

Ferias comerciales: paso a paso para sacarles el máximo provecho

Yesenia Mora, asesora empresarial de la plataforma **Prospera**, comparte las acciones clave para **preparar tu participación** en una feria comercial, **aprovechar cada conversación** y **convertir contactos en oportunidades** que impulsen tus ventas.



1

Antes de la feria: prepara tu estrategia



Prioriza tus productos

Investiga el perfil del público y **selecciona los productos** con mayor potencial de venta.



Define objetivos claros

- Meta de **ventas** en dinero.
- Número de nuevos **seguidores** en redes.
- Número de **clientes nuevos**.
- Número de **contactos estratégicos** (aliados, proveedores o compradores).
- Qué **productos** vas a validar.



Define tu diferencial

Ten claro **qué te hace especial** y **por qué te deben elegir** entre todas las opciones disponibles.



Prepara tu pitch comercial

Desarrolla un discurso **claro, breve** (de 30 a 60 segundos) y **enfocado** en los **beneficios** de tu oferta.



Diseña un stand funcional y atractivo

Adecúa la **exhibición** al espacio disponible. Incluye **material visual**, **tarjetas** y **códigos QR** a redes o **WhatsApp** para facilitar el contacto.



Activa medios de pago diversos

Ofrece medios como **efectivo**, **QR**, **pagos digitales** y **datáfonos** para facilitar la compra.

2

Durante la feria: convierte conversaciones en ventas

Escucha con atención y presenta **beneficios concretos**. La claridad genera **confianza** y **acelera decisiones** de compra.



Haz preguntas que orienten la transacción:

- ★ ¿Para quién es el producto?
- ★ ¿Con qué objetivo lo usarás?
- ★ ¿Qué valoras más en este tipo de producto?



Buenas prácticas:

- ★ Ajusta tu **discurso** según las necesidades del cliente, manteniéndote fiel a la realidad de tu producto.
- ★ Ofrece **experiencias** que faciliten la decisión (degustaciones, muestras, ruletas con bonos o beneficios).



- ★ Guía la compra con **argumentos claros**.

- ★ Identifica **oportunidades** de alianza con otras empresas de la feria.

- ★ Intercambia **aprendizajes** estratégicos.

3

Después de la feria: activa el seguimiento

El seguimiento permite que un evento puntual tenga resultados sostenidos.

Evalúa indicadores clave alcanzados:

- ★ Ventas totales en dinero.
- ★ Ventas por producto.
- ★ Productos con mayor y menor rotación.
- ★ Comentarios sobre precio y presentación.
- ★ Contactos estratégicos generados.
- ★ Clientes nuevos.

Activa los contactos en las primeras 48 horas:

- ★ Clasifícalos en clientes, aliados o proveedores.
- ★ Envía mensajes personalizados.
- ★ Agenda reuniones con contactos de alto potencial.



4

Integra las ferias a tu estrategia anual

Las ferias fortalecen tu **visibilidad**, te ayudan a validar productos y abren **nuevas oportunidades** de negocio.

Cómo planearlas:

- ★ Prioriza los eventos de interés según tu mercado.
- ★ Define un presupuesto por feria (stand, logística, materiales).
- ★ Establece metas comerciales y de visibilidad.
- ★ Usa cada evento como validación de mercado.

“Las ferias comerciales fortalecen la mentalidad empresarial y abren oportunidades que trascienden las ventas inmediatas” - Yesenia Mora, asesora empresarial de Prospera.

En el marco de la plataforma **Prospera** de la **Cámara de Comercio de Cali** se realizan **cinco versiones anuales** de la **Feria Comercial Empresas que Prosperan**. Estos espacios impulsan la **visibilidad** y el **posicionamiento** empresarial, propician **conexiones** de valor y ofrecen **preparación especializada** para maximizar resultados. [¡Conoce más aquí!](#)

