

De lo Físico a lo Digital: Cómo Lograr un Mayor Impacto Integrando tu Stand en el Mundo Online

1. El papel crucial del diseño de experiencia del usuario en la creación de eventos memorables: cómo crear momentos que perduren.

- Comprende las necesidades de tu audiencia: Ponte en los zapatos de quienes visitan tu stand. ¿Qué tiempo tienen? ¿Cuál es su objetivo en ese momento? ¿Cómo puedes ayudarles a resolverlo? y finalmente, ¿cómo puedes captar su atención de forma más efectiva? El diseño de experiencia del usuario se trata de poner al usuario en el centro de todo. Investiga y comprende las necesidades, deseos y expectativas de tu audiencia para crear experiencias personalizadas y significativas.
- Crea un flujo experiencial: Diseña el flujo de tu evento teniendo en cuenta la experiencia del usuario en cada paso del camino. Desde la llegada de los asistentes hasta la salida, cada interacción debe ser fluida, intuitiva y memorable.
- Incorpora elementos emocionales: Las emociones juegan un papel fundamental en la creación de eventos memorables. Incorpora elementos emocionales, como historias inspiradoras, música evocadora y experiencias interactivas, para crear conexiones profundas y duraderas con tu audiencia.
- Fomenta la participación activa: Involucra activamente a los asistentes en la experiencia del evento. Organiza actividades interactivas, juegos y concursos que fomenten la participación y la colaboración entre los asistentes.
- Busca retroalimentación y aprende: Después del evento, solicita retroalimentación de los asistentes para comprender qué aspectos de la experiencia funcionaron bien y cuáles podrían mejorarse. Utiliza esta información para iterar y mejorar continuamente tus eventos en el futuro.

2. Consejos para optimizar el retorno de inversión en ferias y eventos: cómo medir y maximizar el impacto de tu participación:

- **Identifica tus objetivos:** Antes de participar en cualquier feria o evento, es crucial definir claramente tus objetivos. ¿Estás buscando generar leads, aumentar la visibilidad de la marca o cerrar ventas directas? Establecer metas específicas te permitirá medir el éxito de tu participación de manera efectiva.
- **Conoce a tu audiencia:** Investiga y comprende a fondo a la audiencia que asistirá al evento. ¿Qué están buscando los asistentes? ¿Cuáles son sus necesidades y preocupaciones? Adaptar tu enfoque y mensaje a las necesidades de tu audiencia aumentará la efectividad de tu participación.
- **Diseña una ruta sencilla que conduzca directamente al logro del objetivo, que sea coherente con la experiencia y que permita la medición de resultados:** Por ejemplo, si el objetivo es aumentar la base de datos con personas o empresas interesadas, crea una experiencia que termine con los participantes dejando sus datos de forma fácil y accesible. En cambio, si el objetivo es obtener leads, finalizar la experiencia con un photocall, por muy atractivo que sea, tendrá un impacto menor, ya que no encaja dentro de la ruta de conversión.
- **Planifica con anticipación:** La planificación es clave para maximizar el impacto de tu participación en ferias y eventos. Asegúrate de reservar tu espacio con anticipación, desarrollar una estrategia de marketing sólida y capacitar a tu equipo para interactuar efectivamente con los asistentes.
- **Mide y analiza los resultados:** Utiliza herramientas de seguimiento y análisis para medir el éxito de tu participación. ¿Cuántos leads generaste? ¿Cuál fue la tasa de conversión? ¿Lograste alcanzar tus objetivos preestablecidos? Analizar estos datos te permitirá identificar áreas de mejora y optimizar tu estrategia para futuros eventos.

3. Del offline al online

En la actualidad, es frecuente percibir el mundo online como algo separado del offline, lo que puede limitar el potencial de nuestras campañas y eventos. Sin embargo, es importante recordar que los medios digitales tienen el poder de

amplificar considerablemente el impacto de nuestras iniciativas offline. En este sentido, compartir contenido en línea relacionado con nuestros eventos y campañas no solo aumenta su alcance, sino que también fortalece la conexión con nuestra audiencia y crea una experiencia más completa y envolvente. Aquí compartimos algunos consejos para hacer esta transición de manera efectiva y sutil, tanto para nuestra empresa como para los usuarios.

- Crea un hashtag que contenga el nombre de tu marca y con el que, no solo tú publicarás las fotos y videos que tomes durante el evento, sino también las personas que visiten tu stand puedan usarlo, El hashtag funciona mejor si está incluido en alguna pieza impresa como el photocall, alguna pared o las mesas para que esté visible a todo el que pase.
- Si el objetivo de la presencia de tu marca en el evento es conseguir leads, crea una landing específica del evento que facilite la inscripción de los interesados. El link puedes incluirlo en alguna pieza impresa del stand en forma de QR que sea visible a los clientes potenciales y debe tener un llamado a la acción como “suscríbete aquí y recibe...”
- Incluye, dentro de la landing, herramientas de analítica que te permitan conocer el impacto generado por tu marca aún después de que el evento ha terminado.
- Realiza encuestas y cuestionarios. Dependiendo de tu marca puedes hacer esto a través de redes sociales o desde un google form (entre tantas otras herramientas que hay). Así podrás recibir feedback que te será útil para los siguientes eventos a la vez que reafirmas el engagement de tus usuarios tanto con tu marca como con su presencia en eventos.

En Sinergia Barcelona, nuestro compromiso es hacer que tu marca brille en cada evento. Creamos experiencias inmersivas que sumergen a tus clientes potenciales en el mundo de tu marca, garantizando una conexión duradera. Si buscas destacar en eventos y dejar una impresión memorable, estamos aquí para convertir tu visión en realidad. ¡Contáctanos hoy mismo para comenzar a planificar tu próxima experiencia de marca inolvidable