



ESTRATEGIAS PARA PARTICIPAR
CON EXITO EN FERIAS
INTERNACIONALES

June 2016



Kiwa[®]



INTRODUCCIÓN - KIWA

Kiwa is a registered brand of Inalproces S.A., a privately-held company established in 2004 as a producer and exporter of nutritional food from the biodiverse landscape of Ecuador.

When we launched Kiwa in 2009, we wanted to create a leading snack brand that stood for quality, innovation and sustainability.

The Kiwa brand caters to a gourmet international market. All Kiwa products are gluten- free, Kosher and non-GMO certified.

Our mission is to provide the world with the highest quality chips made from sustainable and socially responsible practices.

Kiwa chips are selling in over 25 countries around the world, including Chile, Japan, Germany, Canada and the US.



Fecha última revisión: Abril 12,
2011

PARTICIPACIÓN DE KIWA EN FERIAS

- KIWA participa en 6 ferias cada año a través de 4 continentes

Norte América:

- BIOFACH
- Natural Products Expo West
- ANTAD
- Fancy Food



Sur América:

- Macro Rueda



Europa:

- Alimentaria
- Anuga



Asia:

- Gulfood



COSTOS A CONSIDERAR

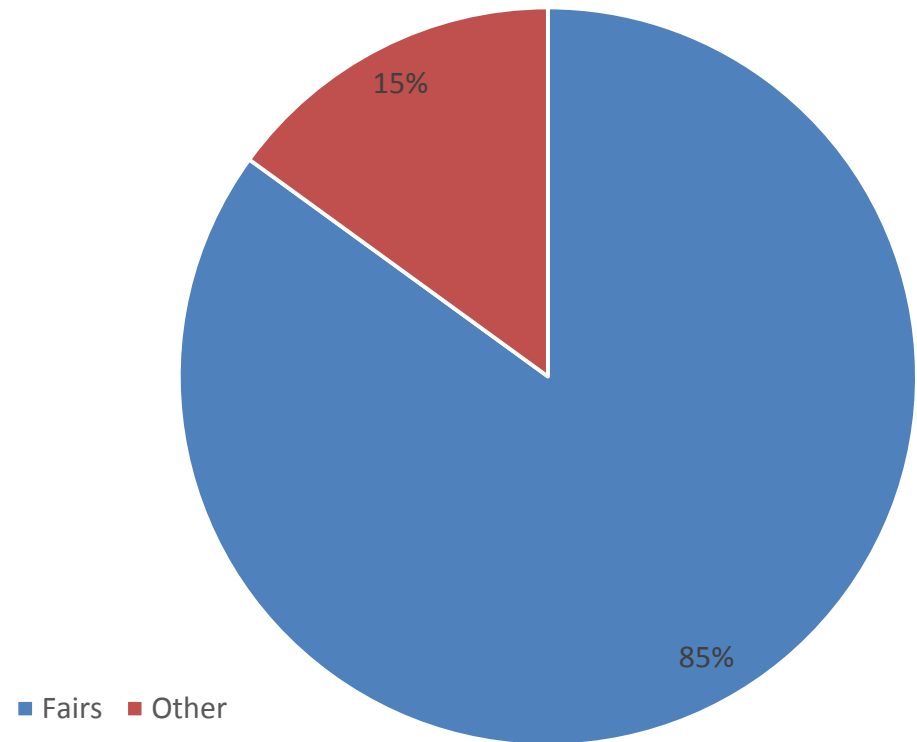
COSTOS CONSIDERAR:

- + Evento 3-4 días: \$6000
- + Diseño del stand: \$2000
- + Viaje al evento: Dependerá de la distancia
- + Hospedaje durante la feria: \$300
- + Otros (muestras etc..): \$500

BENEFICIOS GANADOS - VENTAS

VENTAS

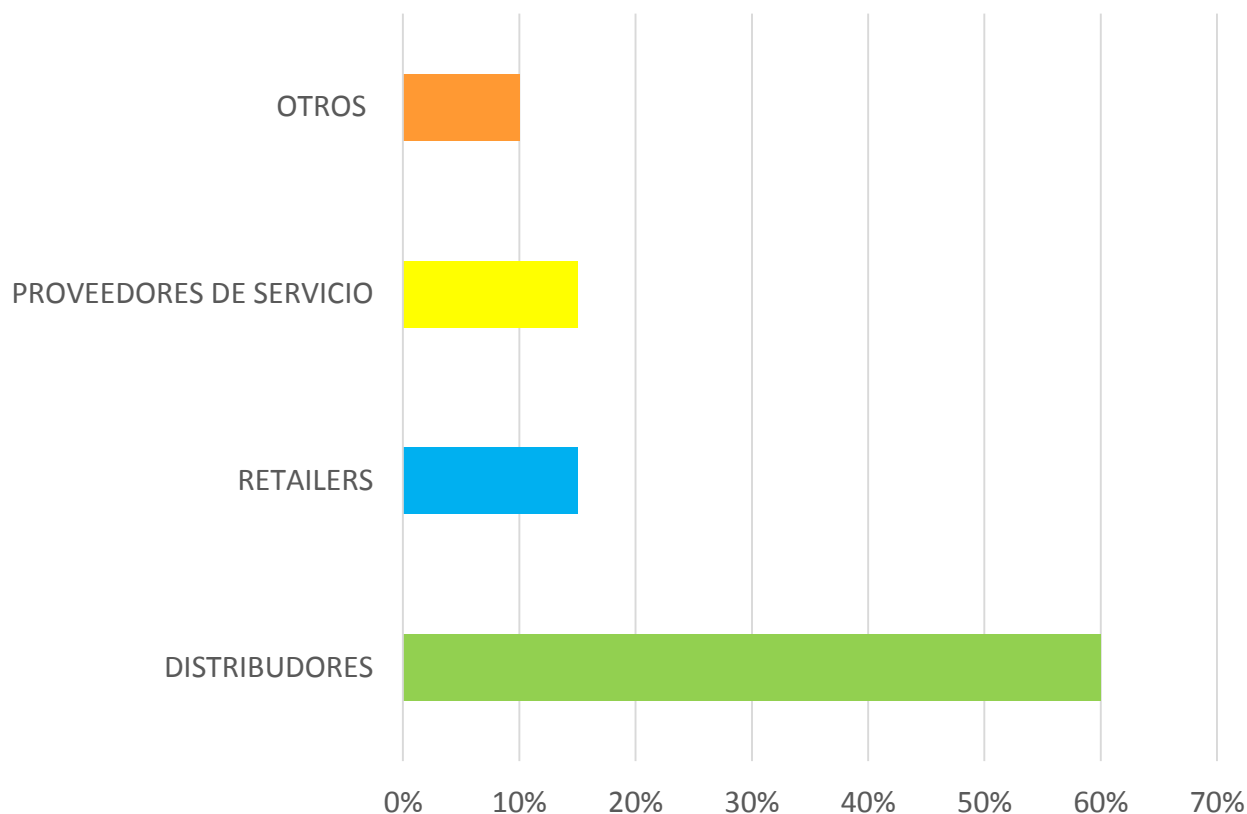
- 80-90% de las ventas de Kiwa tienen sus orígenes en ferias



CONTACTOS HECHOS

80 nuevos contactos hechos en una feria

- 25-30 contactos hechos cada día
- 60% contactos hechos son distribuidores
- 15% contactos hechos son retailers
- 15% contactos hechos son proveedores de servicio



PLANIFICACIÓN & PREPARACIÓN

PREPARACIÓN ANTES LA FERIA

- Después de haber pagado y realizado la inscripción en la feria se debe:
- ❖ Revisar el perfil online de la empresa y asegurarse de que la información sea correcta y fácil de encontrar
- ❖ Pasajes y hospedaje
- ❖ revisar el material promocional
 - ❖ Brochures
 - ❖ Tarjetas de presentación
 - ❖ Fichas técnicas
- ❖ diseño de stand
- ❖ material de montaje
- ❖ las muestras que se enviarán.



APLICAR A LA
FERIA & PAGAR

COORDINAR CON
DISEÑO LA
MATERIAL
PROMOCIONAL

SOLICITAR Y
PREPARAR
MUESTRAS

RESERVAR
PASAJES,
TRANSPORTE,
HOTEL

AVERIGUAR
DATOS
IMPORTANTES
DE LA FERIA

COORDINAR CITA
CON
POTENCIALES
CLIENTES

PREPARA LA CAJA DE FERIA

- ✓ Es recomendable hacer una reunión de preparación para las ferias y acordar las necesidades, una importante es la caja de ferias que en nuestro caso contiene diferentes implementos:
 - ✓ Platos y tapetes
 - ✓ Esferos
 - ✓ Cinta scotch o cinta de embalaje
 - ✓ Tarjetas de presentación, mínimo 200 por feria
 - ✓ Exhibidores
 - ✓ Posters o Banners
 - ✓ Artículos plastificados
 - ✓ Logos de las certificaciones o certificaciones plastificadas para colocar en parte baja el stand

COORDINAR CITAS PARA LA FERIA Kiwa®

- Se debe hacer una investigación previa a la feria para conocer los asistentes a la misma y coordinar las citas antes de la feria.
- Saber que se espera de una empresa en cada mercado y cuales son las normas sociales en el lugar de desarrollo del evento
- Preparar presentación de powerpoint (8-12 slides o video) máximo 5min para enseñar en IPAD
- Estar preparado previamente con preguntas frecuentes.

LA FERIA

COORDINAR ARREGLO DEL STAND Y REGISTRO



- ❖ Llegar al menos un día antes para registrarse en la feria, arreglar el stand y cerciorarse de que todo está en orden. Realizar limpieza profunda y decoración del stand.
- ❖ Arreglar brochures y tarjetas de presentación para que estén a la mano.
- ❖ Arreglar el stand para que no queden cajas ni maletas visibles al visitante.
- ❖ Asegura que su puesto si mira fantástico!



COORDINAR ARREGLO DEL
STAND Y REGISTRO

ASEGURAR QUE SE
TIENEN TODOS LOS
MATERIALES LISTOS

INVITAR A
DEGUSTAR,
PREGUNTAR,
RESPONDER,
PRESENTAR

GUARDAR
INFORMATION

HACER QUE LA GENTE DEGUSTE!

Hacer que la gente deguste & colocar producto fresco cada 2 horas



Mantener el stand siempre limpio y en orden, revisando continuamente el estado de los productos en degustación.

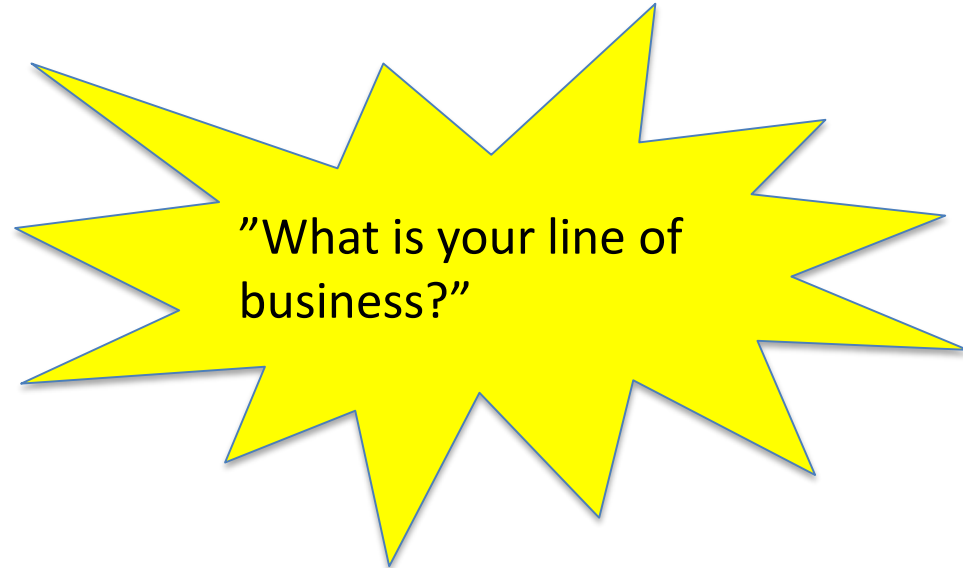
ESTABLACIENDO BUENAS RELACIONES

Preguntar y entender cuál es el negocio del visitante. Ask "what is your line of business?".

→ Responder según lo que el perfil del cliente espera escuchar, darle soluciones.

Invitarle a la persona a sentarse y hacerle la presentación de nuestros productos en el caso de que sea un cliente realmente importante e interesante.

Mantener buena relación con los vecinos para que nos brinden su ayuda cuando tengamos que salir del stand.



COMPORTAMIENTO EN LA FERIA

- Tener alguien presente que hable muy bien Inglés
- Recuerda que el comprador sabe todo!
- Vestirse bien, de acuerdo a los requerimientos de la feria!

- **Conozca su producto a fondo!**

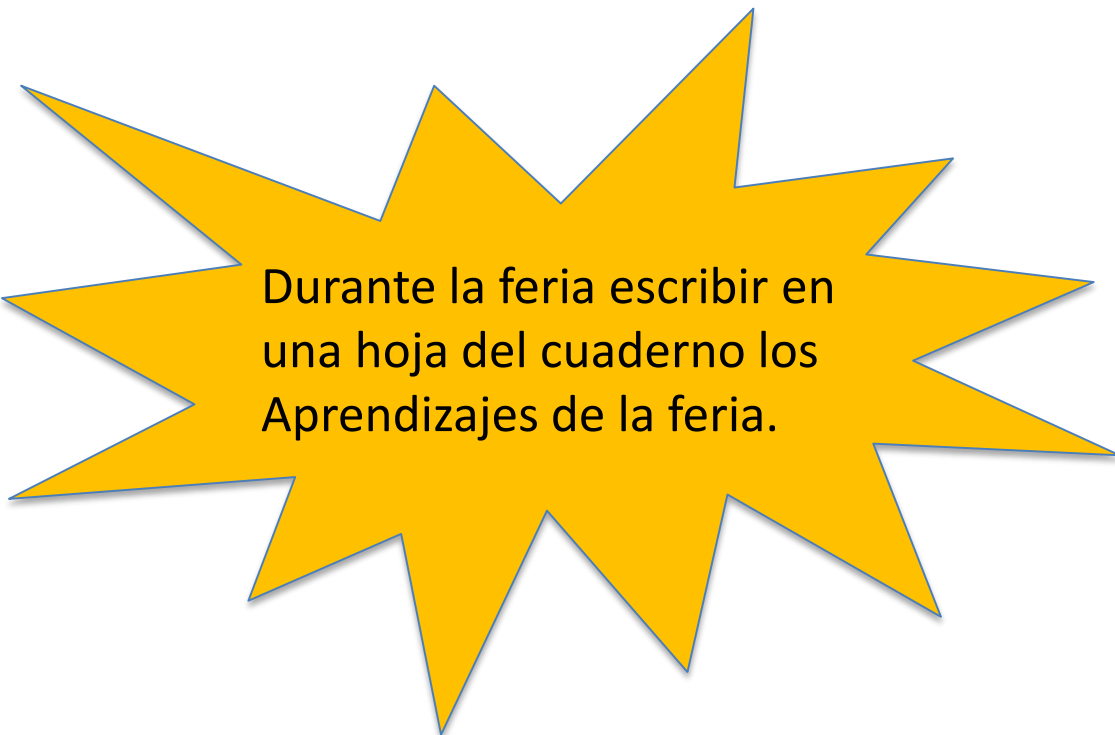
- ❖ Productos –ingredientes, certificaciones, orígenes.
- ❖ Precios - EXW (ex-works), FOB (freight on board) terminología.
- ❖ Mercados/Países que compran tu producto
- ❖ La competencia

GUARDANDO CONTACTOS Y NOTANDO APRENDIZAJES

Mantener un cuaderno o vitacora por cada feria:

Guardar la información de cada cliente de manera ordenada

- Escribir las preguntas de cada cliente que no queden resueltas
- breve descripción del potencial cliente
- pasos a seguir.

A large, yellow, multi-pointed starburst graphic with a blue outline, containing text.

Durante la feria escribir en una hoja del cuaderno los Aprendizajes de la feria.

AL FINAL DE CADA DÍA

- Dejar el stand limpio, botar la basura, los desperdicios y sobrantes del producto.
- Esconder los empaques y muestras.
- Cerciorarse que la seguridad del recinto es suficientemente buena para evitar pérdidas durante la noche.
- Planificar la cantidad de cajas que se llevarán para el día siguiente.
- El último día hacer el mejor uso de las muestras sobrantes, dando al Agregado Comercial o potencial cliente que las haya solicitado.

DESPUÉS DE LA FERIA

SEGUIMIENTO POSTERIOR

- Recolpilar la información de manera correcta, ordenada y segura.
- En la semana posterior a la feria se debe enviar un email de seguimiento a cada visitante con la respuesta exacta a lo acordado
- Generar interés con un email general
- Preparar todos los documentos según requiere el potencial cliente en Inglés o Español.
- Actualizar regularmente la información y el estado de los contactos

Hope on the bus!





kiwalife



kiwalife

www.kiwalife.com