement. Au verso, on retrouvera ce qu'elle projette présenter dans le cadre du Salon, i.e. ses produits en lien avec les clients visés, son stand commercial (physique), son équipe de vente ainsi que ses efforts de communication menés avant, pendant et après le Salon.</p> <p>OU une courte vidéo amateur faite à partir d'un téléphone intelligent ou d'un appareil photo numérique.</p>	Un stand commercial invitant, attrayant et où il est possible d'explorer des produits intéressants.	Des équipes de vente en action, fiables et serviables qui donnent un service rapide et répondant aux besoins des clients.	Des équipes de vente en action, réceptives aux personnes présentes lors du Salon et attentives aux clients.
Critères d'évaluation	Qualité de la forme (présentation attrayante, synthèse et organisation, qualité de langue) + qualité du contenu (contenu attendu présenté, qualité des stratégies présentées).	Voir ANNEXE 2.	Voir ANNEXE 3.	Voir ANNEXE 4.
Retour à la suite de l'évaluation (feedback)	Pour chacun des prix, des commentaires écrits seront fournis aux équipes évaluées quant aux points forts (2) et aux éléments à améliorer (2).			

Salon international du commerce RCEE Plan de communication marketing



PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE¹

Fondée en 2013, *Aviso* offre des services professionnels comptables. Son expertise se regroupe en une gamme de services diversifiés qui répond à tous les besoins des entreprises et des particuliers.

La mission se déploie en deux volets, soit :

- partager avec nos clients notre expertise comptable, financière et stratégique en leur offrant des solutions novatrices et bien adaptées à leurs besoins immédiats et futurs.
- offrir à nos gens un environnement de travail stimulant et valorisant propice à leur épanouissement personnel et professionnel, les former pour qu'ils soient efficaces et dédiés à la réussite de nos clients.

Aviso prône les valeurs d'intégrité, de respect, de leadership et d'entraide au sein de l'entreprise.

PRODUITS ET SERVICES OFFERTS

Aviso adapte son offre de service aux besoins de chaque client. Plus d'une dizaine de services peuvent être réalisés dont l'audit ou l'examen d'états financiers ou autres informations financières, la mission de compilation, l'audit diligent, l'audit interne, la comptabilité des opérations, la formation en comptabilité, la mise en place d'un système comptable ou l'amélioration des pratiques comptables, etc.

Son expertise est regroupée en une gamme de services :

- Certification
- Fiscalité
- Services-conseils
- Comptabilité financière

CLIENTS ACTUELS

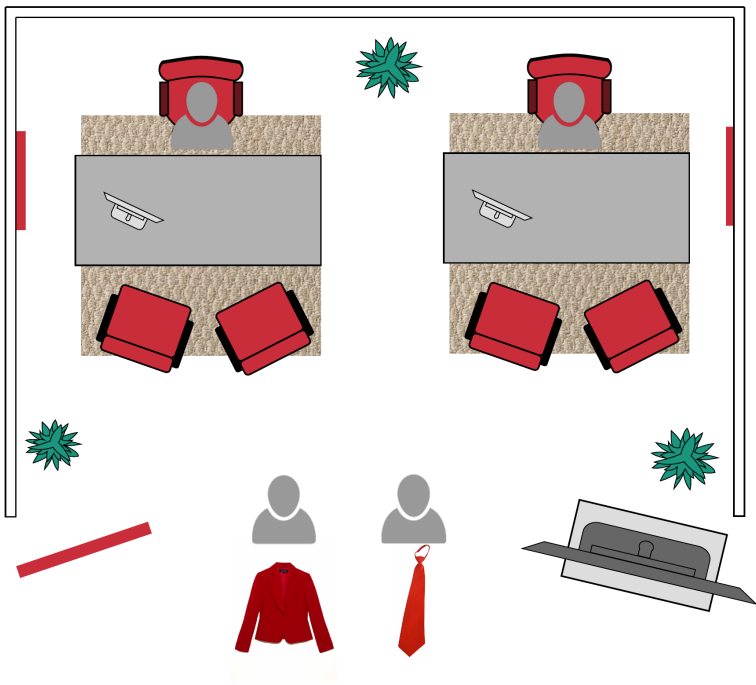
Aviso œuvre actuellement auprès des entreprises d'entraînement du Réseau Canadien des entreprises d'entraînement.

POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Ayant comme vision d'être la fierté de ses dirigeants, l'inspiration de ses ressources, la référence de sa clientèle et le leader de sa communauté, *Aviso* se positionne comme une entreprise de caractère dans l'industrie des services professionnels. En effet, elle est reconnue pour sa confiance, son engagement, son expertise et sa proximité avec chaque partie prenante.

PARTENAIRE MALLETTE

Aviso imite le fonctionnement de Mallette s.e.n.c.r.l Société de comptables professionnels agréés. Mallette est composé de quatre entités juridiques indépendantes, regroupant 33 bureaux solidement implantés dans plusieurs régions du Québec où œuvrent plus de 1 300 employés dans différents secteurs d'activité. Il s'agit aussi du plus important cabinet d'appartenance québécoise qui offre la plus large gamme de services dédiés à la PME québécoise. « Notre cabinet est classé parmi les 10 plus grands cabinets de comptables professionnels agréés au Canada. Mallette s'est dotée d'une structure opérationnelle à la fois simple et performante. »



LE KIOSQUE²

Le kiosque sera à l'image d'Aviso, soit professionnelle et dynamique. En effet, quatre ambassadeurs seront présents sur les lieux, dont deux, à l'avant, qui seront en charge d'attirer les clients et les autres, de traiter leurs besoins dans un environnement confortable. Puisque nous sommes à l'ère numérique, nous aurons sur place des outils de travail qui faciliteront les interactions. Une télévision diffusera une vidéo promotionnelle de l'entreprise et des ordinateurs seront à la disposition de nos représentants. Des accessoires tels que les plantes et les tapis rendront l'atmosphère du kiosque plus chaleureux et convivial. Remarquons aussi que le code vestimentaire des ambassadeurs favorise l'identification de la marque grâce au rouge du veston et de la cravate. Des affiches informatives compléteront le décor et permettront aussi d'éclairer les visiteurs.

LES SERVICES OFFERTS AU SALON

FORFAIT # 1

Services de formation aux entreprises qui appuie le développement organisationnel grâce aux équipes multidisciplinaires

FORFAIT # 2

Services-conseils et évaluation des besoins incluant la gestion financière, la performance organisationnelle et la gestion des ressources humaines

LES RESSOURCES HUMAINES



Deux ambassadeurs agiront à titre de solliciteur pendant le Salon. Ils seront positionnés à l'avant du kiosque et inviteront les visiteurs à consulter un conseiller. Ces personnes feront la promotion des forfaits offerts.

Qualités requises :
Habilités communicationnelles
Entregent
Dynamisme



Deux ambassadeurs agiront à titre de conseiller pendant le Salon. Par leur formation en gestion financière et en performance organisationnelle des PME reçue avant le Salon, ils offriront un service exemplaire aux visiteurs.

Qualités requises :
Professionalisme
Écoute
Empathie

LES EFFORTS DE COMMUNICATION

AVANT



PENDANT



APRÈS



ANNEXE 2

Environnement – Attrait et Exploration

Critères d'évaluation	Attentes des juges	Contenu du retour aux participants
Suivi du Plan de communication marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Les éléments présentés dans le plan de communication marketing vérifiables pendant la rencontre avec le juge sont conformes aux éléments présentés pendant cette rencontre. 	<p>Points forts (minimum 2) relevés par les juges.</p> <p><i>Exemple :</i> <i>Il était très facile d'identifier l'entreprise; excellente visibilité.</i></p> <p>Points à améliorer (minimum 2) relevés par les juges.</p> <p><i>Exemple :</i> <i>Les produits étaient peu visibles et accessibles.</i></p>
Ambiance	<ul style="list-style-type: none"> - Ce stand est bien éclairé ; - L'odeur dans ce stand est agréable ; - Le décor dans ce stand est convenable ; - Le niveau de bruit est acceptable ; - Ce stand est propre. 	
Aménagement de l'espace et fonctionnalité / design	<ul style="list-style-type: none"> - La circulation dans ce stand est sécuritaire; - La circulation dans ce stand est bien planifiée; - Les produits exposés dans ce stand sont bien choisis; - Les produits dans ce stand sont mis en valeur; - Les produits exposés dans ce stand concordent avec l'image de l'entreprise; - L'emplacement des produits exposés est judicieux; - L'aménagement de ce stand est créatif; - Le design intérieur est visuellement attrayant. 	
Signes, symboles et artefacts	<ul style="list-style-type: none"> - Les règles relatives à l'affichage et à l'étiquetage des produits sont respectées; - La langue écrite de l'affichage et de l'étiquetage est de qualité; - La signalisation de l'emplacement des produits est de qualité. 	
Facteurs sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Les employés dans ce stand représentent bien l'entreprise et le produit (par exemple, habillement et présentation soignés). 	

ANNEXE 3

Qualité du service de vente (transactionnel)

Critères d'évaluation	Attentes des juges	Contenu du retour aux participants
Fiabilité	<ul style="list-style-type: none"> - Les employés démontrent un intérêt sincère à répondre aux besoins des clients; - Les services sont fournis à l'heure promise. 	<p>Points forts (minimum 2) relevés par les juges.</p> <p><i>Exemple :</i> Il était très facile d'obtenir des réponses à nos questions.</p>
Serviabilité	<ul style="list-style-type: none"> - Les employés donnent un service rapide; - Les employés sont toujours disponibles pour répondre aux demandes des clients. 	<p>Points à améliorer (minimum 2) relevés par les juges.</p> <p><i>Exemple :</i> Les vendeurs n'étaient pas intéressés à répondre à nos besoins.</p>

ANNEXE 4

Qualité du service à la clientèle (relationnel)

Critères d'évaluation	Attentes des juges	Contenu du retour aux participants
Assurance	<ul style="list-style-type: none"> - Le comportement des employés donne confiance; - Les transactions avec les employés suscitent un sentiment de sécurité; - Les employés sont courtois; - Les employés ont les connaissances nécessaires pour répondre aux questions; - L'employé évalue la satisfaction du client; - L'employé confirme les biens et les services achetés par ce dernier; - L'employé finalise la sortie du client. 	<p>Points forts (minimum 2) relevés par les juges.</p> <p><i>Exemple :</i> Les vendeurs connaissaient bien leurs produits.</p> <p>Points à améliorer (minimum 2) relevés par les juges.</p>
Empathie	<ul style="list-style-type: none"> - Les employés donnent une attention personnelle à l'accueil des clients; - Les employés prêtent une attention individuelle aux clients de façon continue; - Les employés ont à cœur l'intérêt des clients; - Les employés comprennent les besoins spécifiques des clients. 	<p><i>Exemple :</i> Les vendeurs n'étaient pas polis et me tutoyaient d'une façon telle que c'était dérangeant.</p>