

Asegúrese que su puesto esté armado y listo para el momento de la apertura de la exposición, ya que éste es el momento más ocupado del día. Verifique que las cajas con el material impreso estén ubicadas bajo una mesa a fin que no se vean, que el stand luzca profesional. Así mismo mantenga fuera de la vista de los visitantes sus pertenencias personales tales como bolsos, carteras, cámaras digitales y abrigos (también porque si están a la vista pueden desaparecer). Preste atención a su oratoria a fin de no hablar muy rápido y pasar por alto temas de relevancia. En caso de contar con la ayuda de un segundo expositor en su stand, túrnense para realizar rápidos recorridos por la feria a fin de visitar el resto de los stands y conocer así a los competidores, quizás realizar alguna anotación sobre cosas positivas que éstos puedan poseer y que mejorarían nuestro stand en futuros eventos. Mantener un buen diálogo con otros expositores del pabellón de Argentina a fin de estar informado acerca de las fortalezas, virtudes y lo que ellos ofrecen, asegúrese que el resto de los competidores del pabellón en el que está ubicado su stand poseen los mismos datos sobre su institución. Resultaría de verdadera ayuda que los competidores posean cursos de índole diferente a la que usted ofrece. Por último, en caso que algún estudiante visitante le realice alguna pregunta que usted no pueda responder, tenga a bien indicarle que se dirija al puesto de información general de la feria.

## POST FERIA

Concurra a toda reunión post-feria organizada que haya. En caso de no existir tal reunión deberá, al menos, tener una charla breve con algún miembro del staff activo de EA, para que pueda brindarle su opinión posterior a la feria acerca de cómo creen que se ha desarrollado el día y realizar una mutua devolución. De todas maneras va a contar con un formulario de evaluación para ser completado por EA a la hora de su vuelta a Argentina. Sus observaciones y opinión son importantes para la organización de futuros eventos.

Si al finalizar la feria cuenta con material promocional sobrante, ofrézcalo a los agentes. Cualquier objeto que sea olvidado en el stand será desechado por algún organizador del evento. No es recomendable traer material de regreso a Argentina.

Entréguele a su agente una copia de las hojas de contactos acumulados a lo largo de la feria. Tome nota de todos los seguimientos que tendrá que realizar en su vuelta a Argentina, y sus pensamientos espontáneos para realizar su informe de la feria, en caso que le requieran uno.

## CONSIDERACIONES GENERALES PARA LA FERIA

1. La asistencia a la feria es sólo para los participantes que la abonen. En caso que algún representante haya viajado al país justo en el momento que se está llevando a cabo una feria pública, es posible entonces que se le organice, improvisadamente, alguna reunión o visita de corta duración (30 min. aproximadamente), sin ningún fin comercial, aunque es preferible para EA que se le informe de la visita con anterioridad.

2. Un Pabellón de Argentina es una "incorporación para la promoción" de Argentina. Es ideal el trabajo en equipo por parte de todos los expositores del pabellón. Es totalmente inapropiado y poco profesional, realizar comentarios negativos acerca de otros participantes del pabellón. Hay que edificar positivamente a todos los colegas e instituciones argentinas.

3. No es aceptable mantener un trato agresivo con los visitantes, ni avasallarlos con material promocional en los pasillos de los pabellones o en la entrada de la feria. Todo el material promocional debe ser repartido donde se encuentra ubicado el stand (dentro o fuera de él, pero solo en el perímetro que éste ocupa).

4. Los letreros del stand, que posean el nombre de la institución, deberán obligatoriamente tener impreso el número de registro legal de la misma.

5. Analizar cuidadosamente el estilo decorativo del stand, generalmente, algo simple es más profesional y acorde a la ocasión.

### Lo que se debe hacer

- Desarrollar un diseño profesional para ubicar sobre los soportes.
- Poseer carteles grandes y de alta calidad.
- Asegurarse que la cinta adhesiva (o velcros) que utilice, sean lo suficientemente fuertes para evitar que los carteles se desprendan.
- Poseer gráfica y material promocional de las ventajas de estudiar en Argentina.

### Lo que no se debe hacer

- Utilizar folletos tamaño A4 a modo de carteles para el stand.
- Pegar en el fondo fotografías o carteles con información impresa del país y la institución.
- Exponer la diversidad ecológica y las atracciones turísticas del país.



## Ferias Internacionales

Las ferias internacionales son una excelente manera de presentar la institución en el país. Permiten establecer un contacto directo con potenciales estudiantes y la oportunidad de promover, en la dirección correcta, su marca y cursos a un gran número de visitantes a la vez.

EA coordina la presencia de las instituciones educativas argentinas en ferias internacionales.

Las ferias internacionales suelen recibir una gran cantidad de visitantes, usualmente su costo es elevado, debido a los costes de promoción a gran escala, así como por poseer la participación de un mayor número de países.

Es importante para Argentina destacarse del resto de los países participantes en las ferias internacionales, tratamos de lograr este objetivo mediante la elaboración de un stand de gran impacto visual en el Pabellón de Argentina.

Debido a la gran concurrencia de visitantes, se debe tomar en cuenta que solo aquellos realmente interesados en lo que su institución ofrece, van a visitar su stand. Seguramente algunos participantes midan los resultados de la feria solamente realizando un conteo de las inscripciones realizadas durante la misma. Por favor, considere también la promoción de su propia marca, la promoción de Argentina como un destino de estudio y el tiempo compartido con sus colegas en la industria, así como con los agentes locales, las cuales a su vez son todas ventajas de la participación en estas ferias.

## Guía para la asistencia en Ferias Internacionales

## Guía para la asistencia en Ferias Internacionales

### PRE-SALIDA

#### Sitios web para chequear:

<http://weather.yahoo.com> (for expected temperatures)

[www.xe.com](http://www.xe.com) (currency exchange)

#### • Personas para consultar sobre ferias

- Algún mentor o contacto de su región, puede ser un director de marketing de algún Politécnico, Terciario o Universidad que posea experiencia en ferias.
- Otros en su área que deseen trabajar en colaboración para promover la región.
- El director del proyecto de EA o alguien de staff que haya participado en el pasado de alguna feria de relevancia. Incluso EA puede recomendarle viajantes experimentados, o alguien que haya participado en algún evento junto con EA.

#### • Anotaciones útiles

Los detalles del viaje, direcciones, números de teléfonos, mapas, detalles del vuelo, pólizas de seguros, tarjetas comerciales (como por ejemplo 30 por día de feria), ropa formal (camisa y pantalón de vestir), ropa informal para los días de viaje.

#### • Material promocional de distribución

- Un **resumen de una página sobre la institución**, preferiblemente traducida o que incluya el idioma nativo, comentarios de ex-alumnos. Fácil de fotocopiar en caso de que sea necesario.
- Un **folleto simple** que incluya información de contacto y fotografías de la institución.
- Un **folleto completo** más pequeño de preguntas frecuentes.
- Un **formulario de contacto** (nombre, edad, año de estudio en curso, dirección de e-mail).
- **Merchandising**, por ejemplo: lapiceras con los datos de la institución, chocolates, bolsas, etc.
- **Atenciones / regalos** para los agentes en caso que sea necesario para acompañar el merchandising de la institución.

### Este preparado

- Pensar en las **preguntas frecuentes** que puedan realizarle y asegurarse de conocer en profundidad las respuestas correctas para las mismas. Tenga a mano un informe, previamente preparado y certero, de las inscripciones actuales, las nacionalidades y una idea de lo que se encuentran haciendo en la actualidad los ex-alumnos de la institución. Los estudiantes estarán interesados en conocer éstos datos.

Por ejemplo: el éxito de las inscripciones de la institución de los últimos años y en curso sobre todo (si este éxito es lo suficientemente importante y marcado es recomendable realizar un gráfico de estadísticas).

- Conocer en profundidad los **requisitos necesarios para acceder a los cursos de la institución**. Los niveles de idioma requeridos así como las distintas opciones en caso de no poseer dicho nivel.

• Discutir con las autoridades de la institución la **posibilidad de ofrecer becas**, para de ésta manera lograr abrirse al mercado, en caso que la institución no posea un perfil marcado de intercambios estudiantiles. Es difícil comenzar sin tener experiencia en el tratamiento con alumnos extranjeros. Una vez que la institución posea algunos alumnos internacionales, inclúyalos en informes de marketing, con sus historias y vivencias. En caso de implementar becas tenga bien en claro los criterios de aplicación para las mismas.

- Conocer las **posibilidades reales existentes de eventuales variaciones en los precios estipulados por la institución**, en los próximos tres años. Prepare una lista de precios con los costos propios de la institución, así como a su vez, con algunos costos adicionales como por ejemplo gastos de alojamiento, transporte, etc.

- **Material promocional** para decorar el espacio del stand:

- Decorar los soportes de la estructura del stand con fotos de estudiantes contentos, el nombre y logo de la institución, etc. (los soportes livianos son más manejables y fáciles de transportar).

- Carteles grandes y en buenas condiciones, en lo posible realizados con materiales laminados para que resulten más duraderos.

- Los materiales con velcros en las puntas para que sean fácil de colgar. Es más efectivo utilizar materiales como el velcro, debido a que son más resistentes que la cinta adhesiva, además quedan mejor estéticamente.

- Vestir las mesas con telas de colores representativos de la Institución así como también los fondos del stand.

- Realizar las presentaciones en computadora o las impresiones con fotografías de alumnos de la institución o de la región.

## Los agentes pueden resultar de mucha utilidad en las ferias internacionales

#### • Contactar agentes

En caso de no tener el contacto con agentes del país, considere recibir la visita de alguno con anterioridad a la fecha de comienzo de la feria (si el tiempo lo permite), para establecer relaciones con algún agente antes del viaje a la misma. Así el viaje tendrá también otro fin, el de seguimiento de contacto con el agente. Contacte a los agentes de su base de datos a fin de informarles acerca de la estadía en su país y su participación en la feria. En caso que sea posible coordine una cita o reunión durante su estadía allí o cítelo a la feria misma para que él pueda visitarlo allí. En caso de que las reuniones se lleven a cabo fuera de la feria, evitar que las mismas, se extiendan a más de 40 minutos, ya que se debe tomar en cuenta el tiempo que le lleva trasladarse en la ciudad. Consulte a sus mejores agentes para que puedan ayudarlo con la traducción en el stand. En los días de feria más complicados pueden exponer los dos conjuntamente ante los visitantes, y en los días menos complicados puede brindarles más herramientas de información sobre la institución. Si no posee el contacto de ningún agente ni alumno para que colaboren con Ud. en el stand, EA puede proveerle alguna persona capacitada de nuestro staff, estos pueden ser igualmente alumnos argentinos o agentes. Tenga absoluto conocimiento respecto de las formas de pagos, en ambos casos va a necesitar pagarles directamente en efectivo al finalizar la jornada ferial (al finalizar el día). Es conveniente entregar el efectivo en un sobre.

### DURANTE LA FERIA

En caso de existir una reunión previa, preparatoria para la feria, asegúrese de asistir ya que esto puede realmente ayudarlo, brindándole herramientas y técnicas del mercado, así como también algunas consideraciones iniciales básicas. En caso de no existir tal reunión deberá, al menos, tener una charla breve con algún miembro del staff activo de EA, para que puedan asesorarlo respecto de estos temas. Asegúrese de conocer la ubicación de los baños y si hay organizado algún cóctel a modo de recreo, para que se incluya en los mismos a sus agentes ayudantes del stand.