



NOTA DE PRENSA · 22 de noviembre de 201

## **Estudios recientes revelan la importancia de una buena gestión en la participación a una feria**

Diferentes estudios realizados durante la celebración de ferias o eventos confirman que las empresas participantes tienen poco tiempo para impactar al visitante. En concreto disponen de 3 a 5 segundos para:

1. Captar la atención del potencial cliente que pasa frente al stand.
2. Comunicar efectivamente un mensaje.
3. Dar razones suficientes para que el cliente haga una pausa frente al expositor, pausa que será aprovechada por el personal del stand para captar su atención.

El potencial cliente no dedica su energía en averiguar quién está en cada stand o lo que el stand/expositor está tratando de decirle. Durante este breve espacio de tiempo, el visitante sólo procesa si entiende lo que está viendo o hay algo que le llama la atención. Por lo tanto, la única posibilidad que tiene el expositor es asegurarse que su puesta en escena es vista desde una perspectiva amable o amigable.

5 consejos a tener en cuenta:

1. La señalización debe identificar claramente QUIÉN es el expositor y QUÉ hace. Suena bastante simple. Sin embargo, mire a su alrededor en el próxima feria y se sorprenderá. Recuerde: su potencial cliente está procesando el mensaje en 3/5 segundos. Su marca y su mensaje deben ser claros, los visitantes no van a perder tiempo en averiguarlo.
2. Una foto vale más que mil palabras. Una buena imagen pone de relieve su mensaje, ayuda a contar una historia y permite que el cliente sea parte de la escena.
3. Evite las frases largas. No comunique los mensajes con frases enteras o párrafos y reduzca la información a la mínima expresión. Una buena solución es la dirección del sitio web. También puede plantear preguntas concretas en su señalización que después tengan respuesta en los folletos o catálogos corporativos que sirven para incluir información adicional.
4. ¿Su stand invita a entrar en él? El expositor debería plantearse si el montaje de su stand invita al potencial cliente a entrar. Si desea tener flujo de gente dentro del stand debe plantearse cómo se puede entrar en ese espacio, cómo el cliente puede interactuar con su personal o dónde obtener información adicional si no hay nadie que pueda atenderle. Recuerde: cualquier obstáculo provocará que el potencial cliente pase de largo hacia la siguiente empresa.
5. Resultado final: simplicidad

En definitiva, estos 3-5 segundos pueden hacer o no la feria rentable. Para obtener más información de como sacar el máximo partido a su participación puede consultar [What's Working In Exhibiting](#).