



Programme

Séminaire: « How to be successful in German fairs »

Dans le but de réussir la visite de la délégation économique marocaine en Allemagne

29 Octobre 2019
Casablanca – Siège ASMEX

Promotion et gestion du projet



Ministère fédéral de la
Coopération économique
et du Développement



sequa gGmbH
Partenaire de l'économie allemande

Partenaires



EMA
Euro-Mediterran-Arabischer Länderverein
المنظمة العربية الأورو متوسطية للتعاون الاقتصادي
Euro-Mediterranean-Arab Association



Séminaire: “How to be successful in German fairs ”

Afin de rapprocher l'économie allemande et marocaine, le ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement promeut le projet des chambres de commerce et des associations professionnelles de Sequa GbmH. Ce projet porte le nom de « **Connect Achat** », et il est organisé par BME et EMA du côté allemand, et de l'AMCA (achats), l'AMICA (automobile) et l'ASMEX (exportation) du côté marocain.

L'objectif du projet **Connect Achat** est le renforcement de la compétitivité internationale des entreprises marocaines membres des associations partenaires marocaines, à travers le développement des compétences et des structures de ces dernières. Ainsi, elles deviennent des acteurs économiques axés sur l'internationalisation de leurs services et de leurs entreprises membres, tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Les partenaires de **Connect Achat** forment un réseau institutionnel des chambres de commerce et d'associations professionnelles dont le but est de se familiariser avec les structures allemandes, et pour que le secteur privé marocain bénéficie d'un soutien durable dans ses activités entrepreneuriales, sur 7 secteurs : Automobile, Textiles technique, Industrie pharmaceutique, Aéronautique, Electricité et Electronique.

De ce fait, Connect Achat et ces partenaires organisent un séminaire sous le thème : **How to be successful in German fairs**.

1

Ce séminaire aura lieu le 29 octobre 2019 au siège de l'**ASMEX** à Casablanca, sis au 2, Rue Jbel EL Aroui, angle Bb. sidi Abderrahmane, Hay Essalam, 20203.

Il sera animé en langue anglaise par M. **Jens ULLMANN** : International Business Expert et connaîtra la participation des personnes intéressées par la réussite de la visite des salons allemands.

Programme

Mardi 29 octobre 2019 – Casablanca / Siège ASMEX

09h00	Enregistrement
09h30	Mot de bienvenue
09h30 – 10h15	<p>Partie 1 : Position of International Trade Shows in the modern marketing mix</p> <p>1.1. Trade Show – What does that mean? 1.2. Companies: Communicating product-price-distribution 1.3. Trade Shows within the product mix 1.4. Trade Shows within the pricing and conditioning mix 1.5. Trade Shows within the distribution mix 1.6. Trade Shows within the communication mix</p>
10h15 – 10h45	<p>Partie 2 : International Trade Shows in Germany and the Global Trade Show market</p> <p>2.1. Entering the global market via International Trade Shows in Germany 2.2. Major organizers and trade show locations 2.3. Specific sectors (automotive, food, aerospace, offshoring, textiles/leather, pharma, chemical)</p>
10h45 – 11h00	Pause-café
11h00 – 11h45	<p>Partie 3 : Selection of the “right” Trade Show</p> <p>3.1. Different types of Trade Shows 3.2. Assessment and selection 3.3. Sources of information (AUMA, FKM)</p>
11h45 – 12h30	<p>Partie 4 : Successfully exhibiting on German Trade Shows</p> <p>4.1. Objections of taking part in a trade show 4.2. Costs of exhibiting 4.3. Organisation (schedule, programme, application, terms of participation) 4.4. Catalogues and information systems 4.5. Exhibit and stand (position, architecture, graphics, equipment) 4.6. Advertising and PR, especially visitors’ attraction 4.7. Staff and organisation of stand (selection, motivation, conversation, language) 4.8. Visitors registration, trade show and market information reporting 4.9. Trade show follow-up</p>
12h30 – 13h30	Déjeuner
13h30 – 14h00	<p>Partie 5 : Successfully visiting a trade show</p> <p>5.1. The classical role model within a trade show (exhibitor/visitor) 5.2. Objections, opportunities and limitations of a trade show visit 5.3. Preparing a trade show visit (product and exhibitor research, tour planning, conversations and its results) 5.4. Following up a trade show visit</p>
14h00 – 14h30	<p>Partie 6 : Trade show perspectives and trends</p> <p>6.1. Markets are changing – trade shows as well 6.2. Trade shows and digitisation 6.3. Trade shows and globalization 6.4. The trade show of the future</p>
14h30 – 14h45	Pause- café
14h45 – 17h00	<p>Echange et discussion</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p>Cas pratique : Facteurs clés de succès – Forum économique Germano-Marocain 2019</p>