

EGA Master

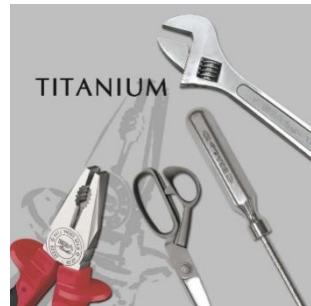
Gestión de ferias industriales

06 Abril 2017

LÍDER EN INNOVACIÓN
LA MÁS GALARDONADA
LÍDER EN MAS DE 150 PAÍSES

INFORMACIÓN EMPRESA

Fabricantes de herramienta Premium para uso industrial



Amagnética
de titanio



ESD descarga
electrostática



Herramientas para
mecánica



Herramientas para
uso subacuático



Sistemas
Anti-caída



Antichispa



Sistema de control
de herramientas



Herramientas de
seguridad ATEX /
IECEx



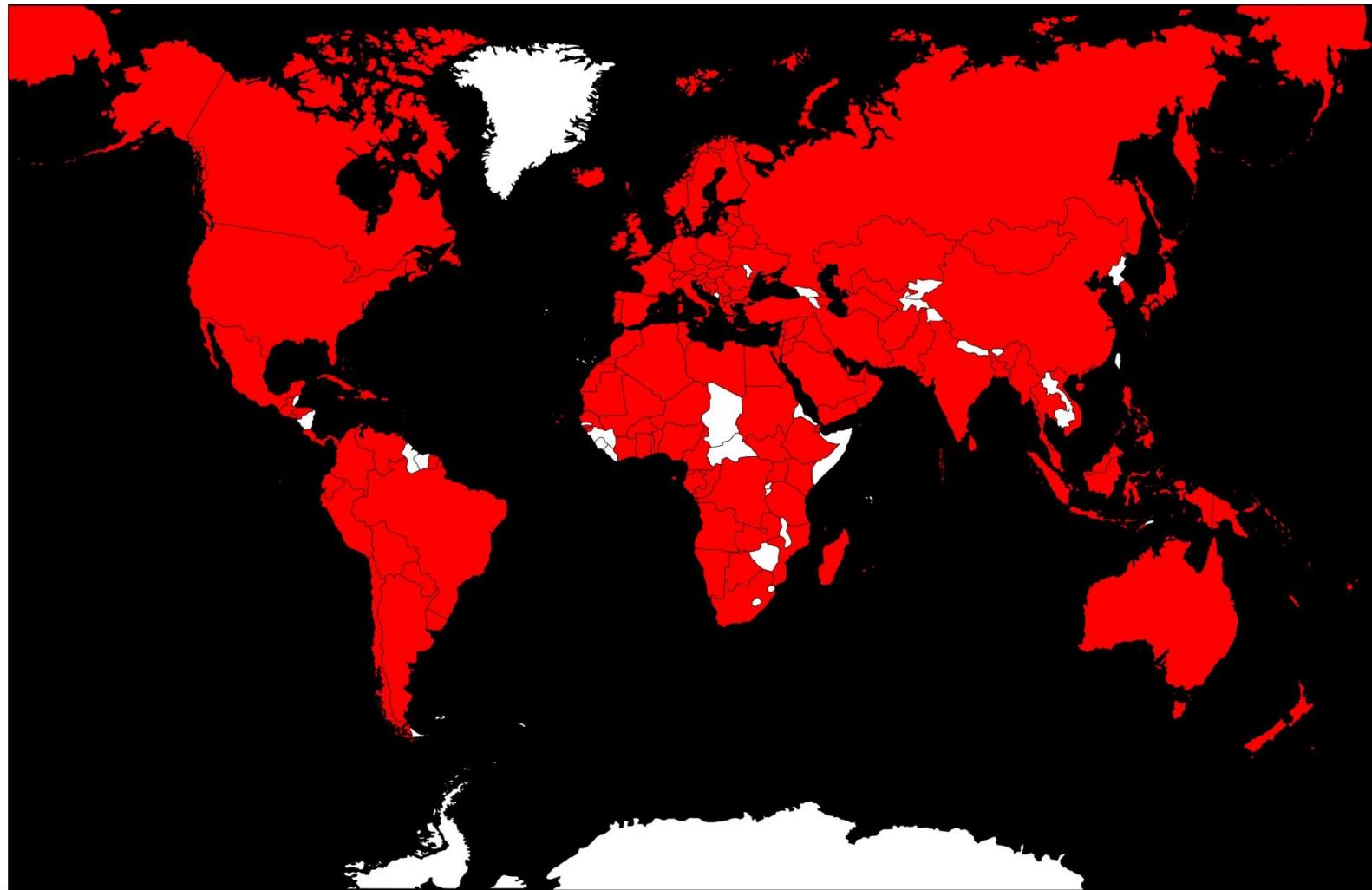
Herramienta aislada
a 1000v



Herramientas Para
Tubo

INFORMACIÓN EMPRESA

Distribución en 150 países



INFORMACIÓN EMPRESA

Transición hacia marketing digital



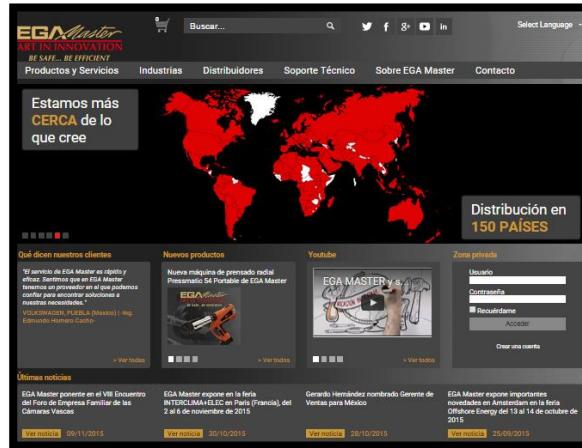
Redes sociales



Distribuidores

Google AdWords

Google Adwords



Plataformas industriales



Blogs



Ferias

Posicionamiento y definición de nuestra propuesta de valor

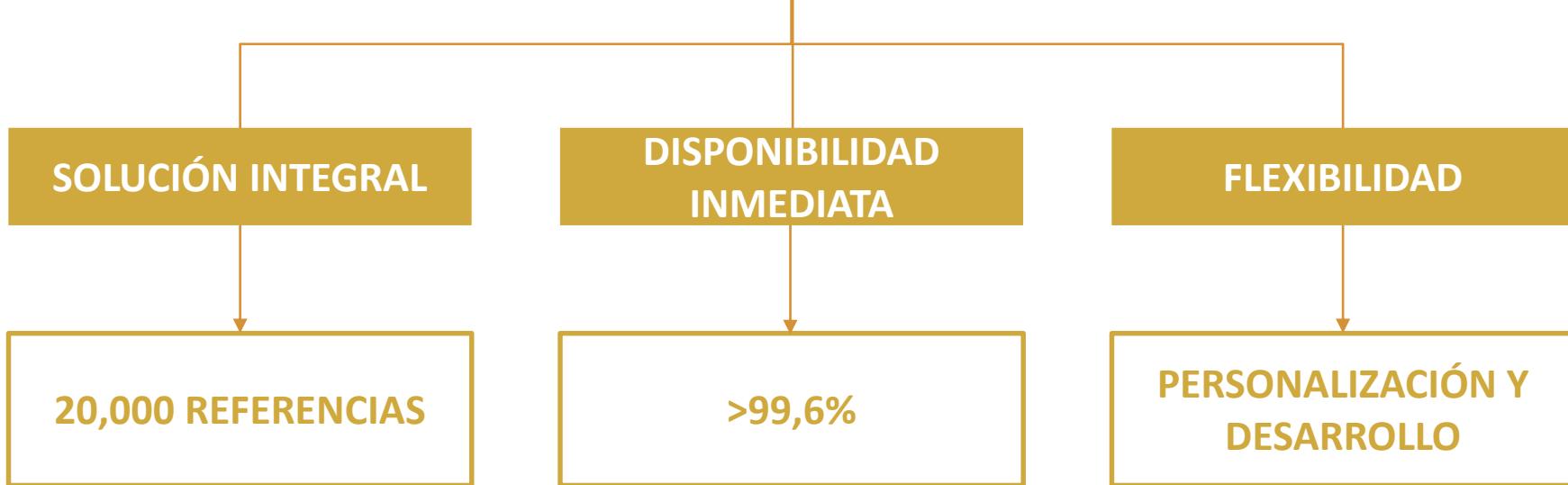
Definir cuál es el segmento objetivo y formular una propuesta de valor que nos diferencie de la competencia

Propuesta de Valor

Posicionamiento y comunicación de la propuesta de valor



Seguridad y Eficiencia



Propuesta de Valor

Material que comunique la propuesta de forma sencilla y visual

Estandarizar la experiencia de ferias: "Roll ups", material gráfico y sets de muestras



¿Cuál es el objetivo de la feria?

El objetivo es importante tanto para definir a qué ferias asistir como para definir el mensaje a comunicar y las actividades a planificar

¿Cuál es el objetivo de la feria?

Cada objetivo requiere un planteamiento diferente

Búsqueda de
Distribuidores

- Ferias con una orientación al “suministro industrial”
- Presencia relativamente pequeña (3x3)
- Propuesta al distribuidor: Gama / Flexibilidad / Servicio

¿Cuál es el objetivo de la feria?

Cada objetivo requiere un planteamiento diferente

Generación de
Demanda

- Generar demanda de usuarios industriales
- Cada vez más conjuntamente con distribuidores
- Propuesta a la industria: Seguridad y Eficiencia

Búsqueda de
Distribuidores

- Ferias con una orientación al “suministro industrial”
- Presencia relativamente pequeña (3x3)
- Propuesta al distribuidor: Gama / Flexibilidad / Servicio

Generación de Demanda

Enfoque en soluciones “sectoriales”. Apoyo a distribuidores.



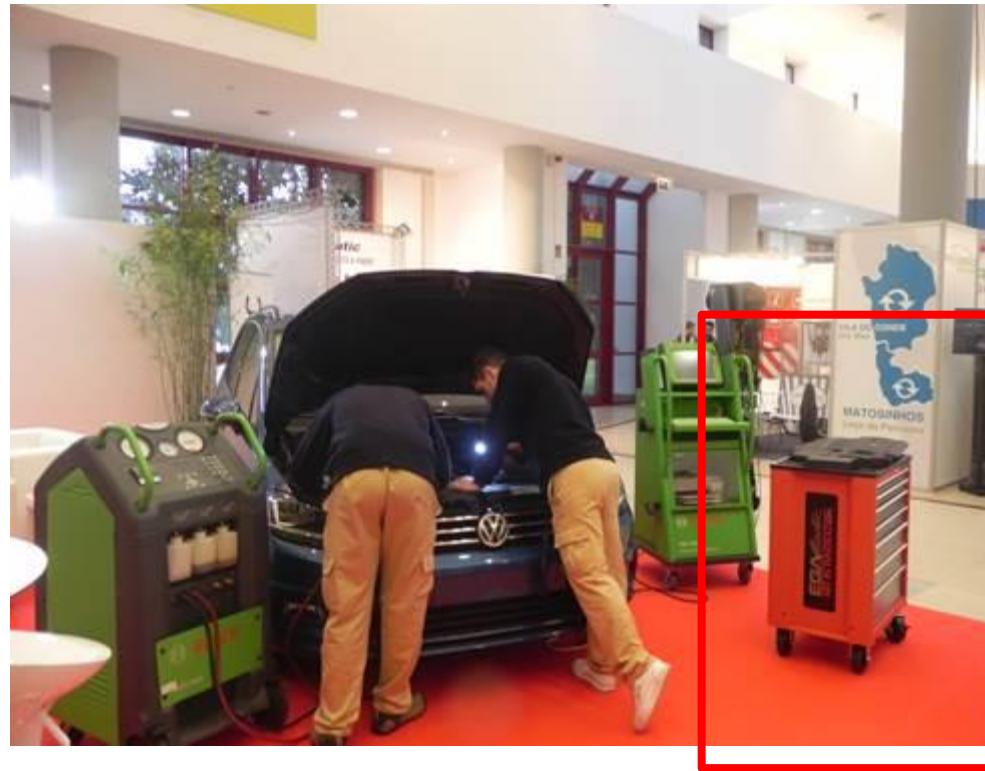
Generación de Demanda

Enfoque en soluciones “sectoriales”. Apoyo a distribuidores.



Generación de Demanda

Enfoque en soluciones “sectoriales”. Apoyo a distribuidores.



¿Cuál es el objetivo de la feria?

Cada objetivo requiere un planteamiento diferente

Visibilidad de Marca
Corporativa

- Demostrar fortaleza y presencia entre otras marcas
- Inversiones altas. Retorno más difícil de medir

Generación de
Demanda

- Generar demanda de usuarios industriales
- Cada vez más conjuntamente con distribuidores
- Propuesta a la industria: Seguridad y Eficiencia

Búsqueda de
Distribuidores

- Ferias con una orientación al “suministro industrial”
- Presencia relativamente pequeña (3x3)
- Propuesta al distribuidor: Gama / Flexibilidad / Servicio

Visibilidad de Marca Corporativa

Presencia y Visibilidad



Visibilidad de Marca Corporativa

Presencia y Visibilidad



Planificación y ejecución

Las actividades empiezan semanas antes y terminan semanas después de la feria, siempre con una orientación hacia la generación de oportunidades y su conversión a ventas

Planificación y ejecución

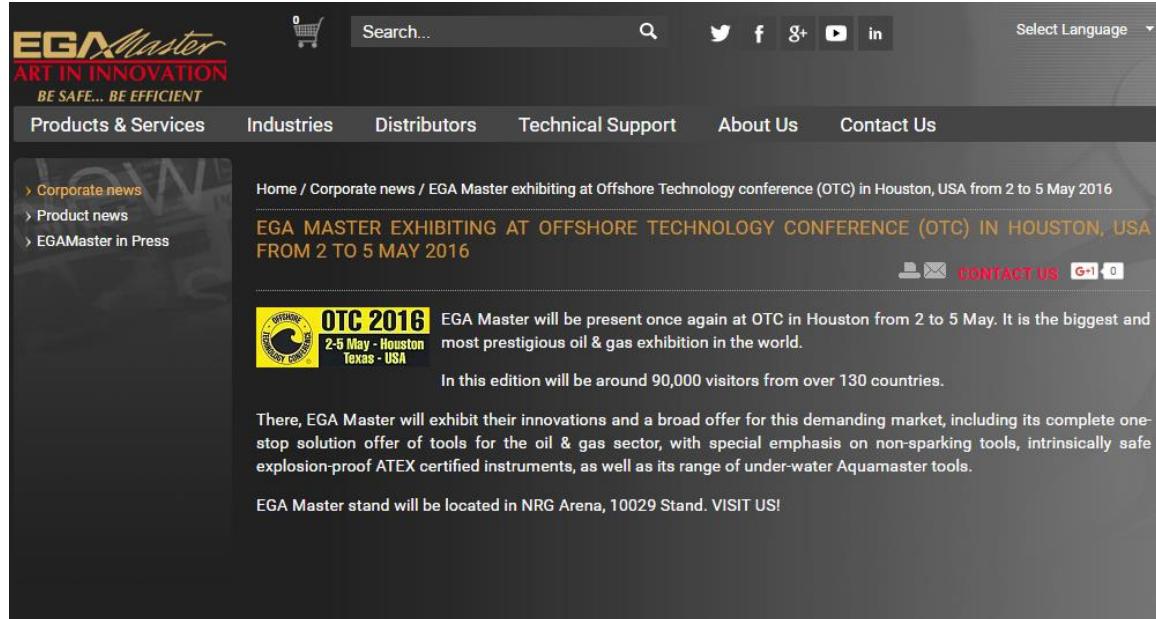
Gestión del pre, durante y post-feria

PRE-FERIA

- ¿Quién va a asistir?
- ¿Qué queremos comunicarles?

- Definir el mensaje y material apropiado
- Analizar quién expone y quién visita
- Informar a prospectos y clientes
- Comunicar en web y redes sociales
- Añadir nota en firmas

Comunicación Web



EGA Master ART IN INNOVATION BE SAFE... BE EFFICIENT

Products & Services Industries Distributors Technical Support About Us Contact Us

Home / Corporate news / EGA Master exhibiting at Offshore Technology conference (OTC) in Houston, USA from 2 to 5 May 2016

EGA MASTER EXHIBITING AT OFFSHORE TECHNOLOGY CONFERENCE (OTC) IN HOUSTON, USA FROM 2 TO 5 MAY 2016

CONTACT US

OTC 2016 2-5 May - Houston Texas - USA

EGA Master will be present once again at OTC in Houston from 2 to 5 May. It is the biggest and most prestigious oil & gas exhibition in the world.

In this edition will be around 90,000 visitors from over 130 countries.

There, EGA Master will exhibit their innovations and a broad offer for this demanding market, including its complete one-stop solution offer of tools for the oil & gas sector, with special emphasis on non-sparking tools, intrinsically safe explosion-proof ATEX certified instruments, as well as its range of under-water Aquamaster tools.

EGA Master stand will be located in NRG Arena, 10029 Stand. VISIT US!

Firma Email



Visit us at fair ADIPEC 2016
STAND 9510 HALL 9
Abu Dhabi National Exhibition Centre ADNEC
7-10 November ABU DHABI



Planificación y ejecución

Gestión del pre, durante y post-feria

PRE-FERIA

- ¿Quién va a asistir?
- ¿Qué queremos comunicarles?

- Definir el mensaje y material apropiado
- Analizar quién expone y quién visita
- Informar a prospectos y clientes
- Comunicar en web y redes sociales

FERIA

- ¿Dónde están nuestros prospectos y clientes objetivos?
- ¿Cómo les atraemos y/o dónde les visitamos?

- Día 1: Definición de un plan de acción
- Email de agradecimiento diario
- Comunicación sobre el evento en redes sociales

Planificación y ejecución

Gestión del pre, durante y post-feria

Liked Following Share ...

EGAMaster Tools November 7, 2016 · [Comment](#)

@EGAMASTERTOOLS @adipec2016 stand #9516
Please come and visit us!
@EGAMASTERTOOLS @adipec2016 stand #9516
Ven a visitarnos!



Contact Us Message

1,162 LIKES Andre Thoelen and 8 other friends like this

About See All
945 29 00 01
Typically replies within a few hours
Message Now
www.egamaster.com/
Product/Service

People Also Like

 Hangbo Tools Tools/Equipment [Like](#)

 DeWalt USA Tools/Equipment [Like](#)

 OMNA MACHINERY Somnath Machine Tools Commercial & Industrial [Like](#)

Liked by This Page

 Ferreteria y Bricolaje [Like](#)

Planificación y ejecución

Gestión del pre, durante y post-feria

PRE-FERIA

- ¿Quién va a asistir?
- ¿Qué queremos comunicarles?

- Definir el mensaje y material apropiado
- Analizar quién expone y quién visita
- Informar a prospectos y clientes
- Comunicar en web y redes sociales

FERIA

- ¿Dónde están nuestros prospectos y clientes objetivos?
- ¿Cómo les atraemos y/o dónde les visitamos?

- Día 1: Definición de un plan de acción
- Email de agradecimiento diario
- Comunicación sobre el evento en redes sociales

POST-FERIA

- ¿Qué oportunidades han surgido?
- ¿Qué oportunidades hay que priorizar?

- Envío de información acordada
- Actualizar lista de prospectos
- Definir plan de visita/llamadas
- Revisar retorno al de 3-6 meses

GRACIAS PQR SU ATENCIÓN

Asier Sinde
Director Internacional Ventas y Marketing

Izarne Quijano
Marketing Manager
marketing01@egamaster.com