



SOLUZIONI

TEMA: Branding en Ferias Internacionales

MBA Mmkt ISRAEL SANGUINETI

isanguineti@soluzioniinternational.com

Seminario Miércoles del Exportador - PROMPERÚ

27 de marzo de 2019

Lima, Perú



Contenido

- Qué es una feria internacional
- Importancia
- Introducción al branding
- Branding en ferias internacionales

¿QUÉ ES UNA FERIA INTERNACIONAL?

Importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante.

Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.



¿QUÉ ES UNA FERIA INTERNACIONAL?

Es uno de los pocos espacios donde concurren personas con la voluntad de vender y de comprar al mismo tiempo y con gran intención de hacer negocios.



2018

Javits Center, New York
June 30-July 2, 2018



**PRESENTS THE
FANCY
FOOD
SHOW**

**SUMMER
FANCY FOOD SHOW**

The Summer Fancy Food Show is the largest specialty food industry event in North America, and the premier showcase for industry innovation. You can expect more new and exciting events, programs, and exhibitors than ever before at the 2018 show. This is the place to see and taste the future of food!

Gulfood

17 - 21 FEBRUARY 2019
DUBAI WORLD TRADE CENTRE

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

21 - 25 OCTOBER 2018
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

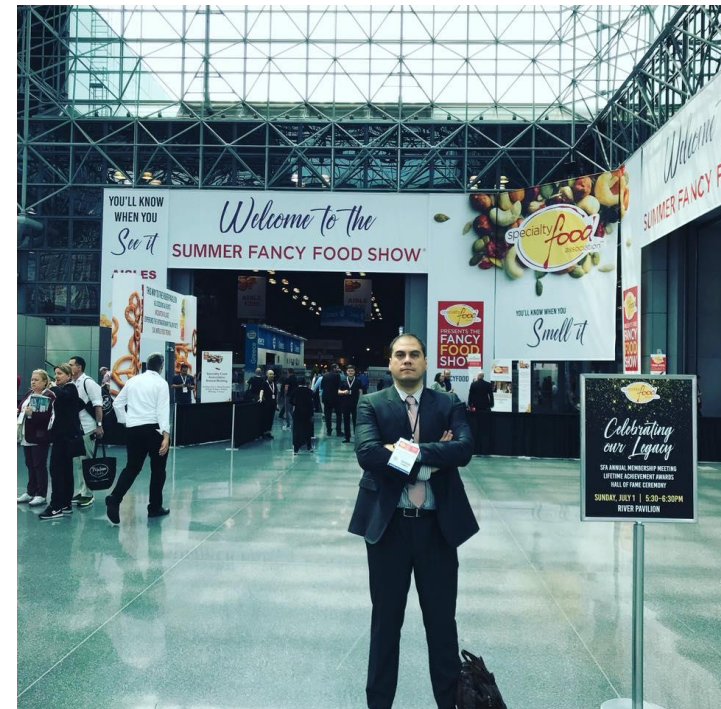


Seafood Expo
GLOBAL



IMPORTANCIA

La participación en una Feria Internacional puede potenciar mucho nuestras ventas y ser una gran plataforma de desarrollo, lo importante es decidir adecuadamente para elegir una que sea conveniente de acuerdo a tipo de producto, tamaño, costos y mercado objetivo.



IMPORTANCIA

Asimismo un punto importante es la ejecución adecuada de la logística de Comercio Internacional enfocada a las Ferias, debido a que la misma normalmente es compleja debido a que los tiempos son muy ajustados y existen muchas restricciones arancelarias y para arancelarias para un enorme y diverso tipo de productos a exponerse.



Antecedentes:



Fuente: Elaboración Propia

Elementos a tener en cuenta:

- Análisis de Mercado Objetivo
- Análisis de destrucción de Barreras de ingreso
- Adecuación de producto – Presentación y Promoción
- Selección de la Feria
- Proyección de tiempos y Costos
- Destrucción de barreras – Operación y Registro de Ingreso
- Presentación
- Manejo de Lenguaje de Negocios

Concepto: Una marca es “un nombre, signo, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo fin es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de su competencia”

Fuente: Asociación Americana de Marketing

Concepto: “un proceso estratégico y táctico mediante el cual se crea, gestiona y comunica una marca”

mediante el branding se transmiten “unos valores de marca, por un lado, tangibles y racionales y, por otro lado, intangibles y emocionales, permanentes pero en constante evolución, con el propósito de construir un universo que la marca proyecta y el consumidor experimenta.”

Fuente: Principios de estrategia publicitaria y gestión de marcas - Jorge Fernández Gómez

La esencia del Marketing es el intercambio

- Consumidores van al mercado para satisfacer sus necesidades o problemas.
- Hay más de un oferente ofreciendo una solución a sus necesidades o problemas.
- Consumidores eligen al proveedor que entrega mayor valor.





















CONSUMIDOR: “””Maximiza Beneficio Recibido / Minimiza Precio”””

OFERENTE: “””Maximiza Precio / Minimiza Beneficio Ofrecido”””


CONCEPTO CLAVE: **VALOR**

Fuente: Gestion de Marcas– Cristobal Barra

BrandZ™ Top 100 Most

	Brand	Category	Brand Value 2018 \$Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2018 vs. 2017	Rank Change	Country of Origin
1		Technology	302,063	4	+23%	0	
2		Technology	300,595	4	+28%	0	
3		Retail	207,594	4	+49%	1	
4		Technology	200,987	4	+40%	-1	
5		Technology	178,990	5	+65%	3	
6		Technology	162,106	4	+25%	-1	
7		Payments	145,611	5	+31%	0	
8		Fast Food	126,044	4	+29%	2	
9		Retail	113,401	3	+92%	5	
10		Telecom Providers	106,698	3	-7%	-4	

¿Qué se puede “Brandear”?

#	Brand	Brand Value (US\$ Mil.)		Brand Contribution Index	Brand Value Change 2015-2017	#	Brand	Brand Value (US\$ Mil.)		Brand Contribution Index	Brand Value Change 2015-2017
		2017	2015					2017	2015		
1	 Cristal Beer	1,396	1,678	5	-17%	11	 Inkafarma Drugstore	126	175	2	-28%
2	 Pilsen Beer	1,080	1,108	5	-3%	12	 plazavea Retail	115	225	2	-49%
3	 BCP Banks	1,025	1,808	3	-43%	13	 Arequipena Beer	110	-	4	NEW ENTRY
4	 Interbank Banks	918	1,479	3	-38%	14	 Metro Retail	98	-	2	NEW ENTRY
5	 Cusqueña Beer	605	422	5	43%	15	 Cemento Cement	73	-	1	NEW ENTRY
6	 Inca Kola Soft Drinks	568	643	5	-12%	16	 Don Vittorio Food and Dairy	53	-	5	NEW ENTRY
7	 Pacifico Insurance	414	331	4	25%	17	 Mibanco Banks	49	-	2	NEW ENTRY
8	 Trujillo Beer	333	287	4	16%	18	 Bolivar Laundry	49	-	4	NEW ENTRY
9	 Realplaza Retail	267	169	3	58%	19	 Primor Food and Dairy	40	-	4	NEW ENTRY
10	 Sol Cement	165	251	2	-34%	20	 Wong Retail	38	-	3	NEW ENTRY

Source: Kantar Millward Brown and BrandZ™
Brand contribution measures the influence of brand alone on earnings, on a 1-to-5 scale, 5 being highest.

¿Qué se puede “Brandear”?



¿Qué se puede “Brandear”?

Qué se puede “Brandear”?



Criterios Funcionales e Ideales Conceptuales (Modelo de Wheeler)

Concreta, memorable y apropiada
Fácilmente reconocible
Provee una imagen consistente de la compañía
Comunica claramente la “persona”
Factible de proteger legalmente
Tiene valor durable en el tiempo
Funciona bien en diferentes medios y escalas
Funciona bien en blanco y negro y en color



Fuente: Gestion de Marcas– Cristobal Barra

Nuestra propuesta:

Las Ferias internacionales son herramientas de Promoción Comercial Internacional.

El branding busca el desarrollo y posicionamiento de marca.

Dentro de la estrategia de Promoción de una feria o evento, planificar, desarrollar y ejecutar actividades, estrategias y tácticas con la intención de generar branding.

La promoción que es la actividad principal en la feria, viene a ser una actividad que va a contribuir al branding, por ello deben trabajarse de manera que puedan potenciarse y que también puedan formar parte de una estrategia general o más amplia de Branding.

Posibles ventajas:

Mayor recordación por parte de compradores asiduos o buscadores

Mejor percepción de imagen de marca

Menor necesidad de ser “vedette” en proximas ediciones

Posibilidad de ahorro en Mkt

Generar posicionamiento del producto/empresa

Patrimonio de Marca

“Es el conjunto de activos y obligaciones relacionados con una marca, su nombre y simbología, que se adicionan o deducen del valor provisto por un producto a sus clientes”.

David Aaker.

“...efecto diferencial que tiene la estructura cognitiva asociada a una marca en la respuesta de los clientes a las acciones de marketing para dicha marca”.

Kevin Lane Keller.



Creando valor a través del producto/entrega del producto

- Calidad – Desarrollo de Producto
- Beneficios entregados – Satisfacción de múltiples necesidades
- Personalización
- Post-Venta
- Programas de Lealtad
- Envases/Etiquetas

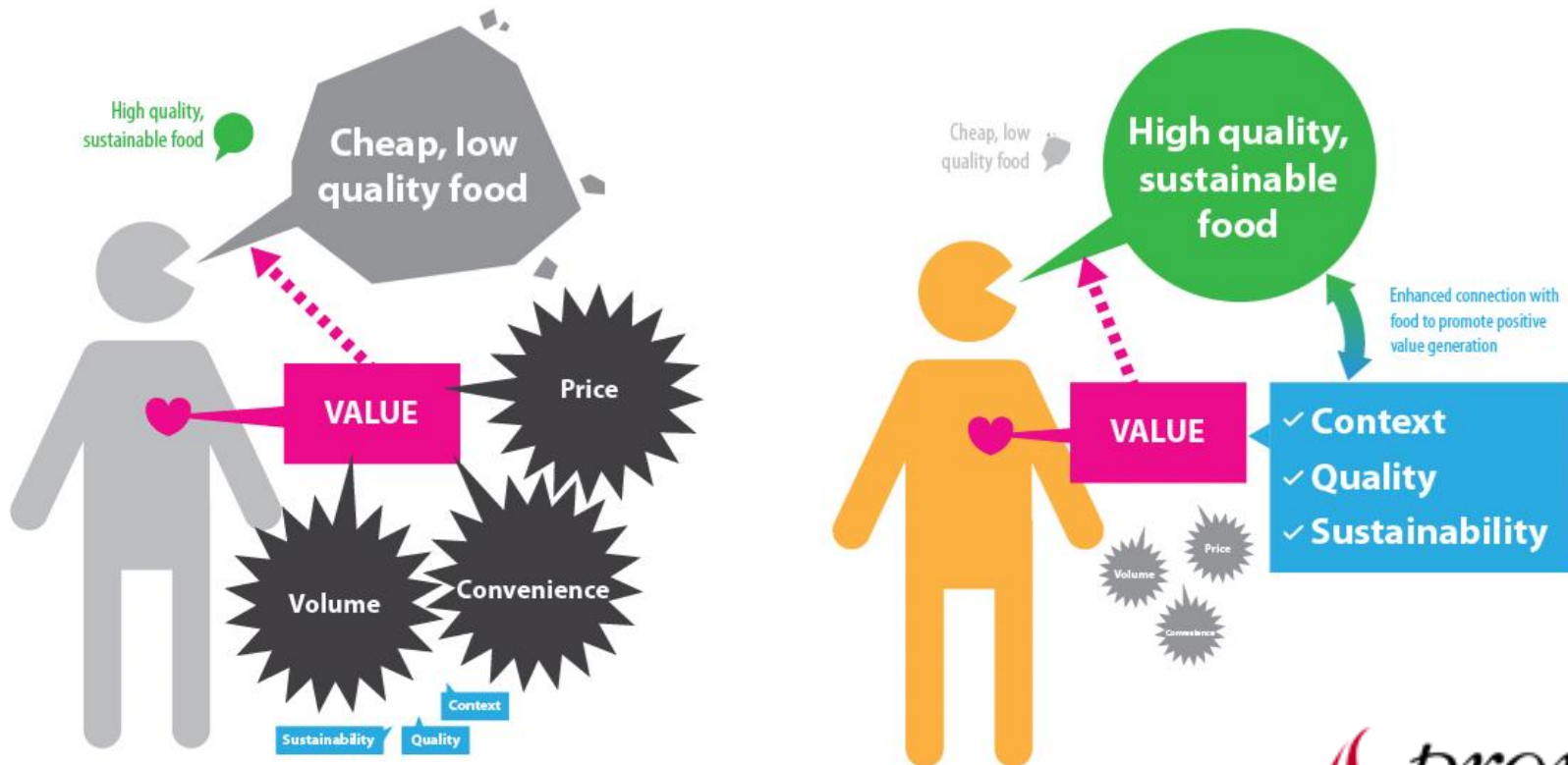
¿Que tan valiosa es tu marca?

- Diferenciación
- Relevancia
- Estima
- Conocimiento



¿Cómo se logra aumentar el Brand Equity?

- Creando valor para el consumidor...





2012

2016



2018



SUPERMAN



<https://www.superman-energydrink.com/>



Q Busca

Entrar

Regístrate



supermandrink

Seguir

14 publicaciones

425 seguidores

236 seguidos

Superman Energy Drink

Ofizielle Seite des Superman Energy Drinks!

Teile uns mit:

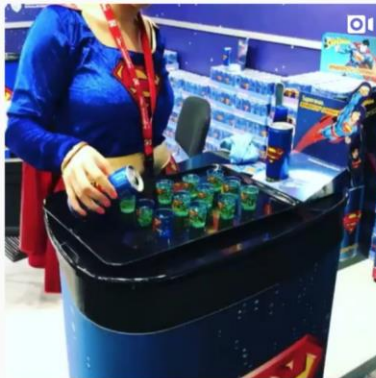
#supermanenergy

Hier erhältlich: <http://amzn.to/2izf7Ry>

www.superman-energydrink.com

PUBLICACIONES


ETIQUETADAS



https://www.facebook.com/supermandrink/

Aplicaciones Google f pto Ferias del Mundo, ... Ipsos_Flair_Peru_0...

Superman Energy Drink



Superman Energy Drink
@supermandrink

Inicio

Publicaciones

Fotos


Comunidad

Videos

Información


Información y anuncios

Crear una página



Me gusta Seguir Compartir ... Más información Enviar mensaje


Publicaciones

 **Superman Energy Drink**
31 de diciembre de 2017 · 🌐

🎉 HAPPY NEW YEAR 🎉

Der Superman Energy Drink wünscht allen ein frohes neues Jahr und viel Erfolg für 2018!

Ver traducción



Comunidad Ver todo

👤 Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

👍 A 760 personas les gusta esto

📡 774 personas siguen esto

Información Ver todo

✉ Enviar mensaje

🌐 www.superman-energy

📁 Producto/servicio



MUCHAS GRACIAS

ISRAEL SANGUINETI A.

isanguineti@soluzioniinternational.com

