|  |  |
| --- | --- |
| Gacetilla de Prensa  | Noviembre, 2019 |
| Las exposiciones y la tecnología:una dupla exitosa para los negocios | Carolina Del PozoTel. +54 9 11 4514 1400prensa@argentina.messefrankfurt.comwww.argentina.messefrankfurt.comGerente de Comunicación y PrensaNatalia Porta |

La industria de reuniones es tan social como digital: el avance tecnológico no compite con los encuentros “cara a cara” de los eventos; muy por el contrario, es a través de una integración inteligente de ambos mundos que se pueden obtener experiencias innovadoras y mejores resultados de negocios.

Según datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR Argentina), durante 2018 se realizaron en el país 6.382 reuniones, entre las que se incluyen Congresos y Convenciones, Ferias y Exposiciones y Eventos Deportivos Internacionales. Sólo al segmento de ferias y exposiciones asistieron un total de 9.834.712 personas, entre turistas nacionales, extranjeros y asistentes locales, quienes gastaron durante su estadía un total estimado de AR$ 24.877.314.939.

Los números dan cuenta que, a pesar del avance de la digitalización, las personas aún valoran la interacción “cara a cara” y ven a las exposiciones comerciales como parte de ese “mix” necesario entre lo online y lo offline.

Las relaciones personales son primordiales en esta industria, pero también lo son las tecnologías disponibles para optimizar los negocios y la experiencia del visitante. Por esta razón, es necesario invertir en innovación, antes, durante y después de las exposiciones, en la relación entre expositores y visitantes pero, sobre todo, ofrecer un valor agregado y considerar especialmente la experiencia del usuario.

En este sentido, el Presidente y CEO de Messe Frankfurt Argentina, Fernando Gorbarán, comentó que dentro del paquete de servicios que incluye la contratación del stand, la empresa ofrece herramientas para que los expositores interactúen con los visitantes desde mucho tiempo antes de la fecha de la exposición. “El objetivo es brindarle al expositor la posibilidad de ir generando un *engagement* previo y progresivo con sus clientes, que luego se cierre en un encuentro o negocio concreto dentro de la exposición”, explica.

Entre estas herramientas menciona materiales personalizados como un micro sitio web que permite saber quiénes lo visitaron y se acreditaron al evento; invitaciones digitales y banners animados para la web y newsletters; difusión en medios de prensa y las redes sociales de la exposición; logos, e-firmas, posters e imágenes para compartir en las redes de la propia empresa; videos de capacitación, entre otros. “Queremos que las empresas consideren a la exposición como algo más que un encuentro de tres o cuatro días. El mayor éxito lo obtienen cuando integran el evento a su plan anual de marketing, con acciones específicas durante los meses previos y posteriores a la exposición”, asegura Gorbarán.

A su vez, la empresa está trabajando a nivel global en un proyecto denominado “Messe Frankfurt Next” (*MF Next*). “La compañía ya está pensando en cómo serán los eventos en 2030, hacia dónde nos dirigimos. Se trata de un programa estratégico a largo plazo que busca una mejor integración de los datos y la información, los procesos y la gestión de los clientes. Esto incluye el uso de las ventajas de la digitalización en términos de plataformas, datos y conocimiento, nuevos productos, formatos y servicios innovadores”.

La tecnología también está al servicio de la “inteligencia” en el negocio ferial. “Implementamos acciones de marketing digital para aumentar de forma estratégica, mediante el *retargeting* (técnica de marketing digital que se basa en volver a impactar con publicidad a usuarios que ya hayan interactuado con la marca), el número de visitantes a las exposiciones, logrando este último año un crecimiento del 45% de las personas pre-acreditadas a los eventos”, cuenta el ejecutivo.

A través del departamento de BI (*Business Intelligence*), Messe Frankfurt Argentina analiza una gran cantidad de datos para obtener estadísticas de audiencias y así conocer lo que motiva a las empresas a querer exponer y a los visitantes, asistir al evento. En este sentido, Gorbarán expresa: “Desde el primer día nuestro objetivo es brindar la mejor experiencia a quienes forman parte de nuestras exposiciones, congresos y eventos. La tecnología y el acceso a la información con la que contamos hoy en día nos permiten conocer mejor a nuestros visitantes y expositores, que ya superan los 5 millones, y ofrecerles una experiencia personalizada. Seguimos buscando innovar y estar a la vanguardia en la industria de los eventos”.

La digitalización no es una competencia para la industria de las exposiciones. La clave está en cómo el sector responde y se reinventa para mejorar la experiencia de los eventos. La tecnología es una herramienta que ayuda a acortar la brecha entre el emisor y el público objetivo para lograr mejores encuentros personales, que darán como resultado un crecimiento en los negocios.

**Más información:**

[www.argentina.messefrankfurt.com](http://www.argentina.messefrankfurt.com)

**Información de prensa y material fotográfico:**

<https://ar.messefrankfurt.com/buenosaires/es/prensa/bienvenidos-prensa.html>

**Redes Sociales:**

[www.facebook.com/MesseFrankfurtArgentina](http://www.facebook.com/MesseFrankfurtArgentina) I [www.twitter.com/MesseArgentina](http://www.twitter.com/MesseArgentina) | [www.instagram.com/messefrankfurtargentina](http://www.instagram.com/messefrankfurtargentina)

**Información adicional sobre Messe Frankfurt**

Messe Frankfurt es el organizador de exposiciones, congresos y eventos con recinto propio más grande a nivel mundial. Con más de 2.500 empleados en 30 ciudades, la compañía genera una facturación anual de alrededor de 718 millones de euros. Gracias a su estrecha vinculación con diferentes sectores, representa de forma efectiva y eficiente los intereses empresariales de sus clientes en el marco de las áreas de negocios “Fairs & Events”, “Locations” y “Services”. Una de las principales características diferenciadores de Messe Frankfurt es la red de comercialización global que abarca todas las regiones del mundo. Una completa oferta de servicios – tanto a nivel presencial como online – garantiza una alta calidad y flexibilidad constantes en los servicios de planificación, organización y realización de los eventos de sus clientes en todo el mundo. La gama de servicios abarca desde el alquiler del recinto, el montaje de la exposición, los servicios de marketing, hasta la contratación de personal y del servicio de gastronomía. La sede principal de la empresa se encuentra en Fráncfort del Meno. Los socios son la ciudad de Frankfurt, con el 60 por ciento, y el estado de Hesse, con el 40 por ciento.

Más información en: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com/)

**Información adicional sobre Messe Frankfurt Argentina**

Es la filial de la empresa líder en organización de exposiciones profesionales del mundo. El objetivo de las muestras es promover encuentros de negocios reales que estimulen a los mercados regionales, alienten al mercado interno y a su vez insten al desarrollo del polo tecnológico en cada área. Actualmente el portfolio de eventos de Messe Frankfurt Argentina incluye las exposiciones: Automechanika Buenos Aires, BIEL Light + Building Buenos Aires, Confemaq, Emitex, ExpoCehap, ExpoFerretera, ExpoMant, Intersec Buenos Aires, Salón Moto, Simatex, Tecno Fidta. Además, realiza numerosos congresos y eventos especiales para terceros, como Argentina Oil & Gas Expo Buenos Aires, Argentina Oil & Gas Expo Patagonia, Arminera y Electronics Home, entre otras.

Encontrará más información en [www.argentina.messefrankfurt.com](http://www.argentina.messefrankfurt.com)