

SHIFT in Orality preparatory materials – Intellectual Output 5

SHIFT in Orality Summer School of Remote Interpreting – Forlì, June 11th-16th, 2018

Sight translation with cloze – Spanish to English

Pasos para organizar una feria

– Analiza la situación antes de comenzar a organizar una feria profesional

Antes de meterte de lleno en la organización de tu feria profesional, necesitas plantearte lo siguiente:

1- Objetivos: ¿qué pretendes conseguir con la organización de tu feria?

- Generar ingresos.
- Construir comunidad con la gente del (1).
- Conseguir notoriedad de marca.
- Generar contactos.

2- ¿Quién es tu público?

Las ferias profesionales tienen muchas singularidades. Entre ellas: la bicefalia de su público. Por un lado, debes identificar qué empresas pueden estar interesadas en alquilar los (2) de tu feria, es decir quiénes serán tus **expositores**. Por otra, para convencer a los expositores, tendrás que atraer a gran cantidad de **asistentes** profesionales y cualificados. Definir bien ambos grupos de público será determinante a la hora de llevar a cabo actividades tan importantes como las de marketing.

3 – Competencia:

¿Hay alguien más organizando una feria sobre tu sector? ¿qué tamaño tiene? ¿cómo está posicionada? ¿en qué (3) tiene lugar? Analizar en profundidad a tu competencia te ayudará, un poco por descarte y para diferenciarte, a configurar tu propuesta de valor.

– Define una propuesta de valor diferente

En una feria profesional es importante ofrecer actividades que añadan valor a la parte de pura (4). No olvides que tan importante como captar expositores, que vendan o enseñen sus productos o servicios, es conseguir que los pasillos y salas estén abarrotadas de (5) interesantes.

Busca unos ponentes potentes, un lugar adecuado y accesible, una fecha atractiva... y genera una propuesta de valor que te diferencie de la (6). Una vez tengas decididos los contenidos de tu feria profesional, te recomendamos que te hagas un mapa “mental” de todos los elementos

SHIFT in Orality preparatory materials – Intellectual Output 5

SHIFT in Orality Summer School of Remote Interpreting – Forlì, June 11th-16th, 2018

que necesitarás para llevarla a cabo. Para ayudarte, hemos creado una guía de organización de ferias que se basa en Business modelo canvas.

– Planifica las tareas y los tiempos

Como en todo (7), la producción es una de las actividades clave a la hora de organizar una feria profesional. Te recomendamos que utilices el método del retrotiming para identificar y hacer seguimiento de todas las pequeñas (8) que implica una feria. Otra buena forma de mantener el control de todas las tareas en los últimos días previos a la feria, es hacer un (9) de las cosas imprescindibles.

– Analiza y mide los resultados

Las ferias profesionales no terminan cuando se cierran las puertas de tu recinto. Debes analizar todos los resultados y medir la consecución de tus (10). Te recomendamos que:

- midas el rendimiento de tu evento online, visitas y ventas, con google analytics.
- hagas una (11) de satisfacción tanto a expositores como a asistentes, para ver en qué podrías mejorar.
- reúnas en un solo documento todos tus clips de prensa con su correspondiente valor publicitario.
- convoques una (12) con tus principales patrocinadores para hacer un postmortem y también conocer sus impresiones.

Esperamos que este resumen de pasos para organizar una feria profesional te haya sido de ayuda.

[487 palabras. Fuente: <http://pro.ticketea.com/pasos-organizar-una-feria-guia-practica/>]

SHIFT in Orality preparatory materials – Intellectual Output 5

SHIFT in Orality Summer School of Remote Interpreting – Forlì, June 11th-16th, 2018

Missing words:

- (1) sector
- (2) stands
- (3) ciudad
- (4) exposición
- (5) asistentes
- (6) competencia
- (7) evento
- (8) tareas
- (9) checklist
- (10) objetivos
- (11) encuesta
- (12) reunión