



¿Estás organizando un
evento face to face?

Te ayudamos a aprovechar
los elementos en tu espacio

servis



Índice

→ ¿Qué quieres que pase en tu espacio?	3
→ Comunicación “face to face”: do’s & dont’s	5
→ Cómo distribuir los elementos en tu espacio	6
Primera impresión	6
Atención personalizada	6
Salas de reuniones	6
Iluminación	7
Personal	7
Imagen y sonido	7
Zona VIP	7
→ Las personas, lo más importante: rodéate de profesionales	8



¿Qué quieres que pase en tu espacio?

Ten claro tu objetivo

Lo primero que debes tener claro cuando acudes a un evento, congreso o feria como expositor es **tu objetivo: ¿qué quieres que pase en tu espacio? ¿Qué esperas del evento?** La estrategia a seguir será muy distinta dependiendo de lo que pasará en tu espacio cuando el visitante acuda a él.

Puede ser que tu intención sea:

- **Dar a conocer** un producto nuevo que has lanzado (o quizás tu propia marca).
- Promocionar una **oferta**.
- **Vender** uno o varios productos en concreto .
- Generar **nuevos contactos**.
- Atraer un grupo determinado de **clientes potenciales**.
- **Fidelizar** clientes o contactos ya creados.

Tanto la decoración, la disposición de los elementos como la propia comunicación serán distintas en cada uno de los casos. Cada detalle es importante para **crear la atmósfera necesaria según tu objetivo**: sea la venta, la promoción, la generación de contactos o la fidelización de clientes, es importante **centrarse en el objetivo para rentabilizar tu inversión en el evento y en el propio espacio**.

Muchas son las empresas que aprovechan las ferias para generar nuevos ingresos, y es que tener claros los objetivos que se quieren conseguir hará que tengas una meta y te permitirá, posteriormente, realizar un análisis de los resultados. Las acciones que realices en el evento variarán en función de dichos

“CÉNTRATE EN EL OBJETIVO”

objetivos. Piensa, por ejemplo, en **regalar muestras** si quieres promocionar un nuevo producto; o quizás puedes hacer que el visitante viva la **experiencia de probar tus servicios**; ¿y qué tal pensar en una **acción viral en redes sociales**? Imagina crear un “hashtag” específico para el congreso y crear un photocall divertido: los visitantes querrán hacerse fotos en él, te etiquetarán en la red social y los amigos de éstos verán tu marca; una estrategia perfecta para dar a conocer tu empresa. Como ves, si defines bien tu objetivo **puedes llegar a un público más amplio** de lo que parece...

“ACTIVA TUS REDES SOCIALES CON UNA ACCIÓN VIRAL”





Comunicación "face to face": do's & dont's

Expositor: qué debes hacer y qué no a nivel comunicativo

Preparar una feria o congreso es un trabajo de muchos meses y, una vez llega, requiere mucha concentración, paciencia y saber estar: van a ser muchas horas de cara al público y verás pasar gente de todo tipo. A continuación puedes ver una lista de lo que debes y de lo que no debes hacer para dar una buena imagen y comunicarte correctamente con los visitantes.

"TODO COMUNICA CUANDO ESTÁS EN TU ESPACIO"

Comunicación "face to face" en eventos Do's & dont's



- Conoce bien los productos que venderás u ofrecerás en el evento
- Recibe a los visitantes con una sonrisa
- Muéstrate receptivo/a y comunicativo/a
- Conserva el espacio limpio, ordenado y recogido
- Sé educado/a y respetuoso con el visitante: es un cliente potencial
- Visita otros espacios de la feria, sean o no competencia de tu marca
- Cuando hables, mira a los ojos de tu interlocutor/a: proyectarás seguridad y confianza

- Evita sentarte, haya o no visitantes en tu espacio
- No leas, ni comas: da una imagen de poca profesionalidad
- Aléjate del móvil: mirar tu smartphone o colgarte al teléfono no te beneficia
- Nunca subestimes a un visitante o grupo de visitantes: el cliente perfecto puede tener muchos aspectos
- Aunque tengas "buen rollo" con otros expositores, no hagas corrillos: así sólo alejarás a los visitantes
- No repartas folletos o catálogos por doquier: sé selectivo/a
- Algunas ferias son verdaderos focos de curiosos: no te ofusques, aleja la agresividad y ten paciencia





Cómo distribuir los elementos en tu espacio

Lo primero que debe dar tu espacio son ganas de entrar en él: iluminación, decoración, montaje, sonidos, vídeo, actividades interactivas... hay mil y una ideas para atraer la visita de tu cliente potencial. No obstante no todo es el “qué” sino también el “cómo”: ¿cómo distribuir correctamente todos esos elementos en tu espacio? A continuación te damos algunos consejos:

→ Piensa en **qué será lo primero que vea el visitante**: haz que tu marca esté visible. Una opción puede ser un mostrador, con algunos catálogos y espacio para hablar, de pie, cerca del visitante pero manteniendo cierta distancia.

Es importante que sea impactante para que le den ganas de ver qué es lo que tienes para mostrarle. Empresas como Servis pueden hacer un mostrador customizado para tu marca: un recibidor único que hará que el visitante distinga sin problema con qué empresa está hablando y que le llame la atención para que le enseñes más de tus productos o servicios y sienta curiosidad y ganas de comprar tus productos.

→ ¿Necesitas una zona para dar una **atención más personalizada**? Coloca al fondo del espacio o en uno de los laterales unas mesas con **sillas cómodas** para profundizar con tu cliente potencial. Hay visitantes que pueden sentirse agobiados en una feria o congreso, sin espacio vital suficiente, o incluso abrumados con tantos espacios distintos, tantas luces y sonidos. Ponte en su lugar: si puedes ofrecer una atención personalizada en una zona concreta de tu espacio **conseguirás poder escuchar lo que tu cliente potencial pretende conseguir** acercándose a él, lo que aumenta considerablemente la **posibilidad de venta**.

→ Si asistes a un evento dirigido a empresas, es probable que necesites una **sala de reuniones** con más privacidad que la anteriormente citada zona de atención personalizada. Esta sala de reuniones bien podría estar situada en una parte superior del es-



pacio, es decir, creada en una segunda planta, accesible mediante unas pocas escaleras. La **imagen de profesionalidad** que da este tipo de salas otorga una gran ventaja a la propia presentación que tengas preparada para la reunión: tu ordenador, tu proyector, una larga mesa con sillas alrededor... ¡Traslada la sala de reuniones de tu oficina a tu espacio!

→ **Iluminación:** la luz no es sólo un **elemento vital**, sino también estratégico. Mantener una correcta iluminación en todo el espacio, además de dirigir **estratégicamente** ciertos focos de luz a algunos lugares concretos, como por ejemplo a vitrinas con los productos nuevos, harán que los asistentes se sientan tentados a mirar, aunque no sepan exactamente por qué...

→ **Personal:** los responsables de la atención al visitante deben estar colocados de forma que el cliente potencial pueda ver vitrinas, catálogos o folletos con libertad, pero también **estar cerca para cuando necesiten ayuda** o tengan alguna duda. La profesionalidad que transmitan será la que el visitante recuerde, así que el elemento humano es igual de importante que el propio espacio (puedes ver más detalles sobre la importancia de los profesionales en el capítulo siguiente).

→ **Imagen y sonido:** la música y los **elementos multimedia e interactivos** son básicos en cualquier evento y tu espacio no puede quedarse atrás. El éxito de la participación de los visitantes en tu espacio dependerá, en gran medida, de estos factores que, estudiados tácticamente, pueden dar **resultados inimaginables**.

Piensa, por ejemplo, en una tablet con la que los visitantes pueden personalizar el producto que vendes en una imagen en 3D o hacerles vivir una experiencia musical customizada a su gusto, dentro de una sala aislada acústicamente, como puede ser la que una conocida marca de electrónica mandó construir a Servis en la última edición del Mobile World Congress en Barcelona:

→ **Zona VIP:** ¿cómo te sentirías tú si te dan acceso a **zona exclusiva**, donde hay un catering con delicatessen, bebidas exóticas y una atención cuidada al detalle? Nunca olvidarías algo así, ¿verdad? Pues piensa que tú puedes ofrecer algo parecido a los visitantes de tu espacio: puede que olviden lo que dices o cómo lo dices, pero no olvidarán cómo les has hecho sentir, ¡y a todos nos gusta sentirnos especiales!





Las personas, lo más importante: rodéate de profesionales

Puedes tener un espacio limpio, ordenado y montado estratégicamente para aumentar tus ventas pero si las personas que están en él no son profesionales, la imagen de tu marca o empresa quedará dañada y no podrás rentabilizar la inversión.

Al final, este tipo de **eventos se centran en dar una imagen concreta de la empresa y las personas también son parte de ella**: piensa detenidamente quién asistirá a la feria y quién estará en el tu espacio y medita sobre la ropa, maquillaje o peinados que llevarán los azafatos y azafatas: **ellos y ellas serán los embajadores de tu marca**, la cara de tu empresa, y por ello una buena presencia es vital. Si prefieres que alguien ajeno a tu marca sea quien esté presente en el evento, estaría bien que pensaras en tener en tu equipo a un/a **relaciones públicas**: estos profesionales son expertos en comunicar y es importante que te rodees de **personal cualificado para reflejar los aspectos de tu marca** que realmente quieres.

Eso sí, **la profesionalidad** se demuestra desde que empiezas a organizar el evento hasta que llegas a la oficina y haces balance de cómo ha ido, pasando por el propio momento de planificación del espacio, montaje, desmontaje, distribución, estrategia... Es para este momento central que debes contar también con los **mejores expertos del sector**, ya que tú debes enfocar tus esfuerzos en qué y cómo vas a explicar lo que quieres transmitir a los visitantes.

Una de las empresas de **soluciones para eventos más importantes a nivel nacional y europeo es Servis**: con oficinas en Barcelona, Madrid, Zaragoza y París, los profesionales de Servis tienen como misión hacer que tu participación en ferias o congresos sea como esperabas y obtengas los resultados esperados, dando la imagen de marca que quieres dar.

“CUIDA AL DETALLE
LOS EMBAJADORES
DE TU MARCA”

servis

Síguenos:



www.servisgroup.es