

Rueda de Negocios Expoconstrucción Expodiseño 2009



corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

Helena Vargas Angarita
Subdirección de Mercadeo

1. Manejo del stand
2. Consejos para participar
3. Preparación para una negociación exitosa



corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones



corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

1. Manejo del stand

MANEJO DEL STAND

UN STAND DE LA FERIA DEBE:

- IMPRESIONAR
- MOSTRAR SENCILLEZ
- INVITAR
- SER SOBRIO
- PRESENTARSE COMO UN SHOW

1. HACE LAS VECES DE TARJETA DE PRESENTACION DE LA EMPRESA
2. DEBE ASIGNAR PRIORIDAD A LOS ARTICULOS EXHIBIDOS, PARA ATRAER MAS CLIENTES



PREPARACION DEL PERSONAL EN EL STAND

- DEBE ESTAR INFORMADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS
- LOS PRECIOS Y CONDICIONES
- LAS OFERTAS DE LA COMPETENCIA
- LOS GRUPOS OBJETIVOS
- SIGNIFICADO DE LA FERIA
- IMPECABLE PRESENTACION





corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

2. Consejos para participar

CONSEJOS PARA PARTICIPAR

Antes:

- Explore información del comprador.
- Identifique relaciones de la competencia con sus contactos comerciales.
- Lleve información adecuada y fácil de cargar.
 - Tenga claridad técnica.
 - Lleve muestras para obsequiar.
 - Conozca la logística de entrega de su producto.



CONSEJOS PARA PARTICIPAR EN UNA MISIÓN COMERCIAL Y/O RUEDA DE NEGOCIOS

Durante:

- Visite el mercado local.
- Construya lazos = negocios fructíferos.
- Proyecte una imagen corporativa seria.
- Entregue a los clientes muestras y tarjetas de presentación.
- Cumpla con las agendas: **recuerde que una buena imagen es igual a una venta segura.**
- Escuche, sea puntual y concreto.
 - Investigue con quién se va a entrevistar.
 - Antes de comprometerse, evalúe si el negocio es viable o no.



corferias
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones



DURANTE

Entregue material que promocióne su obra

Optimice el tiempo, sea puntual y respete su agenda.

Escuche las recomendaciones que le hagan sobre su obra.

Sea preciso y concreto.

No se apresure

ANOTE !!

Cuando hablamos con alguien sólo una pequeña parte de la información que obtenemos de esa persona procede de sus palabras.

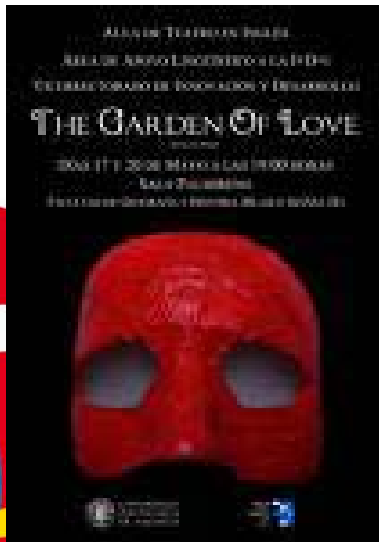
*Los investigadores han estimado que entre un 60 y un 70% de lo que comunicamos lo hacemos mediante el **lenguaje no verbal**; es decir, gestos, apariencia, postura, mirada y expresión.*





corferias^{CS}
Bogotá
Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

- Prepare información visual para mostrar su espectáculo
- Esté al tanto de los costos de producción
- Prepare una lista de precios en dólares.
- Prepare obsequios de la empresa.



DESPUES

Recuerde que ninguna condición de compra y venta es definitiva.

Envíe cartas de agradecimiento a los contactos que hizo.

Respete los tiempos de la cita de negocios, no busque encuentros fuera de estos espacios.

Cumpla con los compromisos adquiridos (envío de material, cotizaciones, fichas técnicas, entre otros).



CONSEJOS PARA PARTICIPAR

Después:

- Envíe cartas de agradecimiento.
- Realice seguimiento a los contactos realizados.
- Prepare un plan de citas y compromisos postventa (envíe cotizaciones, muestras, fichas técnicas).
- Presente un informe de resultados.
- Evalúe la posibilidad de implementar las mejoras sugeridas a su producto.



CONSEJOS PARA PARTICIPAR

Después:

- Pida una evaluación a los organizadores del evento para conocer los aspectos que debe mejorar.
- Envíe cartas de agradecimiento.
- Prepare un plan de citas y compromisos postventa (envíe cotizaciones, muestras, fichas técnicas).
- Presente un informe de resultados.
- Realice seguimiento a los contactos realizados.
- Evalúe la posibilidad de implementar las mejoras sugeridas a su producto.





corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

3. Preparación para una negociación exitosa

Preparación para una negociación exitosa:

- ¿Cuáles son los objetivos de la negociación?
- ¿Cuáles van a ser los temas más importantes?
- ¿Cuáles son los puntos fuertes principales?
- ¿Cuáles son los puntos débiles principales?
- ¿Quién tiene más poder de negociación?
- ¿Qué concesiones pueden hacerse?
- ¿Qué elementos son negociables?
- ¿Qué elementos no son negociables?
- ¿Qué busca la contraparte?
- ¿Qué ofertas previstas exigirán una contrapropuesta?
- ¿Cuál debe ser la oferta inicial?

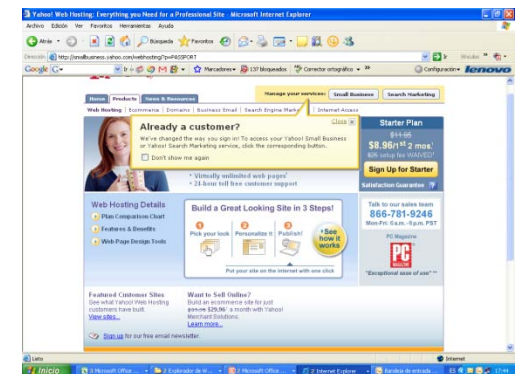




corferias^{CB}
Bogotá
Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

Sea creativo en el momento de la cita.
Lleve el personal adecuado.

Tenga información exacta y seguridad sobre su obra, costos,
condiciones de pago, tiempos disponibles.



TIPS

- Venda beneficios, no características.
- Distinga su servicio. ¿Por qué el cliente le compraría a usted y no a su competidor?
- Casi 85 % de todas las ventas se producen por recomendación verbal.
- Antes de hablar de negocios, entable relación con el cliente.
- Haga varias preguntas. Aprenda a escuchar, tomar notas durante la entrevista, retroalimentación.
- Escriba su presentación de ventas.
- Ofrezca incentivos iniciales y garantías





corferias^{EB}
Bogotá

Centro Internacional de
Negocios y Exposiciones

GRACIAS