

CONSEJOS PROFESIONALES (EPISODIO #5): CÓMO PREPARAR UN MERCADO NAVIDEÑO

De : Perles & Co



¿ Cómo preparar su mercado navideño?

Diciembre es un mes importante para un diseñador. Es el momento de hacer ventas, pero también es el momento de conocer a sus clientes en los mercados navideños. Para no perder esta oportunidad, lo mejor es pensar con antelación y organizarse para estar a tope en el gran día.

¿ Cómo preparar su mercado navideño? En este vídeo, Audrey te da consejos y sugerencias para organizarte y tener un mercado navideño de éxito!

(¡Y también sirve para otras ferias!).

1. Elección de la feria

Primera pregunta: ¿ Merece la pena ir a la feria o al mercado de diseño donde quieres vender tus joyas, sin correr demasiado riesgo económico?

Para ello, le aconsejamos que elabore un pequeño presupuesto provisional:

- En una columna, calcule sus gastos: gastos de viaje, hotel, comida, gastos de envío de la mercancía si es necesario, inscripción y alquiler del local...
- En otra columna, intenta determinar el importe de tus futuras ventas. Sabemos que no es fácil proyectar. Puede pedir a los organizadores el número de visitantes de la feria y la cesta de la compra media para hacerse una idea.

Alineando sus gastos totales con sus ingresos totales, verá si su participación en esta feria le beneficia... o no.

Ya te oímos decir: "Sí, pero la feria me ayudará a darme a conocer". Es cierto, ¡es un buen argumento! Sin embargo, no debe dejar que



su reputación vaya en detrimento de sus finanzas. Y como sabemos, el coste de participar en una feria puede aumentar muy rápidamente. Si la feria que ha elegido va a suponer una carga para su compatibilidad, elija un mercado más pequeño.

2. Organizar el transporte

Antes de partir, no olvide organizar el transporte de su mercancía:

- Envuelve todo lo frágil para evitar que se rompa (hablamos por experiencia, ¡nos ha pasado!): utiliza espuma para evitar arañazos, plástico de burbujas, papel de periódico, partículas de poliestireno para embalar o planchas de espuma para proteger tus productos y encajarlos eficazmente en una caja. También puedes utilizar estuches para joyas y estuches especiales.
- Asegúrese de tener suficientes provisiones, ya que nunca se sabe cuándo va a explotar el número de visitantes de la feria. Además, sería una pena pagar por un espectáculo si no tienes más productos que vender. Para anticiparse, prepare paquetes que un tercero de confianza pueda enviarle en caso de necesidad.

3. Decorar el stand

Piense en la decoración de su stand: un stand bonito y atractivo siempre atraerá a más gente que un stand aburrido.

Expositores, pompones, velas, globos, cuerdas de luz, bonitas bolsas para envolver tus creaciones... Ambienta la feria con una decoración que recuerde tu mundo creativo, la estación del año, el tema del mercado, el tipo de clientela presente en la feria... También puede proponer un producto emblemático o de última moda, que inevitablemente atraerá a la gente. Sin embargo, tenga cuidado: debe ser elegante, pero permanecer sobrio: sus creaciones no deben desaparecer bajo una decoración recargada.

4. Anime su stand

Una vez que esté en la feria, no se quede sentado. No olvide animar su stand ofreciendo a los visitantes diferentes citas:

- Antes del espectáculo, informa a tu comunidad en Facebook e Instagram de nuestra llegada.
- Traiga a artistas creativos u organice talleres creativos para entretener a los visitantes.
- Organice sorteos y concursos para que la gente siga acudiendo al stand.

Hay muchas formas de atraer a la gente, sólo hay que encontrar la correcta.

5. Crear un enlace

Lo primero que hay que hacer para crear una conexión es sonreír. Así que ponga su mejor sonrisa y sus mejores argumentos, destaque su saber hacer para darse a conocer y, por qué no, haga una venta.

Pero eso no es todo. Hay que intentar que esta conexión dure más allá del espectáculo. Utilizando un iPad o un boletín de noticias en papel, intente recopilar los datos de contacto de sus visitantes haciéndoles participar en juegos o sorteos. Tenga cuidado con el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR). Sin el consentimiento de su visitante (ya sabe, la pequeña casilla que hay que marcar al final de un documento), no puede utilizar los datos recogidos con fines comerciales.

Por último, pon a tu disposición folletos o tarjetas de visita que mencionen tu nombre o marca, tus datos de contacto, la dirección de tu sitio web, tu página de Facebook o tu página de Instagram... ¡Para que no se te olvide!

6. Agradezca a sus visitantes

Después del espectáculo, da las gracias en las redes sociales a las personas que fueron a verte: es muy sencillo, pero tus clientes y seguidores se sentirán emocionados por este pequeño gesto.

También te aconsejamos que envíes una bonita newsletter para dar las gracias simplemente, Ok nos vas a decir: "Vaya, ¿una newsletter? Pero, ¿cómo se hace eso?" Que no cunda el pánico. Existen herramientas de marketing gratuitas por debajo de los 2000 contactos como *Sendinblue* o *Mailchimp* que pueden ayudarte a enviar tus boletines de noticias de forma fácil y rápida. Aprovecha también este boletín para dar una nueva cita en otro stand, en otra feria, en las redes sociales o en tu tienda online. El objetivo es aumentar su comunidad.

7. Analizar el impacto económico



Después de la feria, haga un balance: ¿ le resulta rentable asistir a ferias o es mejor concentrarse en su tienda web?

No hay ningún secreto: analizar los resultados. Compara los ingresos y los gastos, al menos deben estar equilibrados (si los ingresos son mayores que los gastos, aún mejor). No olvides tener en cuenta toda la notoriedad (que puedes medir con herramientas como Google Analytics): Quince días después de la feria, ¿ hay más visitas a su tienda online, más gente en su página de Facebook o Instagram? ¿ Su marca es más conocida gracias a la feria? Entonces verá si le conviene persistir en este camino.

