

MANUAL PARA EL PARTICIPANTE EN EL IV ENCUESTRO EMPRESARIAL GRAN SENDA DE MÁLAGA

El IV Encuentro Empresarial Gran Senda de Málaga va a reunir a los sectores claves en el desarrollo turístico del interior de la provincia de Málaga: administraciones públicas, empresas que desarrollan su actividad en torno a Gran Senda de Málaga y operadores turísticos.



1. OBJETIVOS DE PARTICIPACIÓN

- Establecer relaciones comerciales entre los asistentes con objeto de desarrollar el turismo en el interior de la provincia de Málaga.
- Innovación y Calidad. Presentación de nuevas experiencias turísticas proponiendo la excelencia como sello distintivo.
- Buscar agentes o distribuidores para nuevos mercados.
- Asociación con otras empresas del sector para ofrecer paquetes turísticos.
- Lanzar nuevos productos y relanzar los que están en el mercado.
- Posicionar marcas.
- Concienciación por parte de todos los actores participantes en la conservación de la naturaleza y el respeto al medioambiente como eje central de cualquier actividad turística.
- Apoyo al emprendimiento.

2. SELECCIÓN Y CONTENIDO DEL ENCUESTRO EMPRESARIAL

2.1 EMPRESAS QUE DESARROLLAN SU ACTIVIDAD EN TORNO A GRAN SENDA DE MÁLAGA.

- El criterio de selección de participantes se establecerá por orden de presentación de solicitud, comarca y sector empresarial. Prevalecerán las empresas que desarrollan su actividad en el entorno Gran Senda de Málaga.
- Las empresas seleccionadas dispondrán de una mesa de trabajo donde recibirán, de forma programada por la organización, a cada uno de los operadores turísticos que participen en el Encuentro.
- Cada entrevista tendrá una duración de 10 minutos. Se ruega máxima puntualidad con los horarios establecidos.
- Cada empresa participante recibirá una agenda con el contenido de las entrevistas que van a realizar.



2.2 AGENCIAS DE VIAJES. MAYORISTAS Y MINORISTAS.

- El criterio de selección de participantes se establecerá por orden de presentación de solicitud.
- Las empresas seleccionadas dispondrán de una zona de trabajo común. Dispondrán de agenda con el horario de entrevistas programadas con cada una de las empresas participantes.
- Cada entrevista tendrá una duración de 10 minutos. Se ruega máxima puntualidad con los horarios establecidos.

2.3 EMPRENDEDORES.

- El criterio de selección de participantes se establecerá por orden de presentación de solicitud.
- Habrá habilitada una mesa de información a emprendedores (subvenciones, ayudas públicas, asesoramiento en creación de empresas, etc.)
- Cada emprendedor participante recibirá el horario para ser atendido en la mesa de emprendedores.
- Estarán establecidos encuentros con empresarios participantes en el evento para transmitir impresiones, experiencias, dudas, consejos, etc. a cerca de las empresas o ideas de negocio planteadas por los emprendedores.

3. VENTAJAS ENCUENTRO EMPRESARIAL

- **Contactos comerciales:** los contactos realizados en el marco de una feria requieren menos tiempo, esfuerzos e inversión que los que se realizan a través de otros medios.
- **Contacto personal:** permite analizar la reacción del cliente al apreciar el producto que tú ofreces.
- **Eficiencia comercial:** las ferias, por sus características especiales, se convierten en un instrumento de marketing que favorece y acelera el proceso de venta.
- **Marketing:** la participación en ferias conlleva muchas actividades de publicidad, promoción, comunicación, relaciones públicas e investigación de mercados. Las ferias, y encuentros empresariales, después de la publicidad, constituyen un medio importante de promoción de la marca e imagen de las empresas.
- **Tendencias:** son el lugar idóneo para enterarse de las últimas tendencias y novedades de producción y de consumo.

4. MATERIAL DE PROMOCIÓN

La promoción es uno de los medios para llegarle al público objetivo, para estimular o fomentar la compra o venta de un producto o servicio, por tanto, se deben utilizar herramientas para describir adecuadamente la empresa, la calidad y atractivos de los bienes que ésta ofrece.

En general, para este tipo de eventos se utiliza material promocional impreso:

Folletos: deben contener información breve y concisa que describa el producto o servicio, el mercado objetivo y beneficios que ofrece; datos de la empresa. Su diseño debe ser creativo, atractivo y fácil de leer. Se sugiere utilizar colores que armonicen entre sí y la impresión debe ser de muy buena calidad.

Catálogos: su tamaño puede ser un poco más grande que el de un folleto. Aparte de las características y bondades del producto debe contener fotografías y datos técnicos de los productos y servicios, el papel y la impresión debe ser de la más alta calidad. Su distribución es más restringida, se acostumbra entregarlos a clientes con los cuales hayan probabilidades de negocios.

Tarjetas de presentación: deben guardar coherencia con el resto del material promocional, fáciles de leer, diseño agradable, impresas en papel de buena calidad. En ellas se incluyen todos los datos de la empresa como: nombre y logo de la empresa, nombre del representante, cargo, teléfono, fax, (código de área) e-mail, dirección, ciudad y país y página web.

El diseño ha de ser sencillo y elegante, sin excesivos adornos y en un papel de calidad. Recuerda que representa la imagen de la empresa. Nunca debe tener enmiendas ni tachones. En el mundo internacional, debe estar escrita en inglés en un lado y en el idioma propio en el otro. Se entregarán en el momento de las presentaciones y, en último caso al final, a modo de despedida. En general, ha de entregarse con la mano derecha, agarrada de una esquina dejando el nombre bien visible y en el sentido del interlocutor, para que éste pueda ver nuestros datos de un primer vistazo. Nunca hay que guardarla sin más: es de buena educación entretener un poco mirándola para demostrar interés.

5. RECOMENDACIONES PARA UNA VEZ FINALIZADO EL ENCUENTRO EMPRESARIAL

El encuentro no termina en el punto en que se cierra. De aquí en adelante comienza una tarea esencial.

Cierra negocios: la venta y comercialización es la actividad post-encuentro; de lo contrario, todo el esfuerzo realizado será inútil.

Haz seguimiento a los contactos logrados durante el encuentro feria inmediatamente termine la actividad; hazlo en caliente. No esperes a que transcurra el tiempo ni a que la otra parte te contacte antes que tú.

Envía información y cumple compromisos. Invita a conocer tu empresa.

Construye base de datos con los contactos realizados durante la actividad. Envía mensajes de agradecimiento por la atención y el interés manifestados en los productos.

Una vez finalizado el encuentro, debes utilizar las 24 horas siguientes para enviar notas de agradecimiento a todos los presentes. Ten presente que dicho agradecimiento debe hacerse llegar de manera individual y no recurrir a un agradecimiento grupal.