

# ¿CÓMO PREPARAR LAS FERIAS COMERCIALES?



## ACCIONES DE PROMOCIÓN: FERIAS COMERCIALES

### Qué es?

Las ferias comerciales son un poderoso **instrumento de promoción empresarial** donde se ponen en contacto la **oferta y la demanda** de productos y servicios, así como los canales de distribución, proveedores y otros actores económicos relacionados con el sector en el cual la feria está especializada.

Las ferias internacionales una importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación muy poderoso. Son una técnica de ayuda a la venta, así como un medio de presentación excepcional, ante un gran número de clientes potenciales, y en un periodo de tiempo y espacio delimitados. Permite optimizar la relación entre el coste de venta por cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.

### Cómo se lleva a cabo?

Una feria internacional es un evento que supone unos costes elevados para la empresa, por lo que precisa de una preparación y ejecución -estratégica, logística y comercial- muy exigentes.

Tenga muy en cuenta las fechas de cierre de la inscripción, que suelen ser con varios meses de antelación a la celebración de la feria.

Cada año se publica un calendario de ferias internacionales que se celebran en diferentes países del mundo. Además, en cada país hay ferias de carácter nacional y regional que pueden resultar muy interesantes para la empresa exportadora a ese país en concreto. En 2017, sólo ICEX ya acudió a 294 ferias internacionales.

Así pues, las decisiones a tomar son varias:

- Acudir o no ferias comerciales internacionales;
- De acudir, ¿a cuáles?
- Asignar presupuestos y responsables del proyecto - feria;
- Prepararse y ejecutar las acciones derivadas del plan-feria con rigor, con método y con guía.

## Consejos prácticos para la pyme

1)

La mejor fórmula para saber si una feria es adecuada para su empresa es **visitarla previamente**. Eso le permitirá saber cómo está organizada, qué pabellón es más interesante para su empresa, qué perfil de visitantes tiene, quienes acuden a exponer entre su competencia, y cómo exponen (tipo de stand, medios utilizados, imagen, etc.). **Cuando decida acudir, no escatime recursos: es mejor no acudir a una feria que hacerlo transmitiendo una imagen pobre.**

**Acudir a las ferias donde haya pabellón oficial**, de cualquier Organismo de Promoción (ASTURESX, ICEX, etc.), es una manera adecuada de empezar a conocer el mundo de las ferias internacionales y de adquirir experiencia antes de afrontar la exposición en solitario.

2)

3)

Valore la **exposición agrupada** con otras empresas del sector en ferias internacionales: se potencia la imagen de empresa colaboradora y abierta, potenciando igualmente la imagen de capacidad y la posibilidad de generar negocios más allá de la propia oferta; y por supuesto, se abaratan los costes de exposición y gestión.

Defina un **check list** de actuación para **antes, durante y después** de la feria. Ejecútelo con rigor. Mejórelo según vaya adquiriendo experiencia en exponer en ferias.

Obtenga **información previa sobre la feria y sobre el país** donde se desarrolla. Defina un presupuesto bien detallado. Planifique **cómo va a actuar en la feria**: personal de stand, comportamiento ante visitas, turnos, funcionamiento adecuado y seguridad del material empleado, repuestos, viajes y alojamientos con mucha antelación (suele haber problemas de hoteles y vuelos), etc.

4)

5)

**Optimice** su presencia en ferias mediante acciones de **marketing digital**, comunicando a sus clientes o potenciales clientes o distribuidores su presencia en la misma, y tratando de concertar entrevistas previas. Aproveche su estancia en la feria para ser **proactivo** en redes sociales. Si es una empresa expositora, hágaselo saber, deje una tarjeta de contacto y comuníquese con ella tras la feria.