

La Plantilla Completa de Planificación de Ferias

Cuenta regresiva de 12 semanas · hojas de presupuesto · checklists diarios
captura de leads · seguimiento post-feria · medición de ROI

Todo lo que necesitas para planificar, ejecutar y medir
tu próxima feria comercial — desde la reserva del stand hasta el reporte de ROI.

Contenido

- 1 Cuenta Regresiva de 12 Semanas**
Plan de acción semana a semana, desde la reserva hasta el día de la feria
- 2 Hoja de Planificación de Presupuesto**
Presupuesto detallado con seguimiento de costos y análisis de variaciones
- 3 Checklist de Marketing Pre-Feria**
Campañas de email, redes sociales, agendamiento de reuniones
- 4 Checklist de Diseño y Montaje del Stand**
Distribución del stand, señalización, tecnología, inventario
- 5 Capacitación y Roles del Equipo**
Asignación de tareas, elevator pitch, calificación de leads
- 6 Guía de Configuración de Captura de Leads**
Herramientas, flujos de trabajo, criterios de calificación, integración con CRM
- 7 Checklists del Día de la Feria**
Rutinas diarias de apertura, mediada y cierre
- 8 Cronograma de Seguimiento Post-Feria**
Planes de acción a 48 horas, 1 semana y 1 mes
- 9 Hoja de Medición de ROI**
Costo por lead, pipeline generado, ingresos cerrados
- 10 Notas y Contactos**
Páginas para notas durante la feria

1

Cuenta Regresiva de 12 Semanas

Tu plan de acción semana a semana, desde la reserva del stand hasta el día de la feria

Semana 12 — Bases

- Confirmar tamaño, ubicación y contrato del stand
- Definir objetivos de la feria (leads, reuniones, demos, meta de ingresos)
- Elaborar presupuesto preliminar (ver Sección 2)
- Identificar miembros clave del equipo y asignar roles
- Investigar datos demográficos de asistentes y cuentas objetivo

Semana 11 — Diseño y Proveedores

- Dar brief al diseñador del stand / seleccionar paquete
- Pedir materiales con marca (banners, manteles, displays)
- Reservar hotel y vuelos para el equipo
- Iniciar plan de marketing pre-feria (ver Sección 3)
- Registrarse en el portal de expositores / enviar perfil de la empresa

Semana 10 — Contenido y Material

- Finalizar distribución del stand y diseño de señalización
- Crear guiones de demo y fichas de producto
- Preparar recursos digitales (videos, presentaciones, códigos QR)
- Diseñar y pedir regalos promocionales / merchandising
- Configurar herramienta de captura de leads y probar el flujo

Semanas 8-9 — Impulso de Marketing

- Lanzar campaña de email pre-feria (secuencia de 3 envíos)
- Publicar adelantos en redes sociales (detrás de escena)
- Agendar reuniones con cuentas objetivo vía la app de la feria
- Publicar post en el blog / nota de prensa sobre tu participación
- Coordinar con socios que co-exponen o dan conferencias

Semanas 6-7 — Capacitación y Ensayo

- Capacitar al equipo del stand en criterios de calificación de leads
- Practicar el elevator pitch (versión de 30 segundos)
- Ensayar demos del producto — manejar objeciones comunes
- Probar toda la tecnología (pantallas, tablets, hotspot WiFi, cargadores)
- Confirmar logística de envío de materiales del stand

Semanas 4-5 — Preparación Final

- Imprimir gafetes y horarios del equipo
- Empacar kit del stand (ver checklist de empaque abajo)
- Finalizar flujo de captura de leads: capturar → calificar → CRM
- Preparar plantillas de email de seguimiento post-feria
- Confirmar todas las entregas y tiempos de proveedores

Semanas 2-3 — Última Milla

- Enviar email final pre-feria: 'Visítanos en el stand #___'
- Cargar todos los dispositivos, probar app de captura offline
- Revisar plano del piso — ubicar competidores, socios, salidas
- Preparar agenda para briefing diario del equipo
- Enviar materiales del stand (dejar 5+ días para el flete)

Semana 1 — Semana de la Feria

- Llegar temprano para el montaje del stand — probar todo
- Briefing del equipo: objetivos, roles, proceso de leads, horario diario
- Capturar cada conversación — no confiar en la memoria
- Debrief diario: mejores leads, aprendizajes, ajustes
- Desarmar y contabilizar todos los materiales

CONSEJO PRO

No esperes a la semana de la feria para probar tu captura de leads. Haz una sesión de prueba con tu equipo en la Semana 6 — practica capturar, calificar y sincronizar leads con tu CRM. Los equipos que ensayan capturan 2-3x más leads calificados.

2

Hoja de Planificación de Presupuesto

Registra cada costo — conoce tu costo por lead antes de que termine la feria

Categoría	Concepto	Estimado	Real	Variación
Stand	Renta del espacio			
Stand	Diseño y construcción del stand			
Stand	Señalización y gráficos			
Stand	Renta de mobiliario			
Stand	Electricidad y WiFi			
Stand	Alfombra / piso			
Viajes	Vuelos			
Viajes	Hotel (__ noches x __ habitaciones)			
Viajes	Transporte terrestre			
Viajes	Viáticos / comidas			
Marketing	Campana de email pre-feria			
Marketing	Anuncios en redes sociales			
Marketing	Material impreso			
Marketing	Regalos / merchandising			
Tecnología	Software de captura de leads			
Tecnología	Monitores / pantallas			
Tecnología	Hotspot WiFi / conectividad			
Personal	Tiempo del equipo (__ personas x __ días)			
Personal	Personal temporal / edecanes			
Envío	Flete de ida			
Envío	Flete de regreso			
Envío	Maniobras (entrega en piso de exhibición)			
Otros	Seguro			
Otros	Listado en guía / patrocinio			
Otros	Cenas con clientes / entretenimiento			

Resumen del Presupuesto

Presupuesto Total Estimado: \$ _____
Gasto Real Total: \$ _____
Leads Capturados: _____
Costo Por Lead: \$ _____

REFERENCIA

Costo promedio de una feria: \$30K-\$50K para un stand de 3x3m. Costo promedio por lead: \$150-\$400. Si tu CPL supera los \$500, revisa el tráfico del stand y la efectividad de captura de leads antes de tu próxima feria.

3

Checklist de Marketing Pre-Feria

Genera tráfico a tu stand antes de que abran las puertas

Campana de Email (Secuencia de 3 Envios)

Email 1 — 6 semanas antes

Anuncia tu participación. Numero de stand, que vas a mostrar, por que deben visitarte.

Email 2 — 3 semanas antes

Ofrece agendar reuniones. Incluye link de calendario. Anticipa una demo exclusiva o regalo.

Email 3 — 3 días antes

Recordatorio final con mapa del piso, tu stand resaltado. Genera urgencia.

Plan de Redes Sociales

- Publicar anuncio 'Estaremos en [Show Name]' con numero de stand
- Compartir fotos / videos de la preparacion del stand (detras de escena)
- Crear hashtag especifico del evento y usar el hashtag oficial de la feria
- Lanzar concurso pre-feria: 'Visita nuestro stand para ganar ___'
- Etiquetar a speakers, socios y cuentas objetivo en publicaciones
- Hacer live desde el piso de la feria (energia del Dia 1, demos de producto)
- Publicar resumen diario en stories con mejores momentos y frases clave

Agendamiento de Reuniones

- Exportar lista de asistentes del portal del organizador
- Identificar 20-50 cuentas objetivo de la lista de asistentes
- Enviar solicitudes de reunion personalizadas via LinkedIn / email
- Agendar reuniones en bloques de 30 min con intervalos de 15 min
- Registrar todas las reuniones confirmadas en calendario compartido del equipo
- Preparar una ficha de 1 pagina para cada reunion agendada

Contenido y PR

- Publicar post en el blog: 'Lo que llevamos a [Show Name]'
- Enviar nota de prensa a publicaciones de la industria
- Preparar puntos clave y FAQ para entrevistas con medios
- Crear un folleto digital compartible (PDF, no solo impreso)

4

Checklist de Diseño y Montaje del Stand

Todo lo que necesitas en el piso de exhibición

Distribución del Stand

- Confirmar dimensiones del stand y horarios de montaje/desmontaje
- Crear boceto de la distribución (exhibición de productos, área de reuniones, almacenamiento)
- Planificar flujo de tráfico: puntos de entrada, estaciones de demo, salida al pasillo
- Colocar elementos visuales clave a la altura de los ojos, mirando al pasillo de mayor tráfico
- Designar un rincón privado de reuniones para leads calificados

Senalización y Branding

- Banner principal con nombre de la empresa + tagline (legible a 6 metros)
- Mensajes de beneficios del producto/servicio (3-5 puntos clave)
- Precios ocultos — usar 'Preguntanos' o 'Ver demo' en su lugar
- Código QR que enlace a landing page / formulario de captura
- Colores y tipografías de marca consistentes en todos los materiales

Checklist de Tecnología

- Tablets / iPads (cargados, apps instaladas, modo offline probado)
- Monitor portátil / pantalla para demos o video en loop
- Hotspot WiFi (no depender del WiFi de la feria — siempre falla)
- Regletas y extensiones (mínimo 6 contactos)
- Cargadores de celular para el equipo
- App de captura de leads instalada en todos los dispositivos, probada offline
- Respaldo: formularios de leads en papel + recipiente para tarjetas (por si acaso)

Checklist de Empaque

Categoría	Artículos	Cant.	Empacado
Senalización	Displays roll-up, posters, forros de mesa		
Material	Folletos, fichas de producto, tarjetas de presentación		
Tecnología	Tablets, monitor, cables, cargadores		
Merchandising	Regalos, artículos de marca, ruleta de premios		
Herramientas	Cinta, cinchos, tijeras, kit de herramientas		
Insumos	Plumas, libretas, mentas, gel antibacterial		
Mobiliario	Mantel, cojines, tapete		

Personal

Zapatos cómodos, snacks, botellas de agua

5

Capacitación y Roles del Equipo

Cada miembro del equipo debe conocer su rol, su pitch y como capturar leads

Asignación de Roles

Rol	Persona	Responsabilidad Principal	Respaldo
Capitan del Stand		Coordinacion general, horarios, escalaciones	
Lider de Demos		Demostraciones de producto, Q&A tecnico	
Receptor		Atraer visitantes, calificar, dirigir a demo	
Anfitrión de Reuniones		Reuniones 1:1 agendadas, prospectos senior	
Gestor de Leads		Capturar, calificar, etiquetar todos los leads en tie...	
Redes Sociales		Publicaciones en vivo, fotos, stories desde el piso	

Elevator Pitch (30 segundos)

Cada miembro del equipo debe memorizar y practicar esta estructura:

Gancho (5 seg) — Un dato sorprendente o pregunta que los detenga

Problema (10 seg) — El punto de dolor que resuelves — se especifico

Solucion (10 seg) — Lo que haces diferente — tu angulo unico

CTA (5 seg) — Lo que quieres que hagan despues (ver demo, escanear tarjeta, agendar llamada)

Escribe tu pitch aqui:

Criterios de Calificación de Leads (BANT)

Budget: Tienen presupuesto asignado para este tipo de solución?

Authority: Son tomadores de decisiones o influenciadores?

Need: Tienen un punto de dolor claro que tu resuelves?

Timeline: Estan comprando en los proximos 3-6 meses?

PUNTUACION DE LEADS

Hot (A): tiene los 4 criterios BANT → dar seguimiento en 24 horas. Warm (B): tiene 2-3 criterios → dar seguimiento en 48 horas. Cold (C): tiene 1 o menos → agregar a secuencia de nurturing. Etiqueta cada lead como A/B/C antes de salir del stand.

6

Guía de Configuración de Captura de Leads

Captura cada conversación, no solo cada gafete

Flujo de Captura de Leads

Disena tu flujo de captura ANTES de la feria. Cada miembro del equipo debe seguir el mismo proceso:

1. **Conectar** Saluda al visitante, haz una pregunta abierta, evalúa el interés.
2. **Calificar** Repasa los criterios BANT (mentalmente). Determina si es lead A/B/C.
3. **Capturar** Registra la conversación — nombre, empresa, puntos de dolor, próximos pasos.
4. **Etiquetar** Marca el lead como Hot (A), Warm (B) o Cold (C) inmediatamente.
5. **Anotar** Agrega contexto: que les importa, objeciones, solicitudes específicas.
6. **Sincronizar** Asegurate de que los datos del lead se sincronicen con el CRM en 24 horas (automatizado si es posible).

Que Capturar de Cada Lead

Campo	Ejemplo	Prioridad
Nombre completo	Jane Smith	Requerido
Empresa	Acme Corp	Requerido
Cargo / Rol	VP de Ventas	Requerido
Email	jane@acmecorp.com	Requerido
Telefono	+1-555-0123	Deseable
Punto de dolor	Pierden leads despues de las ferias	Critico
Solucion actual	Usan hojas de calculo	Importante
Rango de presupuesto	Buscan invertir \$5K-\$20K	Importante
Plazo	Comprando en Q3 2026	Importante
Siguiente paso acordado	Agendar demo el proximo martes	Critico
Puntuacion del lead	A (Hot)	Requerido
Notas de la conversacion	Citas clave, intereses especificos	Critico

CONSEJO EXPORB

Los escaneadores de gafetes tradicionales capturan CON QUIEN te reuniste. Pero pierden DE QUE hablaron — y eso es lo que cierra negocios. Exporb graba las conversaciones del stand, escanea tarjetas de presentacion y usa IA para extraer puntos de dolor, senales de compra y acciones de seguimiento automaticamente. Tu equipo captura contexto, no solo contactos. Pruebalo gratis en exporb.com.

7

Checklists del Día de la Feria

Rutinas diarias para una feria fluida y productiva

Apertura Matutina (30 min antes de abrir puertas)

- Llegar 30 minutos antes de que abra el piso de exhibición
- Encender todas las pantallas, cargar dispositivos, probar WiFi / hotspot
- Verificar que la app de captura de leads este corriendo y sincronizando
- Reabastecer folletos, merchandising, tarjetas de presentación
- Reunion rápida del equipo: meta del día, reuniones agendadas, objetivos clave
- Limpiar el stand — ordenar cables, limpiar superficies, alinear señalización
- Revisar stands de competidores — algún mensaje o promoción nueva?

Revisión de Merienda (rotación para almuerzo)

- Revisar leads capturados hasta ahora — vas al ritmo de la meta diaria?
- Check rápido de calidad de leads: cuantos leads A hoy?
- Rotar al equipo — enviar 1-2 personas a almorzar, mantener el stand cubierto
- Recorrer el piso — visitar socios, revisar competidores, hacer networking
- Publicar actualización en redes sociales desde el piso
- Cargar dispositivos, reabastecer insumos

Debrief de Cierre (15 min después del cierre)

- Contar leads capturados hoy: __ Hot, __ Warm, __ Cold
- Revisar los 5 mejores leads — asignar responsables de seguimiento
- Enviar emails de seguimiento 'del mismo día' a leads Hot (A)
- Compartir aprendizajes clave: que mensajes resonaron? Objeciones comunes?
- Asegurar el stand: guardar objetos de valor, cubrir displays, cargar dispositivos durante la noche
- Definir metas para mañana — que mejorar?

Rastreador Diario de Leads

Día	Meta de Leads	Hot (A)	Warm (B)	Cold (C)	Total	Reuniones
Día 1						
Día 2						
Día 3						
Día 4						
TOTAL						

8

Cronograma de Seguimiento Post-Feria

La regla de las 48 horas: la velocidad cierra negocios

Dentro de las Primeras 24 Horas

- Exportar todos los leads de la herramienta de captura al CRM
- Enviar seguimiento personalizado a TODOS los leads Hot (A)
- Hacer referencia a temas específicos de la conversación ("Mencionaste que tienes problemas con...")
- Incluir un siguiente paso claro: agendar llamada, enviar propuesta, compartir caso de éxito
- Conectar con leads A en LinkedIn con nota personalizada

Dentro de las 48 Horas

- Enviar seguimiento personalizado a todos los leads Warm (B)
- Incluir contenido relevante: caso de éxito, whitepaper o post del blog
- Proponer una fecha/hora específica para reunión (no digas 'dime cuando puedes')
- Reunión interna de debrief: que funcionó, que no, aprendizajes clave

Dentro de 1 Semana

- Agregar leads Cold (C) a secuencia de email de nurturing
- Crear reporte interno de la feria: leads, reuniones, pipeline generado
- Compartir principales logros y aprendizajes con la dirección
- Agradecer a socios, vecinos de stand y organizadores de la feria
- Publicar un 'resumen de la feria' en redes sociales con fotos y conclusiones clave

Dentro de 1 Mes

- Dar seguimiento nuevamente a leads que no respondieron
- Mover leads inactivos a nurturing a largo plazo
- Calcular ROI preliminar (ver Sección 9)
- Decidir: debemos participar en esta feria el próximo año?
- Reservar stand con tarifa early-bird para el próximo año (si la respuesta es sí)

Plantilla de Email de Seguimiento

Asunto: Gusto en conocerte en [Show Name] — [tema específico]

Cuerpo: Hola [Name],

Fue un gusto platicar contigo en [Show Name] ayer. Disfrute mucho nuestra conversación sobre [punto de dolor específico que mencionaron].

Como lo platicamos, aquí está [el recurso/link/información que discutieron].
Te funcionaría [fecha/hora específica] para una llamada de 20 minutos para explorar cómo podemos ayudarte con [su desafío específico]?

DATOS DE SEGUIMIENTO

Los emails genericos de 'gusto en conocerse' obtienen una tasa de respuesta del 5-15%. Los seguimientos personalizados que hacen referencia a detalles especificos de la conversacion obtienen tasas de respuesta del 40-55%. Por eso capturar el contexto de la conversacion importa mas que capturar datos del gafete.

9

Hoja de Medicion de ROI

Demuestra el valor de cada dolar invertido

Metricas de Entrada

Metrica	Valor	Notas
Inversion total en la feria	\$ _____	Del presupuesto de la Seccion 2
Total de leads capturados	_____	Todos los leads A + B + C
Leads Hot (A)	_____	Listos para comprar
Leads Warm (B)	_____	Interesados, necesitan nurturing
Reuniones agendadas en la feria	_____	Agendadas durante el evento
Reuniones agendadas post-feria	_____	Del seguimiento
Propuestas enviadas (dentro de 30 dias)	_____	Resultado directo de la feria
Negocios cerrados (dentro de 90 dias)	_____	Atribuidos a la feria
Ingresos de negocios cerrados	\$ _____	Ingresos reales
Pipeline generado (total)	\$ _____	Todas las oportunidades abiertas

Metricas Calculadas

Costo Por Lead (CPL)	$\text{Inversion total} / \text{Total de leads} = \$ \text{_____}$
Costo Por Lead Calificado	$\text{Inversion total} / \text{Leads Hot} = \$ \text{_____}$
Costo Por Reunion	$\text{Inversion total} / \text{Total de reuniones} = \$ \text{_____}$
Tasa de Lead a Reunion	$(\text{Reuniones} / \text{Leads}) \times 100 = \text{_____}\%$
Tasa de Reunion a Propuesta	$(\text{Propuestas} / \text{Reuniones}) \times 100 = \text{_____}\%$
Tasa de Propuesta a Cierre	$(\text{Negocios cerrados} / \text{Propuestas}) \times 100 = \text{_____}\%$
ROI	$(\text{Ingresos} - \text{Inversion}) / \text{Inversion} \times 100 = \text{_____}\%$
Multiplo de Pipeline	$\text{Pipeline generado} / \text{Inversion} = \text{_____}x$

Benchmarks: Como te Comparas?

Metrica	Bajo	Promedio	Bueno	Excelente
Costo Por Lead	> \$500	\$200-\$500	\$100-\$200	< \$100
Tasa Lead a Reunion	< 10%	10-20%	20-35%	> 35%
Tasa Reunion a Cierre	< 5%	5-15%	15-25%	> 25%
ROI	Negativo	0-100%	100-300%	> 300%

Multiplo de Pipeline	< 3x	3-5x	5-10x	> 10x
Tasa de Respuesta a Seguimiento	< 10%	10-25%	25-40%	> 40%

10

Notas y Contactos

Espacio para notas durante la feria, contactos clave y acciones pendientes

Contactos Clave

Nombre:	Empresa:	Cargo:
Email:	Puntuacion: A / B / C	
Notas:		

Nombre:	Empresa:	Cargo:
Email:	Puntuacion: A / B / C	
Notas:		

Nombre:	Empresa:	Cargo:
Email:	Puntuacion: A / B / C	
Notas:		

Nombre:	Empresa:	Cargo:
Email:	Puntuacion: A / B / C	
Notas:		

Acciones Pendientes

Aprendizajes Clave e Ideas para la Proxima Feria



Deja de perder leads en ferias comerciales. Empieza a capturar conversaciones.

- ✓ Graba conversaciones del stand con un toque
- ✓ La IA extrae puntos de dolor, señales de compra y próximos pasos
- ✓ Escaneo de tarjetas de presentación con enriquecimiento instantáneo
 - ✓ Funciona offline — no necesitas WiFi de la feria
 - ✓ Sincroniza leads a tu CRM automáticamente
 - ✓ Plan gratuito — no se requiere tarjeta de crédito

Prueba Exporb Gratis exporb.com