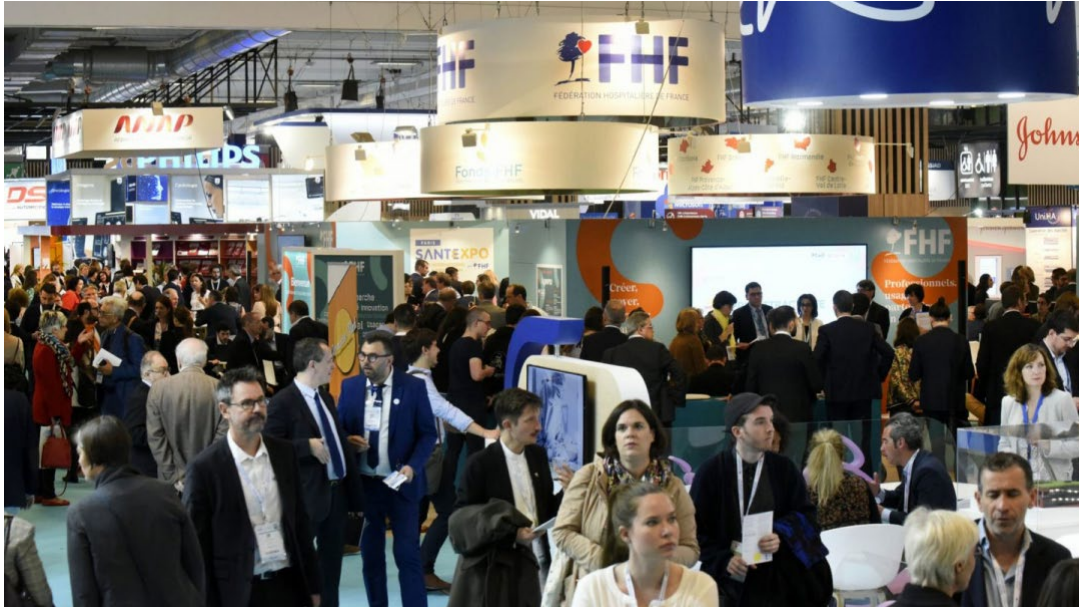


ORGANISATEURS, DISRUPTEZ !

Entretien avec Jean-Marie HUBERT, Président du groupe SPAT



Les membres du trio de direction du [groupe SPAT](#) sont des militants infatigables de l'innovation au service des salons. Aujourd'hui, Jean-Marie Hubert, président et fondateur appelle à un changement radical dans la relation entre exposants et organisateurs de salons. Nous avons cherché à en savoir plus sur cette mobilisation et les solutions qu'ils proposent.

Gazette des Salons : Jean-Marie Hubert, votre appel à prendre les armes ne passe pas inaperçu, vous appelez à la disruption, que doit on comprendre ?

JMH : Derrière une disruption technologique, c'est une disruption dans la relation client que nous installons.

GdS : C'est à dire ?

JMH : Les salons n'échapperont pas aux modèles économiques actuels. Les grandes entreprises comme Uber, Apple, Air BnB ont séduit les consommateurs grâce à une expérience client novatrice. Une parfaite utilisation des nouvelles technologies pour plus de services et aussi une facilité des systèmes de paiement.

En un mot, ils ont remis le client à sa place : Au sommet de leur préoccupations, en lui facilitant la vie avec un meilleur service au meilleur prix ; avec un « guichet unique » pour tous ses besoins. Ce guichet unique est associé à un interlocuteur unique, une parfaite coordination, une seule facture, un seul paiement, une garantie de bonne fin parfaite.

Dans le domaine des salons, il est impensable aujourd'hui d'imposer aux exposants de faire la queue en guise de « stratégie d'accueil » sur les

salons. En effet, l'expérience salon, si elle commence par une file d'attente au commissariat général pour obtenir un simple dû, un badge ou une prestation pré payée, c'est quand même une conception pour le moins décalée de la relation client.

GdS : Votre définition de la disruption ?

JMH : Ce n'est ni une révolution ni une destruction d'un système existant, c'est une évolution fondamentale. C'est plus précisément une stratégie d'innovation, remettant en question les pratiques sur un marché.

Je dis donc aux organisateurs « Disruptez, avant d'être vous-mêmes disruptés », car aujourd'hui la vision doit prendre conscience que l'expérience client sera l'élément majeur de la pérennité de nos organisations.

GdS : Que proposez vous ?

JMH : Ces dernières années, un virage technologique à 180° nous a permis d'opérer une disruption totale dans la relation avec les organisateurs et leurs exposants. C'est ainsi qu'à ce jour plus de 70 salons, grands et petits, ont adopté nos process. En faisant des clients heureux, nous avons gagné la considération des organisateurs, tout en améliorant leur économie globale.

Avec nos équipes de régisseurs, nos outils et nos services, nous accueillons les exposants sur leur stand à leur arrivée, stand préalablement complètement équipé et vérifié.

Finies les files d'attente, nous avons transformé l'expérience client avec une gestion exposants digne d'une conciergerie.

GdS : Quel est en est le modèle économique ?

JMH : Il tient en un mot : Transparent !

Nous mettons sur la plateforme exposants tous les produits stands, équipements, marketing choisis par l'organisateur ainsi que tous les produits et services des parcs. Les prix ne sont pas majorés. En revanche toute l'économie générée et sa marge remontent sur les organisateurs. Pas sur des intermédiaires, des prestataires ou les parcs. C'est quand même normal, l'exposant appartient à l'organisateur, c'est donc à lui seul que doit bénéficier cette économie parallèle.

GdS : Et l'application mobile ?

JMH : Elle est gratuite et liée aux services de la plateforme. Cela permet à l'exposant, sur un simple clic sur son mobile d'avoir recours à notre assistance via nos régisseurs géolocalisés. Là encore oubliez les déplacements au commissariat les files d'attente pour obtenir votre service !

GdS : Qu'est-ce qui vous distingue des autres plateformes ?

JMH : Absolument tout. L'appli avec le service déporté sur les stands, la transparence du modèle économique et au risque de me répéter : Le service total à l'exposant et à l'organisateur qui sont « cocoonés » du premier au dernier jour.

La plupart des plateformes n'incluent pas le service. Moins encore, certaines plateformes sont des simples systèmes de mise en relation. Donc

aucune économie de temps ni d'argent. Quand au modèle économique il n'est pas clair.

GdS : En résumé que vous ont appris ces dernières années sur la relation client ?

JMH : Ce qui importe le plus aux clients aujourd'hui, c'est le service, le prix et c'est surtout « la quantité d'énergie qu'il lui faut dépenser » (Cf Harvard Business Review. Marketing Stratégique à l'ère de l'IA), qui sont toujours mon cœur de préoccupation d'enseignement dans les grandes écoles et l'université.

Dans la mutation radicale qu'impose la nouvelle donne dans la relation client 7/7 et 24/24, appuyée sur les nouvelles technologies, les business modèles doivent être revus.

Nous proposons des solutions 100% service pour les exposants et 100% cashback pour les organisateurs : Disruption de tous les modèles !

GdS : Pour finir, quelles nouveautés allez vous présenter lors du salon HEAVENT et qui doit on rencontrer ?

JMH : Nos nouvelles formules d'accompagnement organisateurs à la carte avec Mélanie SIMON, Fanny BRIOIX et Benoît HUBERT les trois directeurs associés.

Nos nouvelles plateformes innovantes avec toute l'équipe de chefs de projets qui seront présents.

Autre nouveauté, la plateforme DA, une plateforme modulable pour les organisateurs proposant en ligne leurs contrats de participation aux salons et les outils marketing. Comme toute nos plateformes bien sûr, elle préserve la relation humaine avec les commerciaux.

La plateforme de gestion catalogue aussi. Chaque exposant rentre lui-même, de manière chartée et normalisée toutes les infos catalogue. Il y ajoute logos, images et fichiers.

C'est une économie de temps énorme pour l'organisateur et surtout une garantie pour l'exposant de la retranscription fidèle de ses informations. Elle a été notamment utilisée avec grand succès lors de « Paris Health Care Week » avec quelque 800 exposants.

GdS : Un mot pour conclure ?

JMH : Après 40 ans dans ce métier je suis heureux et admiratif car la transmission de mon entreprise s'est faite sous le signe d'un développement exponentiel et que les solutions inventées et mises en place positionne la SPAT en tête de cette part de marché.

Je serai présent sur [HEAVENT](#) à leur côté pour goûter les effets de cette embellie et revoir mes nombreux amis.



GAZETTE DES SALONS

J2HMEDIA, 2 RUE RENE COTY, MELUN France