UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TLAXCALA

FACULTAD EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

COMO CREAR UN STAND PARA EXPOSICIÓN

GABRIELA MÉNDEZ MELÉNDEZ

GRUPO: 311

UNIDAD DE APRENDIZAJE: EDUCACIÓN A DISTANCIA

PROFESOR: JOSÉ LUIS VIILEGAS VALLE

A continuación se presentan algunos pasos que se deben tomar en cuenta a la hora de crear un stand:

Definir objetivos: lo primero que tenemos que tener en cuenta es por qué queremos participar en una feria ya que según nuestros objetivos, el diseño del stand debería de ser de un tipo u otro.

Si nuestro objetivo es conseguir clientes, estaría bien que hubiese algún espacio privado para cerrar los tratos correspondientes, a parte de cuidar el mostrar el producto de una manera adecuada.

Si en cambio, nuestro objetivo es dar a conocer el producto, el diseño del stand será completamente diferente: el producto deberá estar en un sitio preferente y muy visible. Sí se quiere hacer alguna exhibición del producto, lo mejor sería que se hiciese en un lugar elevado y a la vista de todos.

Reflejar la imagen de la empresa: una vez que tengamos los objetivos definidos y el esquema del stand hecho sólo quedaría cubrirlo con “papel de regalo”. Para eso, en todo momento, el papel que elijamos debe reflejar lo que somos, los aspectos más importantes de la empresa, en definitiva, debería ser el reflejo de la imagen corporativa de nuestra empresa.

Llamar la atención: Como dijo [Cassandre](http://en.wikipedia.org/wiki/Adolphe_Mouron_Cassandre" \o "Cassandre en Wikipedia" \t "_blank), una gráfica publicitaría debe ser un puñetazo para el que lo ve, debe ser un puñetado visual para el receptor. Con los stands, ocurre lo mismo: con el stand tenemos que llamar la atención de la gente que está lejos, para logar que se acerquen al nuestro. Para ello, podemos usar diferentes recursos: que sea llamativo, que tenga colores vivos, música…Gracias a esto, se puede llegar a crear una “conversación silenciosa” entre el individuo y el stand. Es decir, el stand le ha ofrecido algo diferente al individuo, algo que le ha llamado la atención y a raíz de esto, se ha producido un “proceso de acercamiento” por parte de la persona.

Mantener la atención: Sí se ah conseguido crear una “conversación silenciosa” ahora se debe mantener esa atención. Para eso, no se debe descuidar ningún detalle, todo lo que haya en el stand o que debiera haber, se debe tener controlado. Siempre se debe estar atentos al cliente, para intentar darle la mejor atención.

Stand llamativo: El stand puede ser llamativo en dos aspectos: visual o en atención.

El aspecto visual, hace que el visitante se acerque al stand, bien por el diseño o por la exposición original del producto. Pero este tipo de atracción no sirve de nada si el aspecto de la atención no se cuida. Estos dos aspectos deben de ir de la mano: es stand debe ser llamativo visualmente y también debe ser muy adecuada la atención que se de en él.

Cuidar el servicio: Es muy importante que la gente que este en los stands conozca de primera mano todos los aspectos relevantes de la empresa. No podemos permitirnos que un cliente que se acerque al stand pidiendo información se vaya sin ella. Por eso, es necesario que en el caso de que haya azafatas en el stand, tengan muy claro lo que deben decir y transmitir. Es muy importante también, que todo el mundo que transmita el mensaje lo haga bajo los mismos criterios, ya que así conseguiremos que la imagen de la empresa que transmitamos sea intensa y de calidad.

El 80% de los visitantes que acuden a ferias recuerdan el trato que han recibido del personal. Por eso debemos cuidarlo, pues lo habitual es que recuerde el trato negativo.

Uso de la actitud de la gente: Los visitantes profesionales que acuden a ferias, tiene un actitud positiva. Los que van a las ferias, es porque tienen un interés concreto en algo  y deberíamos usar este aspecto a favor nuestra, intentando mantener siempre esta actitud positiva.

Ofrecer algo más al cliente: Tanto el cliente como el visitante son los protagonistas del stand y así se les debe dárselo a saber. Para hacerles ver que son nuestros protagonistas podemos hacer varias cosas: dejar que manipulen nuestro producto, hacer regalos promocionales, hacer algún sorteo…Es primordial hacerles sentir importantes y demostrarles que lo que hacemos es para su beneficio.