

¡Depende de nosotros!

Participar en una feria es una

INVERSIÓN



no un gasto

Se debe:

- Planificar **antes**



- Trabajar **durante**

- Controlar **después**

¿Porqué no lo hacemos cuando invertimos en una participación ferial?

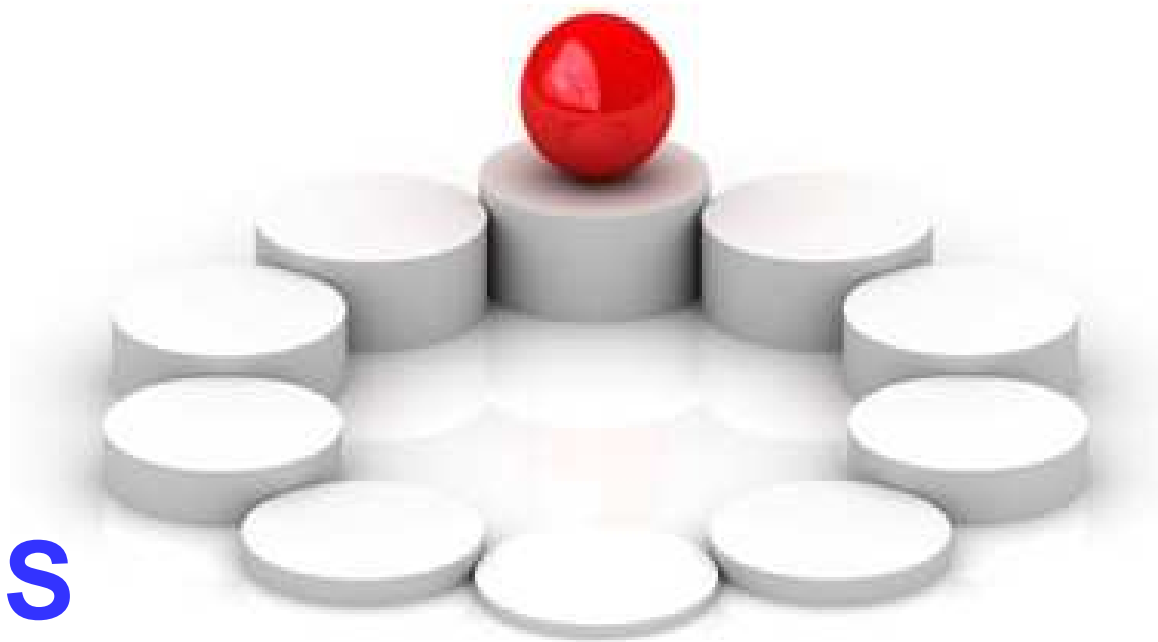


Ofrecen elementos diferenciadores
que las hacen

ÚNICAS

y

RENTABLES



Aportan



**Valor
Añadido**

al esfuerzo comercial

El primer beneficio es el



**CONTACTO
PERSONAL**

- Minimiza el costes de comercialización
- Se conoce in-situ a la competencia
- Se obtiene información de primera mano

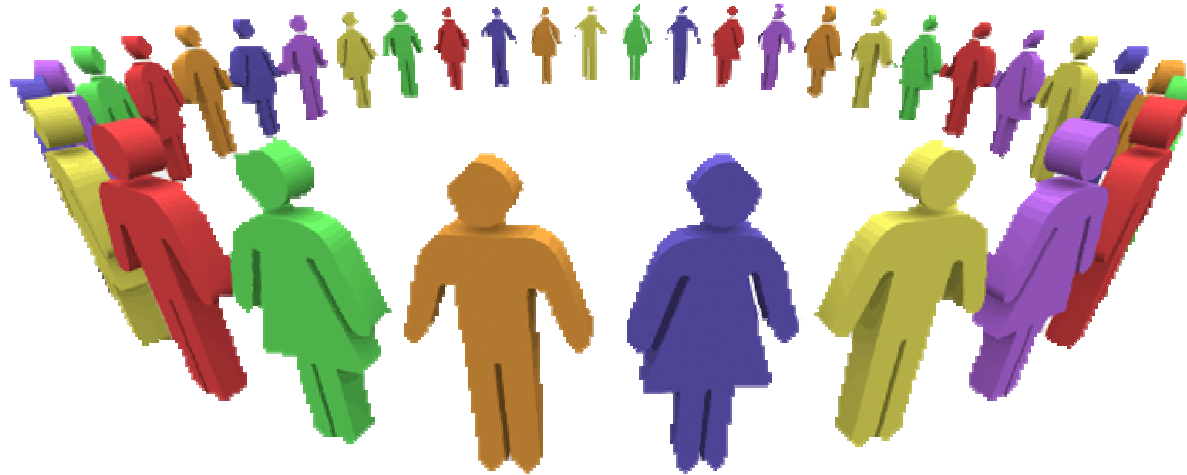


- El visitante es + receptivo
- Acelera su proceso de toma de decisiones
- Acuden clientes muy difíciles de captar en otro lugar



Formación del personal asistente

- Se relaciona con los clientes
- Mejora su conocimiento global del sector



- Motivación (team building)

El **67%** de los expositores

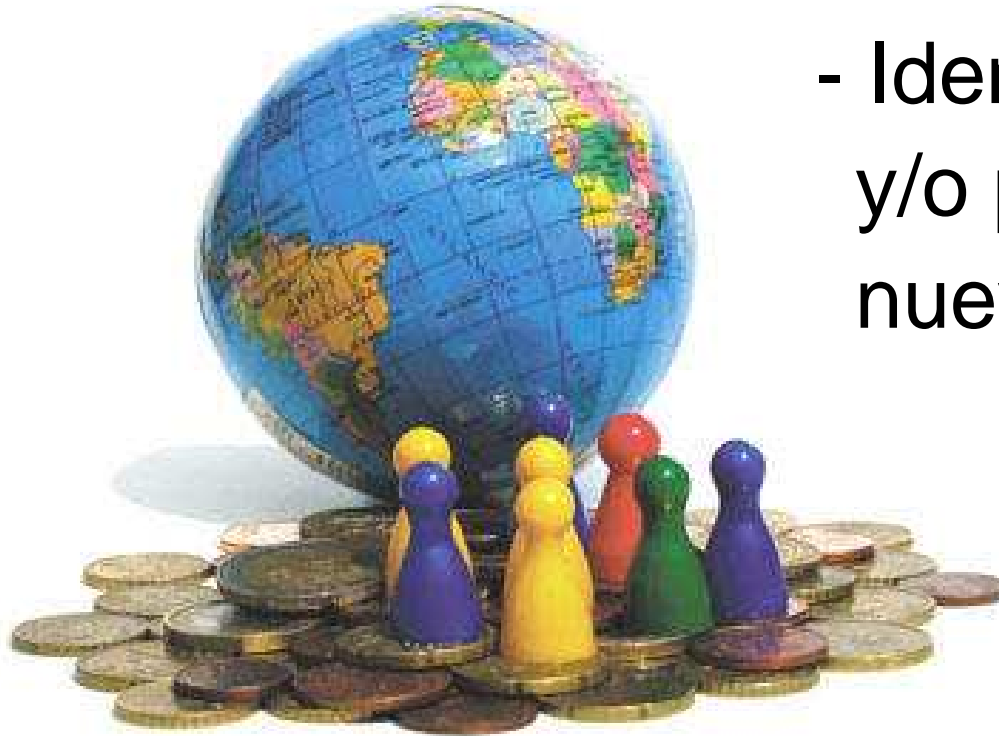
no planifican

su participación

(CEIR)



OBJETIVOS



- Identificar, penetrar y/o posicionarse en nuevos mercados

- Consolidar, incrementar y/o recuperar cuotas de mercado

- Relaciones con nuevos clientes
- Fidelizar clientes y proveedores
- Potenciar y afianzar imagen de marca

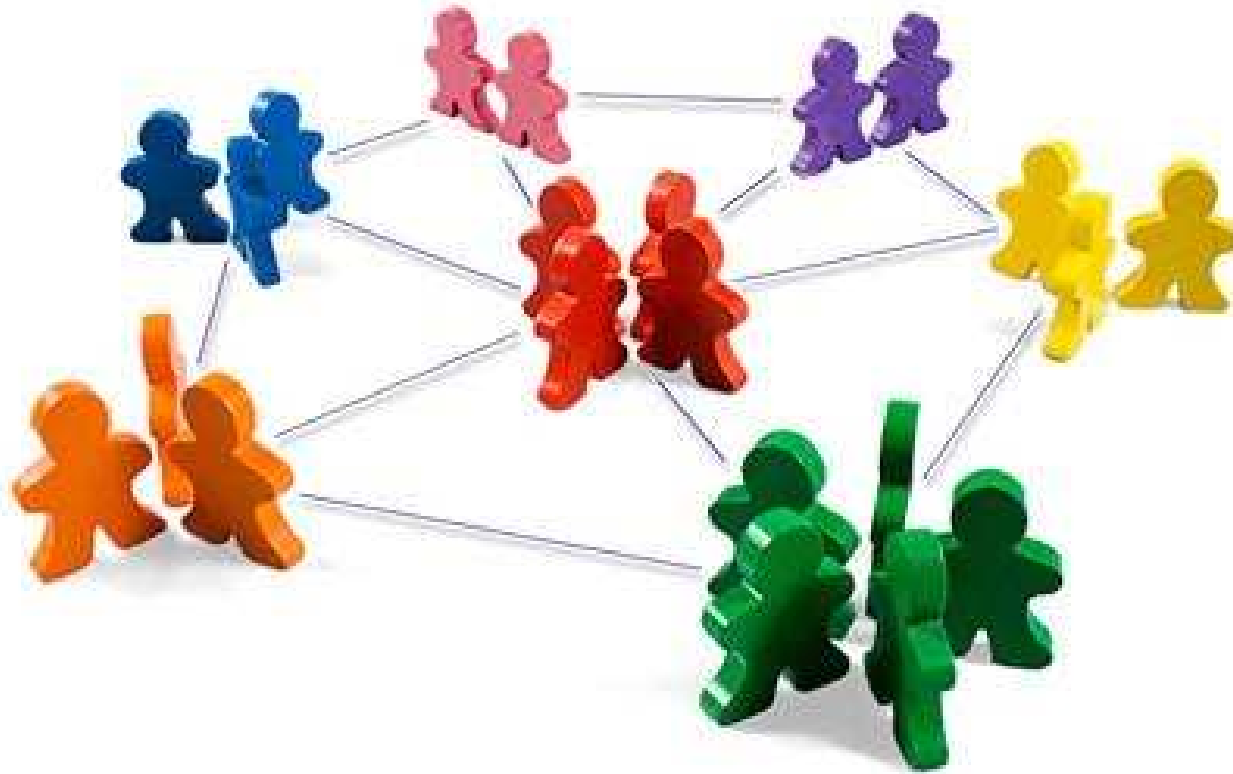


- Lanzar nuevos productos y ofertas
- Testar los destinos y sus productos



- Reforzar estrategias de comunicación
 - Facilitar acuerdos comerciales, promocionales y tecnológicos

- Ampliar la red de ventas



- Conocer sus necesidades
- Reclutar distribuidores y representantes

- Buscar oportunidades de inversión, financiación y patrocinios



Si la feria se abre al público

- Comprobar el impacto en el consumidor final
- Detectar su percepción, actitud, comportamiento, motivación y necesidad



Hay que:

- Preparar un Presupuesto y hacer su seguimiento
- Seleccionar y motivar el personal



Preparar planes de:

- **Promoción**
- **Publicidad**



- Comunicación

Material de: venta, información y promoción



No olvidemos que:



**Son puntos
de
partida,
no metas**

Dar mensajes

Claros

Precisos

Profesionales



Destacar sólo

Puntos Fuerza

para captar el interés



**Sólo
el equipo
debe**

**atender
a los clientes**



Hoy mandan el



ROO

y el

ROI

¿Qué es lo que

dejamos de hacer?

hemos hecho mal?

no hemos hecho?



Pongámonos a trabajar



¡¡¡Vale la pena!!!



¡MUCHAS GRACIAS!

Claudio Meffert
cmeffert@telefonica.net

Recordatorio

Pre-feria:

Planificación, organización y preparación

Durante la feria:

Realización y dinámica del stand

Post-feria:

Seguimiento comercial y evaluación