

#1 Establecer Objetivos y Metas -- Notas

Cuatro Preguntas Clave

- ¿Por qué está exhibiendo?
- ¿Quién es su público objetivo?
- ¿Qué mensaje está intentando comunicar?
- ¿Qué quiere obtener de la feria?

¿Por Qué Exhibir?

- Mejorar relaciones con sus clientes actuales
- Para generar contactos cualificados
- Para posicionar a su organización

Los Objetivos Deben Ser:

- Específicos y concretos
- Cuantificables y Medibles
- Razonables y Alcanzables

¿Qué Puede Ser Medible?

- Costo por prospecto
- Costo por visitante contactado
- Impacto y Alcance visual



#2 Promoción - Antes, Durante y Después del Evento

--Notas

3 Pasos para una promoción exitosa antes del evento.

- La Lista. (Obtégala del organizador del evento, organismo independiente, otros.)
- El Contenido (Lo que los visitantes ven al llegar a su stand)
- La Oferta (Lo que los visitantes reciben por dedicarle su tiempo)

Promociones durante la exhibición.

Atraiga y mantenga el interés del visitante.

Productos promocionales (regalos)

- Comunique un mensaje
- Refuerce un mensaje
- Recompense a los asistentes por visitar su stand
- Reconozca la asistencia a una presentación

Las 5 promociones más populares.

1. Cosas que se pueden poner (27.2%)
2. Artículos para escribir (11.8%)
3. Vidriería / cerámica (9.4%)
4. Calendarios (7.3%)
5. Accesorios de oficina y negocio (5.6%)

Fuente: Asociación Internacional de Productos Promocionales

Para hacer que los productos promocionales funcionen...

- Deben poseer un alto valor percibido
- Se les debe de dar y no que lo tome el visitante
- Se deben de dar selectivamente
- Si es posible, personalícelo

Usted también puede ser patrocinador para potenciar credibilidad, generar anticipación o incrementar el conocimiento de la marca.



#2 Promoción - Antes, Durante y Después del Evento

-Notas

Demostraciones: Actividad + Involucramiento = MEMORABILIDAD

Las Demostraciones No Logran Sus Objetivos Cuando:

- Son muy largas
- Son demasiado detalladas
- Proporcionan demasiada información

Las Presentaciones En Vivo Pueden:

- Atraer a demasiadas personas.
- No ser selectiva.
- Tener monólogos extensos.
- Confundir entretenimiento con educación

Marketing después del evento.

- Haga que el primer día de regreso del evento sea el último día de la exhibición dedicándolo a la promoción y seguimiento después del evento (post-feria)
- Prepare los paquetes informativos antes de salir para la exhibición
- Dele a los prospectos tiempo para recuperarse.
- Que el material informativo llegue la semana siguiente a su regreso



#3 Selección y Preparación Del Personal - Notas

El 90% De Lo Que Los Visitantes Recuerdan De Una Feria Tiene Que Ver Con El Personal.

Características Del Personal Efectivo (Regla APPLE):

Actitud: _____

Personalidad: _____

Producto(conocimiento): _____

Lugar: _____

Experiencia: _____

El Proceso:

1. Alcanzar _____
2. Relacionars con _____
3. Reaccionar y responder _____

Mensajes Efectivos

1. 1, 2 o 3 Mensajes importantes
2. Apoye sus mensajes clave con detalles
3. Enfatice su ventaja competitiva
4. Que sus mensajes e historias sean sobre la gente
5. Hable de beneficios y no de características
6. Ensaye

4. Registro de información _____

Agenda Para la Reunión antes del Evento.

- Objetivos, temas y mensajes
- Estrategia de stand
- Itinerarios de trabajo
- Eventos especiales, actividades y promociones
- Actividades dentro del stand
- Demostraciones y presentaciones en vivo
- Habilidades de venta en la exhibición

Asuntos Prácticos:

- Vestir para la máxima efectividad
- Use calzado cómodo
- Beber mucha agua
- Descansar
- Tomar descansos - este fresco y despierto





Tridente Image Builders Copyright todos los Derechos Reservados
Puerto de Navacerrada 51 P.I. Las Nieves , 28935 Móstoles -Madrid.
Tlf. 91 332 2102 - Fax 91 332 0650