



FERIAS INDUSTRIALES



FERIAS INDUSTRIALES

Potenciar participación en ferias

ÍNDICE



- **Presentación Hoffmann Group**
Pequeña introducción de quienes somos
- **¿Cómo nos planteamos las ferias?**
Definición de todas las fases y pasos a seguir
 - Fase inicial
 - Fase pre Feria
 - Fase post Feria
- **Diseño de un Plan Marketing específico**
Implicación con los departamentos, implicación con los Partners, etc
- **Ejemplo de Feria BIEHM 2016**
Plan y acciones realizadas, resultados obtenidos

FASE INICIAL



Pasos



FASE PRE Y POST FERIA- DISEÑO PLAN



Fase Pre Feria

Acciones a realizar

Elaboración de noticias, NP

Envío Mailing a clientes

Escala con procesos y fases

Check List

Diseño Stand

Diseño del Plan Marketing



Fase Post Feria

Acciones a realizar

Realización de informes

Impactos, Impresiones, Difusión

Análisis efectividad acciones

Envío resultados red comercial

Revisión puntos de mejora

Acciones off/online



Diseño Plan

Acciones a realizar

Adaptarnos a cada feria

Perfil visitante

Concepto Feria

Productos/ Servicios potenciados

Acciones off/online complementarias

Definir un plan homogéneo

Ejemplo de feria industrial: BIEHM 2016

Puntos potenciar:

- Medios online y offline presencia notas de prensa y noticias de producto
- Acciones digitales aumentar captación y atraer clientes potenciales al stand
- Colaboración con Partners
- Colaboración con feria y asociaciones

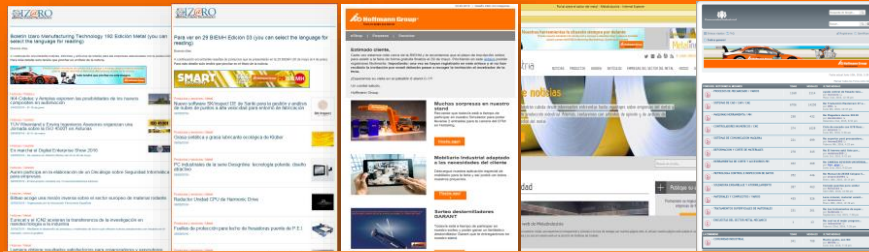


Acciones y Resultados obtenidos

1. Comunicación Online



Inserción Banners Web Revistas Sector, boletines Newsletter, Newsletter HoE



| Medio | Formato | Acción | Periodicidad |
|---------------|---------|-------------|--------------|
| IMHE | Banner | Simuladores | Mayo |
| Interempresas | Banner | Simuladores | Mayo |
| Autorevista | Banner | Simuladores | Mayo |

2. Comunicación Externa

Inserción páginas publicidad, banderola y marca páginas



Nota de Prensa, Noticias de los productos más relevantes y equipos y entrevista



1. Comunicación Online

Acción simuladores: compra 3 artículos a través de eShop puede entrar en concurso de probar el simulador el mejor tiempo se lleva un viaje a una carrera del DTM



Nota de Prensa, Noticias Revista, Campaña Email Marketing Interempresas, RRSS, banners y Web

Acción sorteo destornilladores: sorteo entre las empresas registradas como medio para captar nuevos clientes



Medios empleados

1. Comunicación Online

Aplicación Mobiliario





MUCHAS GRACIAS

