

## NEWSLETTER EXPORTAR PARA CRECER

Rafa Olano, profesor de ESADE Executive Education y Responsable del Taller “Exportación 2.0” del Programa Exportar para Crecer, 14 de marzo de 2014

### FERIAS 2.0: CÓMO OPTIMIZAR TU PRESENCIA EN FERIAS A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL

La participación en ferias continúa siendo una herramienta clave en el plan de promoción internacional. Si bien la crisis ha hecho disminuir nuestros presupuestos en este área, la necesidad de presentar nuestros productos en mercados profesionales hace que el sector ferias y eventos tenga un futuro prometedor. En este contexto, el marketing digital nos brinda múltiples oportunidades tanto para captación de nuevos *prospects*, como para conseguir ventas y fidelizar también clientes existentes.

En la siguiente tabla encontraremos el tipo de canales digitales que deberemos utilizar para cada momento, y a continuación os proponemos un *check list* de acciones concretas a realizar.

|                    | OBJETIVO (CVC)           | CANAL DIGITAL                                  |
|--------------------|--------------------------|--|
| ✓ PRE – FERIA      | CAPTACIÓN + FIDELIZACIÓN | LINKEDIN, EMAILING                             |
| ✓ DURANTE LA FERIA | CAPTACIÓN + VENTA        | LINKEDIN, EMAILING, FACEBOOK, TWITTER          |
| ✓ POST – FERIA     | VENTA + FIDELIZACIÓN     | LINKEDIN, EMAILING, FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE |

1. **PRE – FERIA:** ser proactivos es siempre recomendable en marketing, y deberemos empezar las acciones de marketing digital meses antes del comienzo de la feria:
  - ✓ Listado de asistentes: enviar invitación a conectarnos en LinkedIn + reunirnos
  - ✓ Nuestra propia base de datos: lanzar emailing para anunciar nuestra participación
  - ✓ Perfil personal de LinkedIn: colgar PowerPoint multilingue y “customizado” con los productos específicos para la feria
  - ✓ Perfil de empresa en LinkedIn: actualizarlo en espera de múltiples visitas y seguidores
  - ✓ Grupos de LinkedIn: unirnos al grupo de la feria + publicar noticias de “expertos”



## Rafael Olano

•Managing Partner at Loft&Co

Barcelona y alrededores, España | Marketing y publicidad

Actual Programa "Exportar para Crecer" del Banco de Sabadell, Loft&Co  
Anterior Lilacom Strategic Consulting, Research Foundation of CUNY, OMB Design  
Educación City University of New York-Baruch College - Zicklin School of Business

Mejora tu perfil

Editar

más de 500  
contactos



### Extracto

More than twenty years of international marketing and communications experience working from New York and Barcelona in a variety of industries including telecommunications, utilities or consumer goods. Development and implementation of marketing programs with a focus in technology, innovation and consumer trends.

Especialidades: Integrated marketing communications, digital marketing, business development, marketing outsourcing, project management, applied innovation, digital consumer, business 2.0, future trends



Videosesión sobre Marketing en Internet: Exportación 2.0



Taller EXPORTACIÓN 2.0 en IMEX Rafa Olano 02102013

Imagen a: LinkedIn nos permite actualizar nuestro perfil personal con PowerPoints donde, en el idioma correspondiente, anunciaremos los productos y presentación específicas para la feria

2. **DURANTE LA FERIA:** existen numerosos "tiempos muertos" durante la feria que deberemos aprovechar para realizar las siguientes acciones:
  - ✓ En nuestro stand: realizar campaña "Sigue nuestro perfil de empresa en LinkedIn, Facebook, etc." + portátil o tablet mostrándolo
  - ✓ Base de datos de "asistentes a feria": emailing anunciando "Últimas plazas para nuestro workshop.."
  - ✓ Twitter + Facebook: vamos "retransmitiendo en directo" la "vida del stand":
    - "Arranca la feria IMEX Madrid 2014: link + foto"
    - "Foto de nuestro stand..": link + foto
    - "Visitas de Autoridades y VIP's, etc.": link + foto



Imagen b: debemos anunciar en el stand campañas de captación de seguidores para nuestro perfil de empresa en LinkedIn o nuestra página en Facebook, Twitter, YouTube, etc.

3. **POST FERIA:** por definición, una feria genera multitud de “contenidos de expertos” que debemos anunciar a nuestro público objetivo:
- ✓ Nuestra base de datos: “Éxito de nuestra participación en IMEX Madrid 2014..” + vídeo (link a YouTube)
  - ✓ Perfil personal de LinkedIn: publicar vídeo feria
  - ✓ Contactos durante la feria: enviar invitaciones a conectarnos + ofertas comerciales
  - ✓ Perfil de empresa: publicar vídeo feria
  - ✓ Grupos en LinkedIn: publicar vídeo feria + artículo “conclusiones feria IMEX Madrid 2014..”

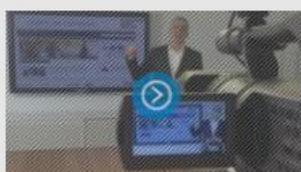


Imagen c: Un buen vídeo, fotografía o artículo de conclusiones nos sirve para reforzar a nuestro público objetivo nuestro posicionamiento como expertos

*Este artículo da continuidad al taller “Exportación 2.0: oportunidades para la pyme en un entorno digital y global” (ver vídeo en este [link](#)) del Programa Exportar para Crecer del Banco de Sabadell. En nuestra próxima entrega hablaremos de analítica Web orientada a negocios digitales internacionales.*

*Aprovechamos también para invitaros a nuestros talleres gratuitos que tendrán lugar durante la feria IMEX Madrid 2014 (23 y 24 de abril, “Exportación 2.0” el 23 de abril a las 17:30)*

*Rafa Olano es profesor de ESADE Executive Education y Director de LOFT & CO, marketing y comunicación 360 ([rolano@loftandco.es](mailto:rolano@loftandco.es), [@rolano](#)).*



## EXPORTAR PARA CRECER

Videosesión sobre  
Marketing en Internet:  
Exportación 2.0

15/02/2013.