

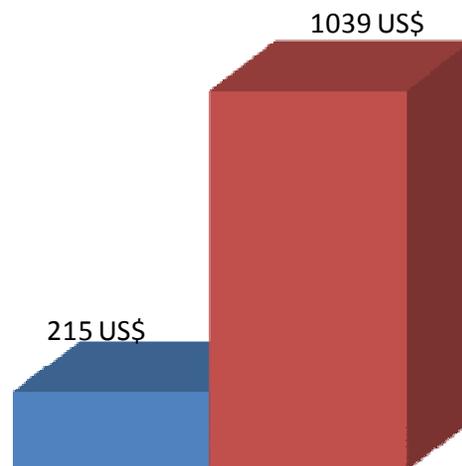
La eficacia de la participación en ferias

Para determinar la eficacia de la participación en ferias, se realizó una encuesta entre directores comerciales y de marketing de distintas empresas de todos los sectores con ventas anuales superiores a 50 millones de dólares. Estas conclusiones son resultados de dicha encuesta.

¿Cuánto cuesta hacer un primer contacto cara a cara con un cliente?

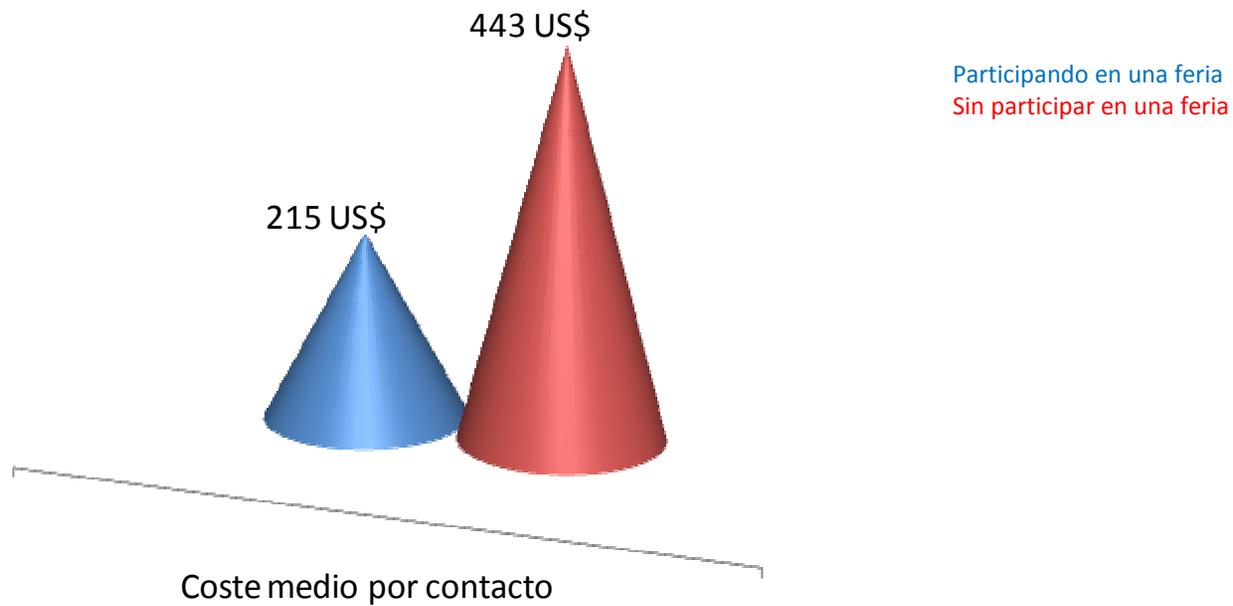
Participando en una feria.
Incluye espacio y montaje del stand, almacenamiento y transporte, salario del comercial y ocio.

Sin participar en una feria.
Incluye establecer contacto con el cliente potencial y la identificación del contacto antes de la primera llamada de ventas.



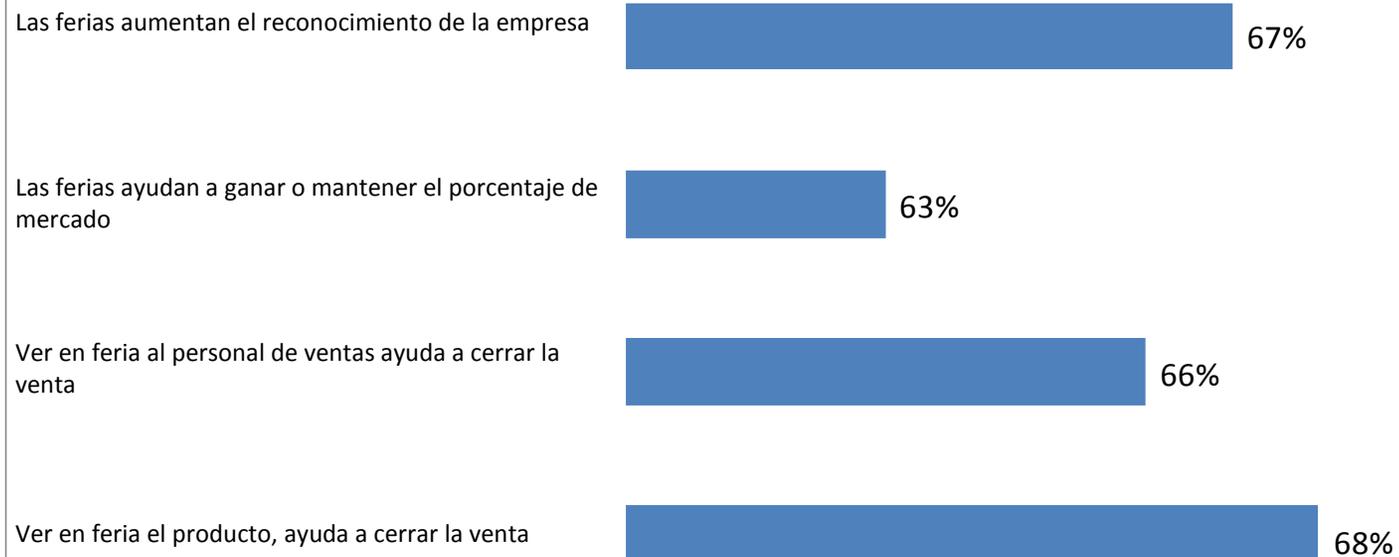
¡¡Tener una reunión cara a cara con un cliente potencial en una feria ahorra a la empresa 824 US\$!!

¿Cuánto cuesta identificar un cliente potencial antes de la primera llamada de ventas?



¿Cuál es el valor de la participaciones en ferias?

De acuerdo o completamente de acuerdo



¿Cuántas llamadas son necesarias para cerrar una venta?



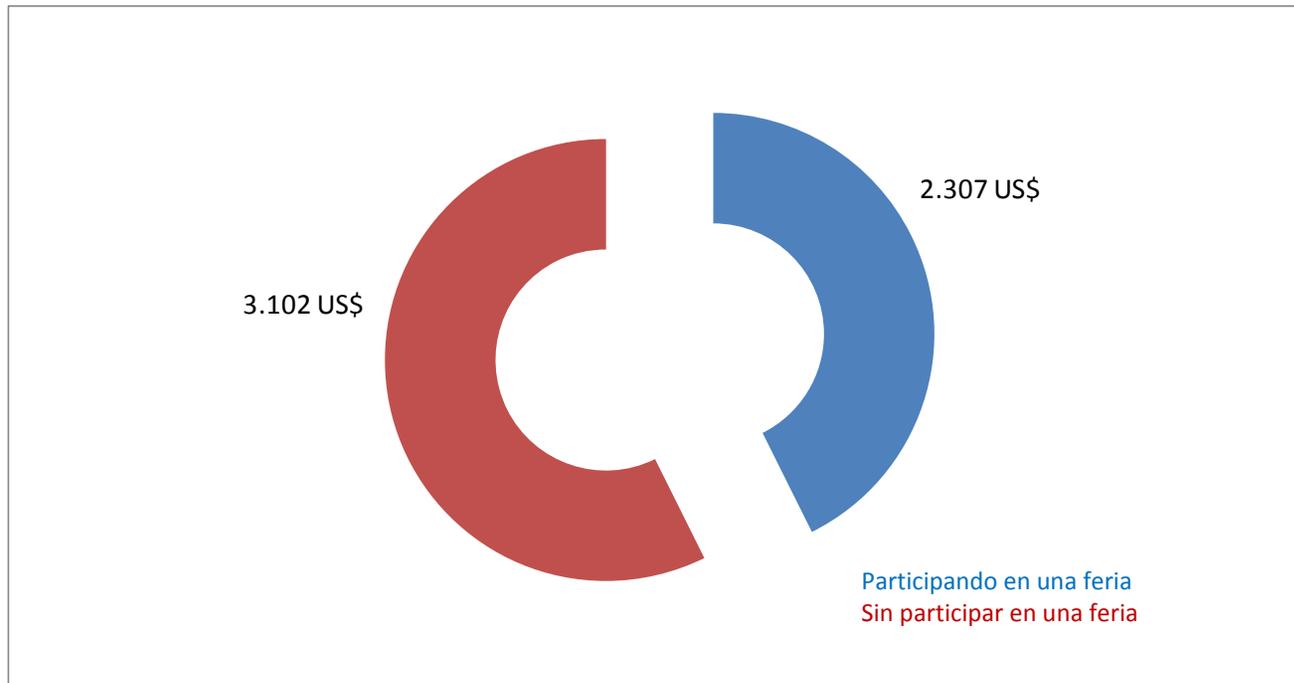
Participando en una feria



Sin participar en una feria



¿Cuánto cuesta cerrar una venta?



¿Cómo puede ayudarle Thinking Abroad?

La participación en una feria internacional es una gran inversión para las pequeñas y medianas empresas. Para rentabilizarla al máximo, es imprescindible prepararla con antelación concretando los objetivos de la participación y los medios que se emplearán para alcanzarlos.

Thinking Abroad puede ayudarle en la gestión de la participación en la feria, encargándose de aspectos prácticos, como transporte o decoración , y de la promoción pre-feria, facilitando a su empresa conseguir los objetivos propuestos.