

## **Tips sobre Redes Sociales en las Ferias**

Fuente: Trade Show News Network, TSNN

<http://www.tsnn.com/news-blogs/12-tips-about-social-media-trade-shows-0>

Su recinto o empresa de ferias y eventos podrá compartir con sus expositores estos prácticos y rápidos consejos, que les permitirán obtener más gente en sus stands.

### **Twitter:**

Razones twitter para visitar su stand: Muchos expositores se niegan a usarlo, porque simplemente no saben que escribir. Pero 500 millones de usuarios, es una razón para querer saber como usarlo. Esta es una manera simple de empezar: Informe de razones para visitar su stand que usted ya está diciendo a través de e-mail, face book y teléfono. Diga que recibirá el visitante que vaya a su stand, como recuerdos, concursos, nuevos productos, ofertas especiales, etc.

Tweets pre-agendados: a través de programas software, usted podrá pre grabar sus tweets, de forma que se envíen automáticamente, sin que usted esté al frente del computador o ya este trabajando en la feria. Estos son Hootsuite.com or Tweetdeck.com.

Aprenda el uso de los Hashtags (#) para sus ferias: Twitter maneja una especie de código secreto o único que aleja a muchas personas que no lo saben usar. El uso de este símbolo ""#"" crea una especie de hipervínculo que traerá toda la información reciente mencionada sobre un tema en particular. Dicha información tendrá el mismo símbolo como parte del contenido.

### **YouTube:**

Incluya el nombre de su compañía y de la feria en el título del video o incluso el # del stand. You tube es el segundo buscador más usado en el mundo y la gente no solo busca cantantes famosos sino información sobre el negocio al cual quieren ir, como su feria.

Esta es la mayor plataforma para contar su historia sin que le cueste mucho. Para la campaña de promoción antes del evento, grabe la información por las cuales alguien debería ir a su stand. Para la campaña posterior, incluso podrá grabar personas o momentos que pasaron durante la feria, demostraciones, entrevistas a clientes felices, entre otros. Después, mande por email los links de su video o incluso péguelo en su página web o en un blog.

Youtube de no tan alta calidad: Una de las razones para poder realizar videos de no tan alta calidad, aparte de no contar con los recursos financieros, es que hoy en día las expectativas del marketing han cambiado y se trata más de "momentos de contacto", que de una excelente producción. No necesitará grandes formatos, solo hable del corazón de su producto y verá los resultados.

**Facebook:**

No solo personal, también para sus negocios: FB se ha convertido en una valiosa plataforma para los negocios, incluso los de tipo B2B, o especializados. Con 800 millones de usuarios, lo que equivaldría al país con tercera mayor población del mundo, su volumen de información es equivalente a todo el tráfico de internet mundial del 2004. Ejemplos de compañías exitosas acá son General Electric, que tiene 250 mil fans. Use el face book de manera personalizada con sus clientes.

Postee videos y fotos de su stand y de la feria

Lo podrá hacer fácilmente con un teléfono inteligente, no es necesario tener mayor calidad. Muestre sus nuevos productos, comparta con los que clientes potenciales que no pudieron asistir, deles a sus clientes una razón para ir a tomarse una foto en su stand.

**Blogs:**

Los blogs son más fáciles de implementar y más económicos que las páginas web. Dese cuenta quien participa en el blog de su compañía y deles descuentos para entrar a la feria u otro tipo de incentivos. En estos blogs usted podrá recapitular sobre las tendencias e innovaciones vistas en su stand y en la feria.