

RETRO PLANNING

Para preparar tu salón profesional

-9 MESES

Elegir los eventos y definir la estrategia

- Seleccionar los eventos pertinentes en función de los objetivos comerciales del año.
- Analizar las estadísticas de las ediciones anteriores: frecuentación, visitantes.
- Evaluar la competencia: ¿quién expone? ¿qué presencia? ¿qué tamaño de stand?
- Definir la estrategia global: visibilidad, lanzamiento de producto, prospección, notoriedad.
- Fijar un presupuesto provisional (superficie, stand, soportes, logística, comunicación, personal).
- Validar la participación interna (Dirección comercial, Marketing, Comunicación).

-8 MESES

Reservar & asegurar tu presencia

- Reservar el espacio de exposición rápidamente para obtener una buena ubicación.
- Negociar las opciones del organizador: ángulos, altura, servicios técnicos, iluminación, internet.
- Examinar el plano de la sala de estar para identificar las zonas de alto tránsito.
- Definir los KPIs de el evento : leads esperados, citas específicas, visibilidad, repercusión prensa.
- Constituir el equipo de proyecto: jefe de proyecto, creativo, logístico, comercial.

-7 MESES

Concepto e intenciones del stand

- Imaginar la presencia de la marca: ambiente, estilo, experiencia del visitante.
- Definir las necesidades funcionales: zona de bienvenida/ demostración/ cita/ almacenamiento
- Elegir una tipología de stand: en línea, en ángulo, en isla, península.
- Enumere los soportes necesarios (pared textil, mostrador, iluminación, señalización).
- Identificar si el stand será reutilizable en múltiples eventos o de un solo uso

-6 MESES

Validar el espacio

- Analizar las limitaciones técnicas del organizador (altura, enganches, seguridad, electricidad).
- Redactar la información técnica del stand (dimensiones, zonas, necesidades técnicas, soportes).
- Lanzar los primeros bocetos del stand (croquis, zonificación, circulación).
- Validar un primer presupuesto ajustado según las opciones elegidas.
- Informar a los equipos comerciales y empezar a hablar de los objetivos.

-5 MESES

Diseño y construcción del stand

- Crear el plan de instalación: pared, encimera, tótems, PLV, iluminación, mobiliario.
- Seleccionar los soportes principales (kits de salón, estructuras textiles, elementos luminosos).
- Elegir los materiales y formatos en función del transporte y el almacenamiento.
- Trabajar las propuestas visuales para validación interna o cliente (para revendedores).
- Prever un stand modulable si se planifican varios eventos.

-4 MESES

Diseño gráfico y contenidos

- Reunir los elementos gráficos (logo HD, imágenes, textos, carta).
- Redactar los mensajes clave: gancho principal, promesa, evidencia.
- Crear las maquetas de los soportes (pared textil, roll-up, mostrador, PLV).
- Validar todo el diseño e iniciar los BAT.
- Prever los contenidos print: folletos, flyers, tarjetas de visita.
- Planificar contenidos digitales: vídeos, motion design, códigos QR, formularios de contacto.

-3 MESES

Producción y pedidos

- Encargar los soportes impresos (estructuras textiles, visuales, accesorios).
- Encargar el mobiliario si es alquilado o comprado.
- Iniciar la producción de golosinas y obsequios potenciales.
- Comprobar los plazos de producción + transporte.
- Proporcionar kits de repuesto (imágenes adicionales, accesorios técnicos).
- Organizar el transporte.

-2 MESES

Comunicación & preparación comercial

- Iniciar la comunicación pre-salón: emailing, redes sociales, sitio web.
- Crear una landing page "Encuétranos en el stand X".
- Invitar a sus clientes/ prospectos y abrir ranuras de citas.
- Resumen comercial completo:
- Mensajes clave/ objetivos prioritarios/ elementos diferenciadores
- Formar al equipo en el recorrido del visitante, la demostración y la cualificación de los leads.
- Preparar el material digital: tabletas, herramientas CRM, códigos QR.

-1 MESES

Pruebas y seguridad

- ☐ Realizar un pre-montaje del stand (si es posible).
- ☐ Controlar la calidad de los soportes impresos: colores, acabados, coherencia.
- ☐ Validar la logística (transporte, horarios de montaje, insignias).
- ☐ Probar los contenidos multimedia (vídeos, pantallas, pantallas led).
- ☐ Compruebe el suministro eléctrico previsto y las extensiones necesarias.
- ☐ Finalizar los argumentos de venta

-7 DIAS

Verificaciones finales

- ☐ Preparar el kit de emergencia: cinta adhesiva, collares, destornilladores ...
- ☐ Comprobar el estado de cada soporte (estructura, visuales, luz).
- ☐ Preparar la documentación comercial.
- ☐ Recoger los objetos para repartir.
- ☐ Realizar una última comunicación (email + redes sociales).