

# Índice

La autora.....	7
Prólogo.....	9

## Parte 1

### Organización de la participación en ferias comerciales

Capítulo 1. Beneficios de una feria .....	13
Capítulo 2. Definición de objetivos .....	15
Capítulo 3. Selección de la feria y comunicación con la organización .....	21
Capítulo 4. Análisis de la oferta de la organización ferial .....	27
Capítulo 5. La ubicación .....	33
Capítulo 6. El presupuesto, la reserva y la contratación ferial .....	38
Capítulo 7. El calendario .....	45
Capítulo 8. El stand .....	55
Capítulo 9. Búsqueda de apoyos económicos .....	72
Capítulo 10. Tácticas para el evento .....	76
Capítulo 11. Plan logístico de materiales.....	84

Capítulo 12. Plan logístico para las personas . . . . .	88
Capítulo 13. Plan organizativo del stand . . . . .	92

## **Parte 2**

### **Desarrollo de la feria**

Capítulo 14. Primer día de la feria . . . . .	103
Capítulo 15. Complimentación documental . . . . .	107
Capítulo 16. Actividades en la feria . . . . .	110

## **Parte 3**

### **Rentabilización de la presencia en feria**

Capítulo 17. Seguimiento comercial . . . . .	119
Capítulo 18. Marketing digital eficaz . . . . .	123
Capítulo 19. Informe de conclusiones . . . . .	125
Capítulo 20. Control del presupuesto . . . . .	127
Capítulo 21. Análisis de resultados a medio plazo . . . . .	129
Capítulo 22. Planificación de la próxima asistencia . . . . .	131
Test de autoevaluación . . . . .	133
Soluciones del test de autoevaluación . . . . .	136