

8 CONSEJOS IMPRESCINDIBLES PARA MEJORAR TU **MARKETING FERIAL**



¿Vas a participar en una feria dentro de poco? ¿Necesitas ayuda para impulsar tu negocio? Descubre todo lo que puedes mejorar con estos consejos de Marketing Ferial, ordenados por acciones a realizar antes, durante y después de la feria.



RENTABILIZA AL MÁXIMO TUS RECURSOS. SI VAS A PARTICIPAR EN UNA FERIA, TIENES QUE LEER ESTO:

01 OBJETIVOS

Nunca podremos saber si hemos tenido éxito en una o no campaña si previamente no hemos marcado unos objetivos claros y estructurados. ¿Qué queremos conseguir? ¿A dónde queremos llegar? ¿Necesitamos dar más visibilidad a la empresa/marca mejorando su posicionamiento en el mercado, o por el contrario, queremos aumentar las ventas? Son cientos las opciones que existen, pero lo más importante es que nos hagamos preguntas concretas de este tipo, que las contestemos y que a partir de ahí actuemos.

02 PRESUPUESTO

No hay estrategia sin presupuesto. Tan importante es plantear una estrategia adecuada como saber si la podemos asumir económicamente. Debemos saber cuánto costará participar en la feria, si contamos con el presupuesto suficiente, cuánto estamos dispuestos a invertir en la feria, teniendo en cuenta todos los costes (tiempo, recursos humanos...), estimar el retorno de la inversión. Es muy conveniente hablar con los organizadores para que nos proporcionen información relacionada con el coste de la inscripción, qué recibe por el valor que está pagando, las formas de pago disponibles. También la duración de la feria para calcular gastos referentes a hospedaje, alimentación y traslados.

03 ¿QUÉ FERIA ELEGIR?

Una vez se han evaluado los criterios para asistir a la feria, es necesario especificar cuál es la feria a la que más me conviene asistir. La elección de la feria a la que vamos a asistir es uno de los puntos fundamentales de nuestra estrategia de Marketing Ferial, de ello dependerá en gran medida el éxito o no de la campaña. Debemos realizar un estudio de la competencia, para ver si tienen presencia o no en la feria, al igual que es muy importante estudiar la repercusión que tiene la feria, viendo cuántas ediciones se han hecho, cantidad de público asistente, perfil... Cuanto mejor sepamos cómo es el público que acude a la feria mejor podremos comprobar si nos conviene o no asistir. Es importante buscar información sobre la feria a realizarse, en catálogos, revistas, Internet o la prensa. Buscar también la opinión y experiencias de empresarios que han participado anteriormente. Y, si es posible, visitar la feria previamente tanto para evaluarla como para prepararse adecuadamente.

04 ¿QUÉ OFRECEMOS?

Habrá que definir adecuadamente cuál será el producto o servicio que se ofrecerá a los clientes potenciales en la feria. Para ello habrá que revisar criterios ya definidos tales como el mercado objetivo, la capacidad de producción, la disponibilidad de producto terminado, canales de comercialización, precio de sus productos.

05 PROMOCIÓN

Esta es una de las partes principales de la campaña. Sin una correcta promoción será muy difícil alcanzar los objetivos que queremos cumplir. Para ello, podemos, por ejemplo, publicar avisos en los medios de comunicación y redes sociales, así como en los especializados y en el directorio de la feria. Dirigirse directamente, vía correo electrónico, para invitar a tu stand a los clientes habituales y a los clientes potenciales, remitiéndoles tarjetas de invitación. Contactar directamente a clientes potenciales. La invitación personal es la forma más importante para que alguien visite una exposición. Muchos asistentes a las ferias visitan solamente los stands a los que fueron invitados.

06 STAND

Antes de escoger el lugar donde estará ubicado su stand, hay que analizar el plano general de la feria y asegurar sede obtener una excelente ubicación, en la misma línea de sus productos. Es importante escoger los lugares de mayor circulación de público. La decoración deberá ser creativa y que predomine el buen diseño. Los tres elementos clave en el diseño del stand son: Superficie contratada, Ubicación y tipo de Stand. Para este último caso resulta muy útil contratar a una agencia especializada en marketing ferial, pues un diseño llamativo, moderno e impactante captará la atención de nuestro potencial cliente y servirá para diferenciarnos de la competencia.

07 PERSONAL

Para la selección del personal que acudirá a la feria en representación de nuestra empresa deberemos ser muy cuidadosos. Es muy conveniente que llevemos a representantes de las empresa especializados en participación de ferias, con poder de decisión y formación técnica, capaces de contestar cualquier pregunta. Sin necesitamos contratar refuerzo para esos días, es importante dedicar tiempo a su formación previa, para que tengan nociones generales de la empresa, sus valores y lo que representa.

08 MÉTRICAS

Para saber realmente si una campaña de Marketing Ferial ha sido efectivo vamos a necesitar medir los resultados. Para ello compararemos los objetivos con los resultados obtenidos, y teniendo en cuenta cuánto nos ha costado conseguirlos.



Una buena estrategia de Marketing Ferial, será clave para alcanzar el éxito en tu campaña. Todos los pasos, del primero al último, son importantes para conseguir crear impacto en tus potenciales clientes y alcanzar tus objetivos.