

Les fires virtuals

Les fires com molts altres esdeveniments, es convertiran en virtuals? Degut a les restriccions en el nombre de persones per reunió... les fires virtuals compten amb una possibilitat de reemplaçar les fires tradicionals? El format de la fira virtual és semblant al dels esdeveniments tradicionals: els expositors s'han d'inscriure, abonar l'import de l'espai virtual, preparar l'estand i el material d'informació... Els visitants que s'inscriuen en la fira es connecten en unes dates concretes i, amb l'ajuda de la plataforma interactiva, «visiten» els stands que els interessin. Els stands virtuals són els «llocs virtuals» que ocupen els expositors en la sala d'exposició virtual. Un clic sobre la icona que figura en la ubicació virtual d'una determinada empresa permet als visitants accedir a la seva oferta, als seus catàlegs, fotos i vídeos de productes i a altres suports d'informació sobre la mateixa. A més, visitants i expositors poden mantenir converses virtuals, demanar o presentar una oferta o comprar i vendre un producte en línia. També cap la possibilitat de redirigir al visitant cap a la nostra pàgina web, Facebook, blog etc

Avantatges de les fires virtuals:

En primer lloc, l'estalvi econòmic i de temps en la preparació del stand. Donat que els stands virtuals no compten amb una figura física, no s'han de transportar ni instal·lar en la fira en qüestió. Poden ser gestionats per una única persona des de la seu de l'empresa, i els suports publicitaris només són necessaris en versió digital, no cal doncs aportar material imprès

Una fira virtual té un abast més ampli que una fira presencial donat que moltes més persones, fins i tot de molts més països del món, poden visitar-la gràcies a l'estalvi de temps i diners que també significa pels: només cal un ordinador o mòbil i internet.

A més, les fires virtuals solen durar més dies que les fires convencionals i durant tot aquest temps són "visitables" pels potencials clients. Amb menys esforços i menys inversió econòmica, la vostra empresa serà visible durant més temps per un públic potencial molt més ampli.

Les formes de comunicació amb els visitants són bidireccionals a través del xat o la conversa per vídeo. També es poden exhibir presentacions en forma de webinars o podcasts de l'empresa presentant a la mateixa i la seva oferta.

Els expositors decideixen l'aparença física dels seus estands virtuals en la fira virtual: trien gràfics, senyeres, vídeos... afegeixen descripcions a les fotos i als vídeos. Conserven el control sobre la quantitat d'informacions publicades i la seva eficàcia comercial.

Els expositors d'una fira virtual compten amb la possibilitat d'analitzar el comportament dels clients en temps real, contràriament a les fires tradicionals. Les estadístiques es recullen a través de la plataforma de la pròpia fira i per això són molt més acurades i poden ser descarregades i analitzades per l'expositor cada dia o al final de la jornada o de la fira. La informació principal que es pot extreure és: el nombre de visitants, el temps passat sobre l'estand, les interaccions amb cada empresa, el nombre de catàlegs descarregats, les mostres sol·licitades o les comandes rebudes.

Per resumir: les fires comercials virtuals i els estands d'exposició virtuals són un mitjà simple d'arribar a un gran nombre de clients potencials amb molt menys esforç econòmic i organitzatiu que en una fira convencional. En la situació mundial actual, la participació a fires d'aquest tipus

és una excel·lent ocasió per donar a conèixer desenvolupar internacionalment la vostra empresa.

Exemple d'una fira virtual: <https://industryuk.online/>