

**ii Este año exponemos en la feria !!**



**Marketing ferial  
Coev. Valencia  
01.06.2005**

# ¿Qué es SQ marketing&design?

- SQ marketing
- SQ design



## **¡Que se ocupen los consultores!**

- Su labor es coordinar. Establecer un protocolo de actuación.
- Exponer en una feria es una actividad multidepartamental. El consultor controla y apoya las funciones de cada departamento.

# ¿Por dónde empezamos?

- Elaboración de un informe de situación y recomendaciones que incluya:
  - Dónde es la feria?
  - De quién es y quién gestiona la feria?
  - Datos históricos objetivos y subjetivos. Informes de ediciones anteriores. Entrevistas a usuarios (visitantes, expositores y medios).
  - Obtención de un punto de conexión con la organización de la feria. Valor del consultor.
  - Colaboradores externos para la participación.
  - Presupuesto.
  - Evaluación de resultados esperados.
  - Recomendación final.

# ¿Qué hacen marketing y comunicación?

- La feria como parte de una estrategia global.
- Estudiar la feria. Agrupadas sectoriales. Ferias y exposiciones.
- Definir objetivos cualitativos, acciones y presupuestos.
- Plantear estrategia producto-comunicación.
- Analizar presencia de la competencia. “Market Makers”

# ¿Qué hacen marketing y comunicación?

- Analizar medios comunicación y soportes que la feria incorpora.
- Analizar servicios que la organización ferial ofrece. Agentes. Intérpretes. salas business center.
- Coherencia en la presentación de nuevos productos al mercado. Testados y en producción. Conferencias en el recinto ferial, presentación a los medios, etc
- Comunicación a los prescriptores del estado de desarrollo de productos, nuevos diseños, acciones promocionales, etc. Que nos posicionen como *cita obligatoria en su agenda de feria.*

# ¿Qué hace comercial?

- Objetivos departamento comercial;
  - Captación de nuevos clientes/Pedidos.
  - Entrada de pedidos de clientes actuales.
  - Oportunidad de fidelización de clientes.
  - Elección de canales de distribución en exportación.
- Coherencia en la elección del canal de Distribución. Evitar competencia directa entre distribuidores.
- Coherencia en los plazos de entrega acordados en la feria y previstos por producción.
- Durante Feria: Presentaciones, reuniones con los comerciales, clientes, agentes.

# ¿Qué hace comercial?

- Durante Feria: Calendario previsto de visitas a los nuevos contactos según las áreas geográficas.
- Investigación sobre los nuevos contactos feria:
  - Interna, medios propios, agentes, colaboradores, competidores...
  - externa, informes comerciales, seguros,...



# ¿Qué hace diseño?

- Tiene la oportunidad de demostrar sus capacidades. En producto y escenografía.
- Estudiar la feria y su contenido a fondo. También el off-feria. La ciudad.
- Crear el espacio adecuado para los fines que defina marketing-comercial
- Estudiar flujos, entradas y salidas de visitantes. Posición de los focos de atención en el pabellón. Líderes-seguidores. Escaleras, puertas, servicios, cafeterías.....
- Negociar con Comercial la “cantidad” de producto a exponer.

## **¿Qué hace administración?**

- Gestionar ayudas públicas.
- Pagos.
- Documentación y permisos.
- Planificar gastos y proveer de metálico a los que viajan.

## ¿Qué hace logística?

- Estudiar los detalles técnicos que afectan a la feria. Montaje y desmontaje.
- Adecuar el equipo humano y técnico a las necesidades.
- Analizar opciones subcontratación. Economía y comodidad.



# ¿Qué hace dirección?

Liderar, responsabilizarse,  
influir, participar,  
animar ,decidir,  
coordinar,.....

The background features two large, stylized, grey letters 'S' and 'Q' that are partially overlapping. The 'S' is on the left and the 'Q' is on the right. The text '¡¡ Gracias y buena feria!!' is centered over these letters.

**¡¡ Gracias y  
buena feria!!**

**SQ MARKETING&DESIGN**

# SQmarketing&design

- [rcuadra@sqmarketingdesign.com](mailto:rcuadra@sqmarketingdesign.com)
- [fsanchez@sqmarketingdesign.com](mailto:fsanchez@sqmarketingdesign.com)

