

Les salons et foires de l'emploi :

Pour recruter « en direct »

Parmi tous les moyens de recrutement disponibles, les salons et foires de l'emploi sont les seuls à vous permettre d'avoir, en trois ou quatre jours, un contact direct avec un grand nombre de personnes. Mais votre participation nécessite un effort de votre part.

Combien ça coûte ?

Cela dépend de l'envergure de l'événement et du lieu. Vos principales dépenses comprendront :

- la location d'un espace,
- le stand (structure, habillage.),
- les meubles et accessoires (tabouret, comptoir, présentoir.),
- les équipements informatiques et audiovisuels,
- des publications et des outils promotionnels (dépliants, affiches, signets.),
- les services (électricité, télécommunication.),
- le personnel (animation, montage, démontage, manutention.).

Comment choisir ?

Sélectionnez la foire ou le salon selon vos besoins et le but fixé. Accordez une attention particulière à la crédibilité de l'organisateur, à la portée géographique de l'événement et à la thématique. Avant d'arrêter votre choix, renseignez-vous sur les autres exposants et sur l'achalandage du salon ou de la foire les années précédentes. Demandez également le profil des visiteurs à l'organisateur pour vérifier si la clientèle qui sera présente est bien celle que vous souhaitez rencontrer.

Comment être vu ?

À 10 mètres, la personne à la recherche d'un emploi a en moyenne trois secondes pour décider si elle se dirige vers votre stand ou vers celui du voisin. Assurez-vous donc que votre aménagement se démarque bien :

- Mettez en évidence votre logo, votre slogan, si vous en avez un, et votre mission sur vos panneaux d'affichage afin que l'on sache que vous êtes là.
- Les messages sur les affiches doivent être courts, clairs et accrocheurs. Le visiteur a peu de temps pour se décider et vous ne devez pas le faire fuir avec une présentation trop compliquée.

- Mettez sur les couleurs pour attirer l'œil, mais de façon dosée.
- Suggérez à vos animateurs de se tenir debout près de l'allée : ils auront ainsi l'air plus accueillant.

Conseils pratiques

- Planifiez bien votre participation. Contrairement à ce que beaucoup pensent, il ne suffit pas d'installer un stand pour créer de l'affluence. Certains experts considèrent même qu'il faut se préparer au moins six mois à l'avance.
- Réservez tôt votre emplacement afin de choisir un espace près de l'entrée, de la sortie, du lieu d'inscription ou de tout autre point d'achalandage. Évitez les recoins, la proximité des portes de service (à cause du bruit), les colonnes qui grugent votre superficie d'exposition, les plafonds bas.
- Profitez des semaines précédant l'événement pour faire de la promotion, ne serait-ce que dans votre entourage ou auprès de vos fournisseurs.
- Sélectionnez vos animateurs avec soin. Ceux-ci doivent être accueillants, souriants et connaître parfaitement votre entreprise.
- Planifiez le scénario à adopter pour recueillir l'information. Les visiteurs passeront en moyenne quatre minutes à votre stand et vous devez vous faire une opinion immédiatement sur chacun.
- Évaluez, après l'événement, la qualité de votre participation. Vérifiez si vos objectifs ont été atteints, évaluez la qualité de votre emplacement et de votre matériel, quantifiez le nombre de rencontres faites.