

EGA Master

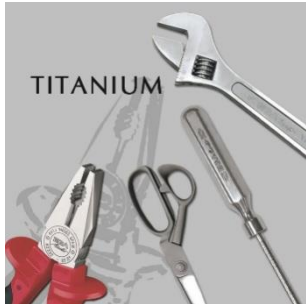
Gestión de ferias industriales

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**



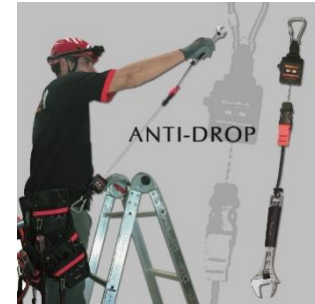
**ESD descarga
electrostática**



**Herramientas para
mecánica**



**Herramientas para
uso subacuático**



**Sistemas
Anti-caída**



Antichispa



**Sistema de control
de herramientas**



**Herramientas de
seguridad ATEX /
IECEX**



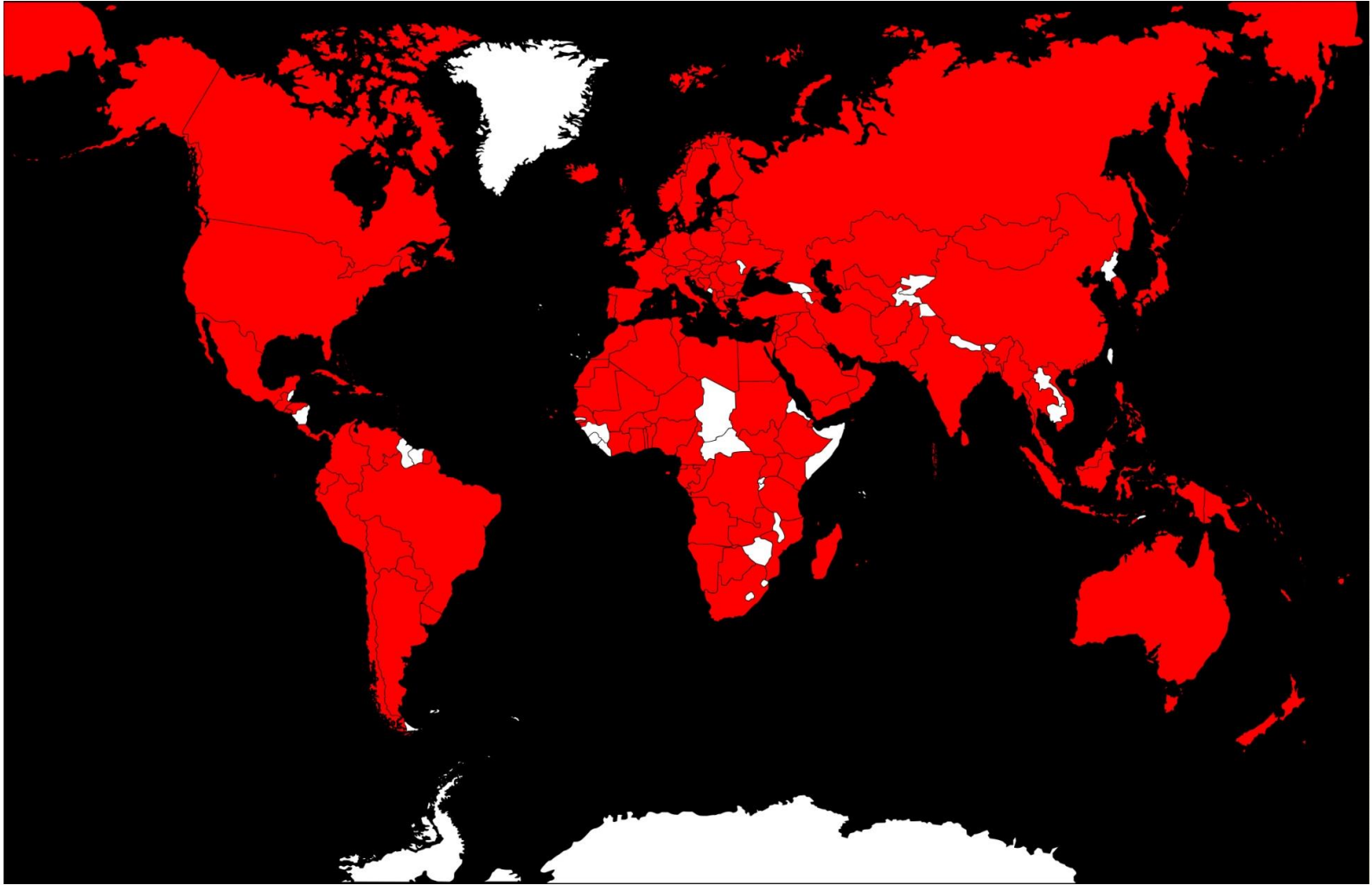
**Herramienta aislada
a 1000v**



**Herramientas Para
Tubo**

INFORMACIÓN EMPRESA

Distribución en 150 países

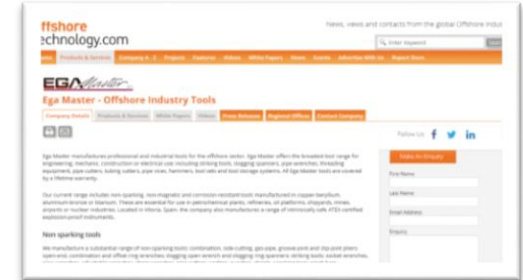
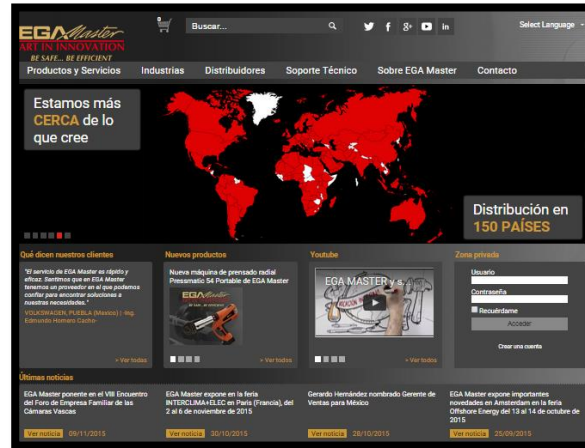


INFORMACIÓN EMPRESA

Transición hacia marketing digital



Redes sociales



Plataformas industriales



Blogs



Distribuidores

Google
AdWords

Google Adwords



Ferias

Posicionamiento y definición de nuestra propuesta de valor

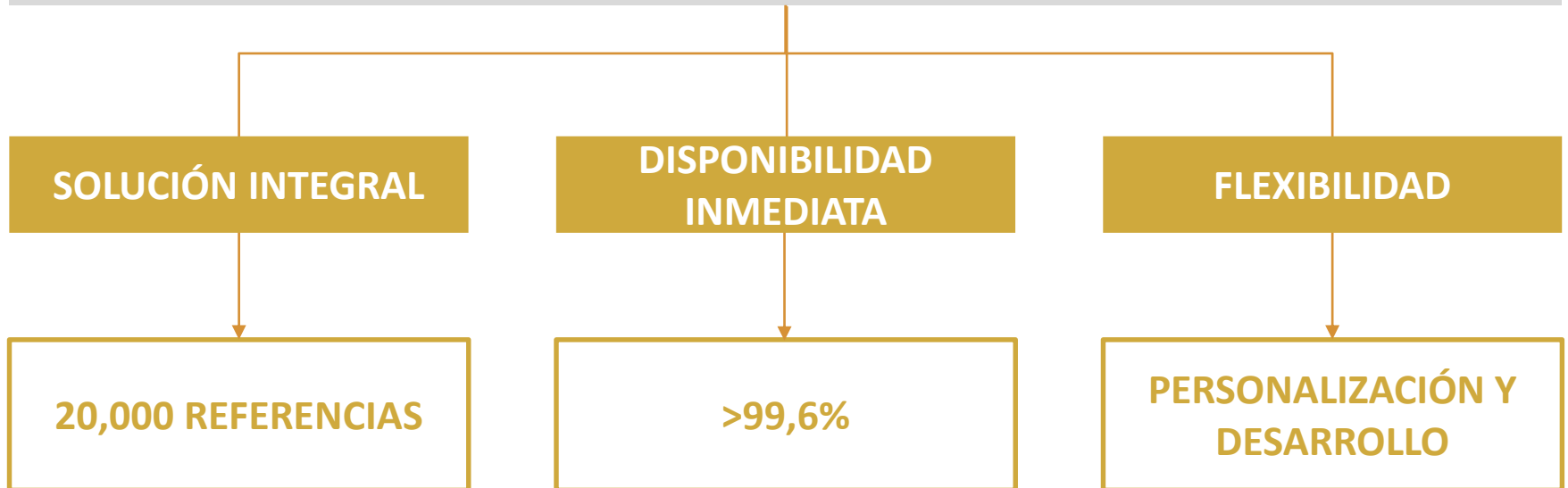
Definir cuál es el segmento objetivo y formular una propuesta de valor que nos diferencie de la competencia

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



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

Building
a safer world

CERTIFIED
PREMIUM
HAND TOOLS



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

YOUR ONE-STOP SOLUTION FOR PREMIUM HAND TOOLS
12 RANGES - 20,000 REFERENCES IN STOCK

INDUSTRIAL PREMIUM

Auto-mechanic tools
Pipe tools & Machines
Hyd

SAFETY TOOLS

Non-sparking
75% Aramid

WORKSHOP & TOOL CONT

Storage solutions
Visit us at www.egamaster.com

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

Building a safer world

VDE

1000V NON-SPARKING

NON-MAGNETIC TITANIUM

Did you know?

Visit us at www.egamaster.com



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



Q
to the
Management
Quality

www.egamaster.com

¿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

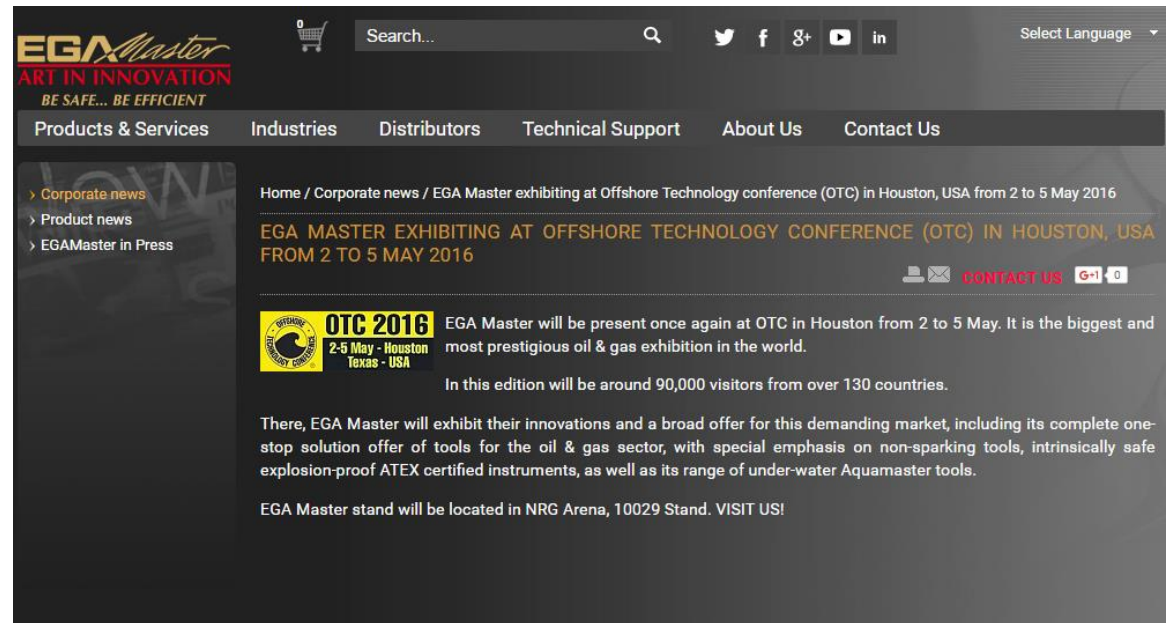
Planificación y ejecución

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



Firma Email



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



EGA Master Tools
@egamastertools

- Home
- About
- Likes
- Videos
- Photos
- Events
- Contest
- Posts


Create a Page

Liked Following Share

EGA Master Tools
November 7, 2016 ·

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

@EGAMASTERTOOLS @adipec2016 stand #9516
Ven a visitarnos!



Contact Us Message

1,162 Likes
Andre Thoenen 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
-  **Somnath Machine Tools**
Commercial & Industrial Like

Liked by This Page

-  **Ferretería 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 POR SU ATENCIÓN

Asier Sinde

Director Internacional Ventas y Marketing

Izarne Quijano

Marketing Manager

marketing01@egamaster.com