

23 → 24.SET.2026 . EXPONOR
PORTO INTERNATIONAL FAIR
PORTUGAL



ENERH2O

4TH ENERGY AND WATER INNOVATION & TECHNOLOGY TRADE SHOW

enerh2o.com

PARTICIPACIÓN EFICAZ EN FERIAS



PARTICIPACIÓN EFICAZ EN FERIAS

Las ferias profesionales son uno de los instrumentos de marketing y comunicación más poderosos.

Con el fin de servir mejor a nuestros clientes y socios, hemos desarrollado un conjunto de servicios que ponemos a disposición a través del manual de marketing.

Siempre consideramos los tres momentos clave —**antes de la feria, durante la feria y después de la feria**— como esenciales y determinantes para maximizar la presencia en la feria en términos de generación de leads, aumento de notoriedad y retorno de la inversión.

La participación en ferias siempre implica un conjunto de cuestiones clave previas:

¿Qué es esencial presentar? ¿Cuáles son las novedades?

¿Cómo voy a presentar mi empresa?

¿Cómo y cuándo voy a comunicar?

¿En qué tipo de comunicación debo invertir?

¿Qué tipo de stand/decoración voy a adoptar?

¿Quién representará a la empresa? (...)



ÍNDICE

Breve Guía

El Pre-Feria 4

Durante la Feria 5

Post-Feria 6

Contactos 8



Pre-Feria

1. Planificación Estratégica

- Definir objetivos claros:
 - ¿Generar leads, fortalecer la marca, lanzar un producto o expandir la red de contactos?
 - Establezca metas medibles, como el número de contactos o ventas.
- Seleccionar la feria adecuada
- Reservar espacio con antelación

2. Organización del Equipo

- Definir responsabilidades
- Uniformidad:
 - Proporcione ropa o accesorios personalizados para identificar al equipo.

3. Logística y Planificación del Stand

- Diseño del stand
- Materiales promocionales
- Transporte
- Lista de verificación de equipos

4. Marketing Pre-Feria

- Invitaciones:
 - Envíe invitaciones a clientes, socios y leads por correo electrónico o redes sociales.
 - Utilice los canales de la feria para promover su participación.
- Campañas online:
 - Cree publicaciones, anuncios y hashtags para atraer atención.
 - Divulgue las actividades que se realizarán en el stand, como demostraciones o sorteos.
- Landing pages o códigos QR:
 - Prepare páginas específicas para captar el interés antes de la feria.
- Asociaciones:
 - Verifique la posibilidad de acciones conjuntas con otras marcas u organizadores.

5. Preparación de Productos y Presentaciones

- Productos:
 - Asegúrese de que los productos en exposición estén en perfectas condiciones.
- Demostraciones y videos:
 - Prepare demostraciones en vivo o videos que expliquen su diferencial.
- Discursos cortos (pitches):
 - Tenga discursos preparados para presentar rápidamente los beneficios de sus productos/servicios

6. Gestión de Leads

- Sistemas de captación:
 - Utilice aplicaciones, lectores de códigos QR o formularios digitales para registrar contactos.
- Criterios de cualificación:
 - Defina cómo priorizar los leads potenciales durante y después de la feria.

7. Sostenibilidad y Responsabilidad Social

- Materiales sostenibles
- Reducir el desperdicio

8. Revisión Final

- Lista de verificación del stand
- Simulación
- Confirmación con proveedores

Durante a Feira

Durante la feria, el enfoque debe ser maximizar la interacción con los visitantes, promover su marca, captar leads y alcanzar los objetivos establecidos.

A continuación, se presentan algunas acciones importantes a realizar durante la feria:

1. Interacción con el Público

- Enfoque activo
- Presente soluciones, no solo productos
- Demostraciones en vivo
- Dinamice conferencias

2. Captación de Leads

- Herramientas digitales
- Distribución de obsequios
- Cualificación inmediata

3. Interacción Digital

- Publicar en redes sociales
- Transmisión en vivo:
 - Realice transmisiones en vivo de demostraciones o entrevistas para involucrar a su público en línea.
- Dirija a los visitantes a landing pages:
 - Utilice códigos QR o enlaces para ofrecer más información o promociones exclusivas.

4. Networking

- Visite otros stands
- Interactúe con los organizadores:
 - Participe en eventos paralelos, como charlas y talleres, para aumentar la visibilidad de su marca.
- Converse con la competencia

5. Monitoreo y Ajustes

- Reevalúe estrategias a lo largo del evento
- Seguimiento del flujo del stand

6. Atraiga con Experiencias

- Actividades interactivas
- Espacio acogedor

7. Cuidado del Equipo

- Rotación de funciones
- Atención consistente

8. Medición en Tiempo Real

- Monitoreo de KPIs
- Feedback inmediato

9. Sostenibilidad

- Recolección de residuos
- Distribución digital

10. Cierre Diario

- Revisión de resultados
- Organización para el próximo día

Pós-Feira

La etapa posterior a la feria es esencial para consolidar los resultados obtenidos durante el evento. Es en este momento cuando se convierten los leads en clientes, se evalúa el desempeño de su participación y se planifican mejoras para el futuro.

A continuación, se presenta una breve guía para las acciones posteriores a la feria:

1. Organización y Análisis de Leads

- Centralizar información
- Clasificación de leads
- Herramientas de CRM

2. Follow-Up

- Contacto personalizado:
 - Envíe un correo electrónico o mensaje personalizado a cada lead dentro de las 48 horas posteriores al evento
- Incluya:
 - Un agradecimiento por su visita.
 - Material informativo (folletos digitales, enlaces a su sitio web, etc.).
 - Una propuesta o programación de una reunión, si corresponde.
- Llamadas o reuniones:
 - Priorice los leads potenciales para un enfoque más directo, como una llamada o una reunión presencial/en línea.
- Ofertas exclusivas:
 - Envíe promociones o condiciones especiales para los contactos obtenidos en la feria.

3. Evaluación Interna

- Reunión de retroalimentación
- KPIs de la feria
- Costos vs. Beneficios

4. Análisis de la Competencia y Tendencias

- Observación del mercado
- Retroalimentación de los visitantes

5. Comunicación Post-Feria

- Redes sociales:
 - Publique un agradecimiento a los visitantes y comparta momentos destacados de la feria.
 - Resalte resultados positivos (por ejemplo, número de visitantes al stand, lanzamiento de un producto).
- Boletín informativo:
 - Envíe una campaña de email marketing a toda su base de contactos, incluyendo novedades y puntos destacados del evento.

6. Planificación para Futuras Ferias

- Registrar la experiencia
- Renovación de participación:
- Si la feria fue un éxito, considere reservar espacio para la próxima edición con antelación.

Post-Feria

7. Mantenimiento de Relaciones

- Marketing de nutrición:
 - Envíe contenido relevante a los leads "distantes" para mantenerlos comprometidos.
- Invitaciones para visitas o demostraciones.
- Monitoreo continuo

8. Sostenibilidad Post-Feria

- Reutilización de materiales
- Retroalimentación sobre sostenibilidad

9. Medición Final

- Informe de resultados
- Compartir con el equipo

23 → 24.SET.2026 . EXPONOR
PORTO INTERNATIONAL FAIR
PORTUGAL



CONTACTOS

Para más información
expositor@enerh2o.com



PORTUGAL

Filipe Gomes
filipe.gomes@enerh2o.com
+351 966 304 710



ESPAÑA

Ferran Simón
ferran.simon@enerh2o.com
+34 932 386 868

