

10 acciones de marketing para sacarle el máximo partido a tu presencia en feria



sales layer

El propio diseño y montaje del stand de feria ocupa mucho tiempo, pues son muchas horas de desarrollo buscando la mejor distribución e iluminación, los mejores materiales y los elementos que llamen la atención de los visitantes.

Ya lo tienes todo listo, pero te falta una estrategia de promoción y necesitas una solución efectiva, ágil y potente.

Las siguientes acciones de marketing online tienen un coste muy bajo y no implican demasiado tiempo de producción, aunque los resultados son muy beneficiosos.

En este kit encontrarás todas las soluciones rápidas y con poco presupuesto que puedes empezar desde ya.

ACCIÓN 1: INVITACIONES PERSONALES

Una invitación personal es la mejor manera para formar un compromiso con las personas que deseas que vayan a tu stand.

Envía invitaciones personales a personas influyentes como bloggers, periodistas o proveedores y accionistas de tu empresa. Puedes realizarlo vía online o enviar una carta firmada por correo postal. Por ejemplo, si te diriges a altos mandos, es conveniente una carta firmada por el director de la empresa. Y solicita siempre la confirmación de asistencia.



Encuentra tu plantilla en el kit con el nombre Plantilla de Invitación a Feria

ACCIÓN 2: CADENA DE NEWSLETTERS

Planifica un flujo de envíos de correos automatizados con objetivos específicos. En este kit especial tienes las plantillas necesarias con tips exclusivos para realizar newsletters atractivas.



Encuentra tres plantillas en el kit Plantillas de Newsletter para Ferias

ACCIÓN 3: BANNERS EN RRSS

Publica posts especiales en tus redes sociales para que todos tus seguidores sepan que estarás en la feria y que te pueden visitar. Incluye una oferta especial o anuncia un lanzamiento. Te incluimos una plantilla para los posts en Facebook, Twitter y LinkedIn.



Encuentra cuatro plantillas en el kit Plantillas de Post RRSS

ACCIÓN 4: BANNER EN LA WEB

Al igual que en las redes sociales, incluye tus próximas visitas a ferias. Hazlo visible y que llame la atención. Con esta acción no solo atraerás a posibles clientes a visitar tu stand, sino que también aumentarás la credibilidad ante tus visitantes online.

¡Ojo! Tu presencia online tiene que estar perfectamente actualizada. Muchos de los potenciales clientes que te visiten en tu stand no van a realizar la compra en ese momento y realizarán una investigación online para conocer mejor tu empresa.

ACCIÓN 5: NOTA DE PRENSA

Esta acción funciona perfectamente cuando tengas un lanzamiento de producto que presentar durante la feria. Recuerda que lo importante es que tengas un hecho noticiable que pueda interesar a los periodistas.



En este kit te incluimos una plantilla para crear una Nota de Prensa con mucho poder.

ACCIÓN 6: OFERTA ESPECIAL (LANZAMIENTO)

Como comentamos anteriormente, las ferias son el momento idóneo para captar la atención de la prensa, influencers y clientes potenciales. Planifica una presentación especial y anuncia el lanzamiento de tu nuevo producto.

Si no se van a realizar lanzamientos, crea ofertas especiales para aquellos que te visiten o regala merchandising.



Encuentra tres plantillas en el kit Plantillas de Post RRSS

ACCIÓN 7: MODIFICACIÓN DE LA FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO

Realiza un diseño tipo banner que indique el nombre de la feria, las fechas y el número de stand. Solicita a los comerciantes de la empresa y personas que tengan contacto con clientes y proveedores que lo coloquen en su firma de correo electrónico.

En el banner coloca un enlace hacia tu web donde difundas la noticia sobre la participación de tu empresa en la feria.

ACCIÓN 8: PRE-SHOW METTINGS

Muchas organizaciones y compañías asisten días o semanas antes para realizar las primeras reuniones antes de que el evento empiece. Estas reuniones tienen como objetivo el networking y no la venta. Es decir, es el mejor momento para darle los últimos detalles a tu stand mientras recopilas información y construyes relaciones con clientes potenciales.



En nuestro kit tendrás la Plantilla para base de datos de ferias

ACCIÓN 9: FOTOS DE LA FERIA EN REDES SOCIALES

Cuando ya empiecen las jornadas intensivas de feria, realiza fotos y vídeos cortos donde muestres tu stand junto a los mejores momentos del encuentro.

Se trata de compartir la historia que existe en la feria. Permite a tus seguidores que conozcan los momentos previos del evento y aprovecha para invitarlos a asistir.

ACCIÓN 10: TWITTEA CON EL HASHTAG DE LA FERIA

Twitter es la red social que mejor funciona para los eventos, seguida por Instagram Stories. Utiliza el hashtag oficial de la feria para publicar fotos de los expositores, de la ciudad donde se ubica la feria y comenta con entusiasmo las conferencias o charlas a las que asistas.

Recuerda hacer retweets para aumentar la interacción y etiqueta a otros expositores en tus fotos para construir comunidad.

Para que estas acciones tengan el mayor éxito es necesario tomarse un tiempo para ejecutarlas. Las acciones se complementan entre ellas, por lo que lo mejor es que realices el mayor número posible de acciones.

Intenta planificar tu estrategia de comunicación para que dure como mínimo tres semanas. No bombardees una semana antes a todos tus contactos y, sobretodo, a aquellos con los que no tienes creada una relación.

Recuerda que las ideas originales son las de mayor impacto, pero solo si se utilizan en armonía con la industria y la marca.

Las ferias son grandes inversiones así que sácales el máximo partido.