

invEXPORT 14

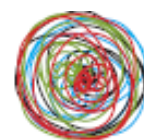
Salón de negocios **internacionales**



902 121 360 comercial@invexport.es

www.invexport.es

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL NIVEL
DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES



- La primera edición de InvEXPORT contó con una afluencia cercana a los 1000 visitantes.
- El presente documento, recoge las principales opiniones vertidas por una muestra representativa de los asistentes a la primera edición de este certamen.

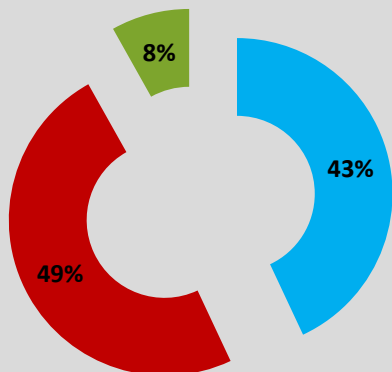
Principales datos

Perfil del visitante (1/2)

- ✓ El visitante de InvEXPORT destaca por su calidad profesional. Tan sólo un 8% de los asistentes pertenecen al segmento de los estudiantes.
- ✓ El 76% de los asistentes ocupan puestos de primer nivel en sus respectivas empresas.
- ✓ El visitante de InvEXPORT decide la compra (78%) o influye activamente en ella

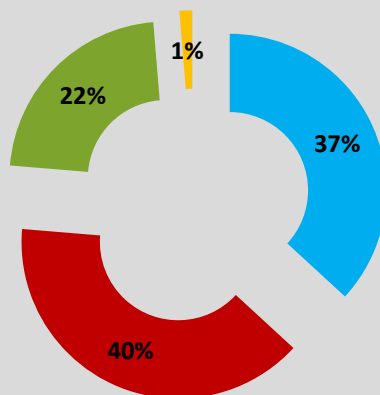
Tipología visitante

- 1. Trabajador por cuenta ajena
- 2. Autónomo /empresario
- 3. Estudiante



Cargo del visitante

- 1. Gerente
- 2. Director/ Mando
- 3. Empleado
- 4. Otros



Área en la que trabaja

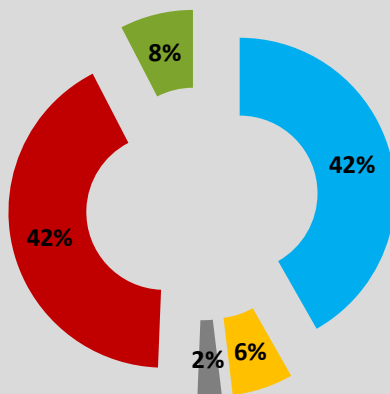


Perfil del visitante (2/2)

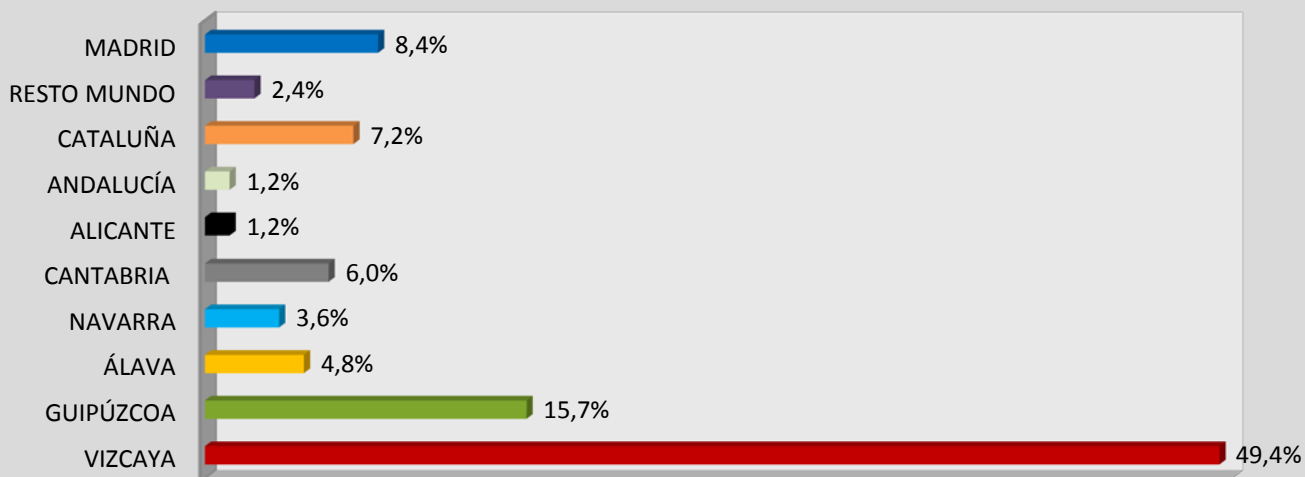
- ✓ Todos los sectores estuvieron representados en InvEXPORT. Si bien, la mayoría de los visitantes procedieron del sector Industrial /tecnológico (42%) y Servicios (42%).
- ✓ La representación de las empresas de Bienes de Consumo (6%) procedió en su mayoría de la Cumbre Industrial, celebrada de forma simultánea a InvEXPORT.

Tipo de empresa de la que procede el visitante

- 1. Industria y tecnología
- 2. Bienes de consumo
- 3. Agroalimentario y bebidas
- 4. Servicios
- 5. Otros



- ✓ El 70% de los visitantes de la Primera edición de InvEXPORT procedían de empresas ubicadas en el País Vasco, estando el 50% de las mismas enclavadas en Vizcaya.
- ✓ Aunque pequeña, InvEXPORT consiguió una representación internacional del 2.4%, con profesionales provenientes de Brasil, India, Corea y EEUU principalmente.

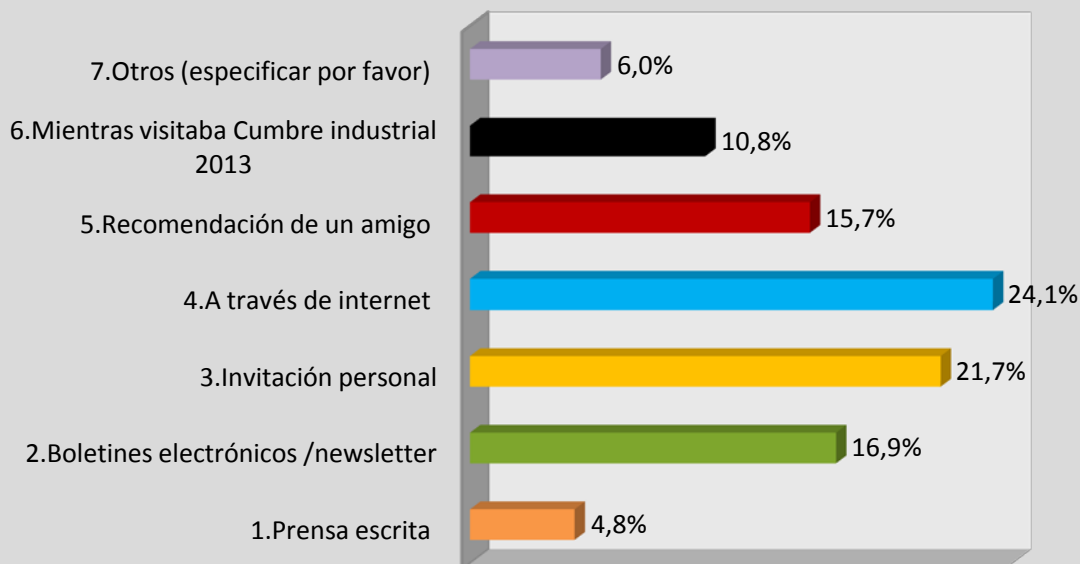


Las acciones de marketing On-line y relacional fueron las más eficaces y eficientes a la hora de divulgar la celebración de InvEXPORT.

✓Casi una cuarta parte de los asistentes, conocieron la celebración de InvEXPORT a través e internet, y un 17% acudió tras recibir una Newsletter, siendo los más destacados, los remitidos por la propia organización de la feria, por SPRI y ADEGI.

✓Dentro del apartado relacional, las invitaciones personales (organización y expositores) y las recomendaciones, fueron las generadoras de aproximadamente un 38% del transito de visitantes.

¿A través de qué medio supo acerca de InvEXPORT?



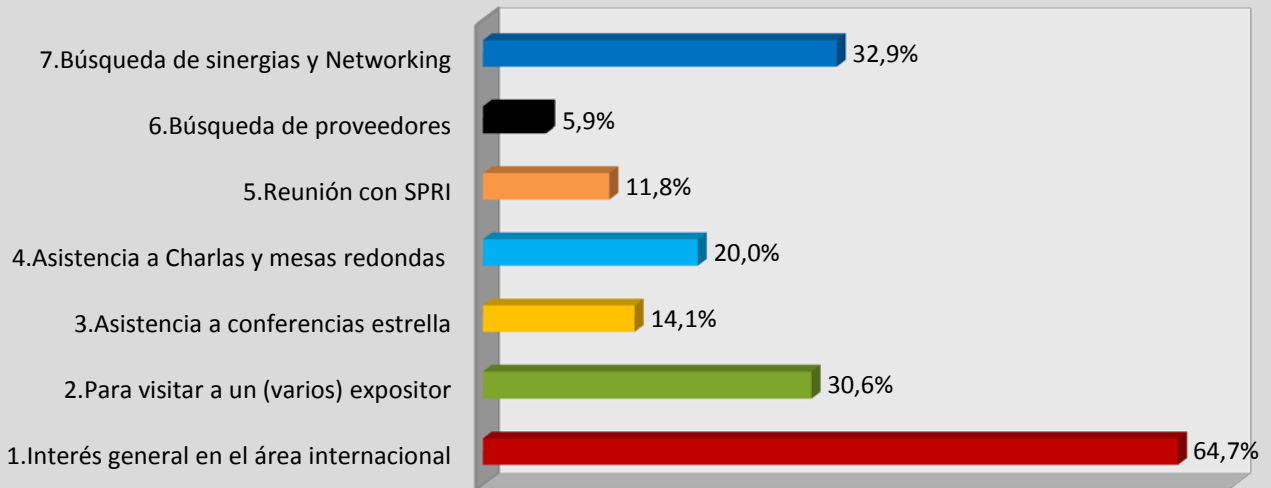
Intereses y expectativas de los visitantes en relación a InvEXPORT

✓ **Dos tercios de los visitantes, acudieron a la primera edición de InvEXPORT, por el interés general que les suscita el área internacional.**

✓ Un tercio por su parte, afirma, que el motivo fundamental por el que asistieron fue la posibilidad de encontrar sinergias y generar networking.

✓ Las visitas a uno o varios de los expositores de InvEXPORT (30.6%), junto con la asistencia a mesas redondas (20%) y conferencias estrella (14%), conforman el tercer bloque de interés para los participantes.

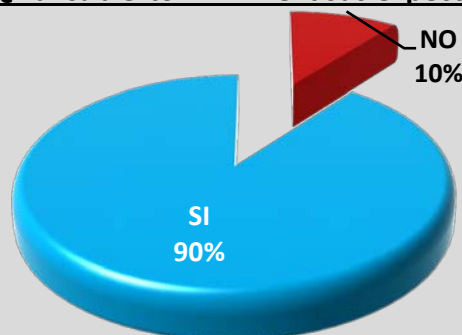
¿Cuáles fueron los intereses por los que asistió a InvEXPORT ?



Respuesta múltiple: cada visitante puede indicar más de una alternativa de respuesta

En cualquier caso, el 90% de los visitantes afirman que InvEXPORT ha cubierto sus expectativas

¿Ha cubierto InvEXPORT sus expectativas?

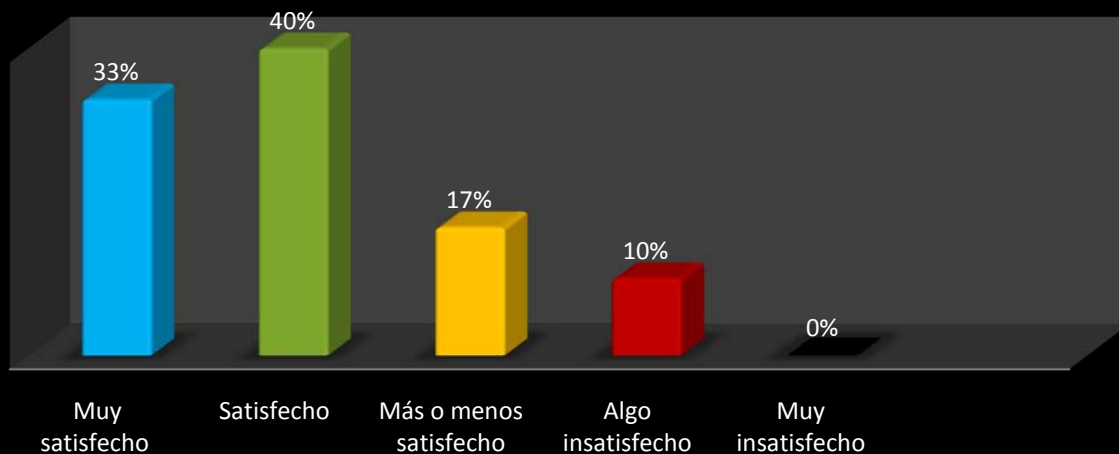


NIVEL DE SATISFACCIÓN CON InvEXPORT

✓ La valoración promediada con respecto al nivel de satisfacción general de los visitantes con InvEXPORT, **refleja unas altas cotas de satisfacción**: El evento fue evaluado con una más que notable puntuación **de 8 sobre 10**

- Escala 1 a 5, donde 5: Muy satisfecho y 1 muy insatisfecho: **4,03**
- Escala 1 a 10: **8,06**

Satisfacción general VISITANTES



CONCEPTOS	Escala 1 a 5	Escala 1 a 10
1. Ubicación de InvEXPORT	4,28	8,57
2. Fechas de celebración	4,14	8,27
3. Duración de InvEXPORT	4,11	8,22
4. Perfil de los expositores	3,74	7,49
5. Cobertura y variedad de los expositores	3,72	7,44
6. Interés general del tema de la feria	4,19	8,39
7. Conferencias Estrella	4,05	8,11
8. Nivel de los ponentes	4,02	8,03
9. Conferencias abiertas charlas y mesas redondas	3,87	7,74
10. Posibilidad de realizar networking	3,75	7,50

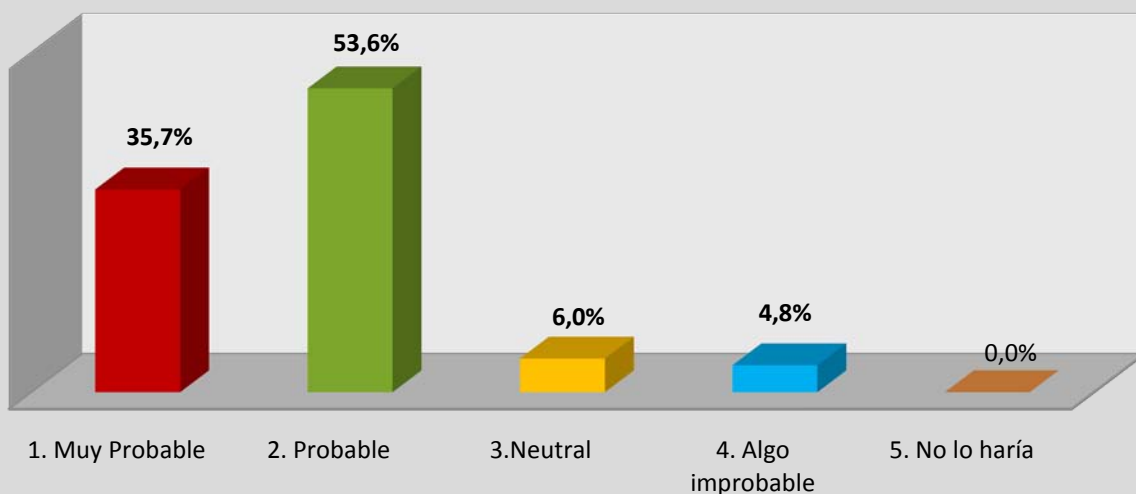
Los aspectos concretos en relación a InvEXPORT que más satisfacción causaron son:

- Ubicación de InvEXPORT
- Interés general del tema
- Fecha y duración de la feria
- Conferencias estrella
- Ponentes

Repetición y prescripción

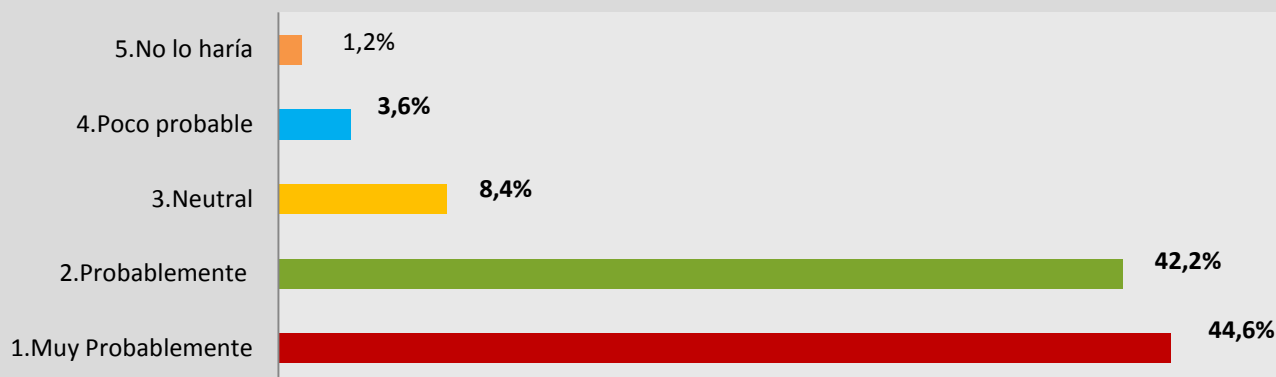
En consonancia con la puntuación general otorgada a la calidad de este evento, el **90% de los encuestados aseguran que es muy probable o probable que vuelvan a asistir a la próxima edición de InvEXPORT en 2014.**

¿Qué probabilidad hay de que usted asista nuevamente a este evento?

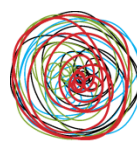


Así mismo, **el 87%** de estos visitantes se muestran muy proclives a la prescripción de este evento a terceros.

¿Recomendaría usted la asistencia a InvEXPORT a un amigo?



RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL NIVEL
DE SATISFACCIÓN DE LOS EXPOSITORES



Expositores que cumplimentan la encuesta 2014

- ✓ TARGOBANK
- ✓ AUXADI
- ✓ DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA
- ✓ CIALT
- ✓ DIDNOVA/ ACEXLAN
- ✓ OFICINA COMERCIAL PERÚ
- ✓ NO SE IDENTIFICA
- ✓ CLUSTER FOOD +I
- ✓ IESE
- ✓ CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES
- ✓ (BYVOX) DUALIA
- TELETRADUCCIONES SL
- ✓ CLARKE MODET&CO
- ✓ ONURA

Notas previas:

• **Menor proactividad por parte de Azafatas /os unido a la no existencia de un control /seguimiento durante la entrega /cumplimentación de las mismas** → Esto redundará en un número inferior de encuestas cumplimentadas en relación al obtenido en 2013.

• **13 de los 33 expositores** (se tienen en cuenta solo expositores / no colaboradores, y Agex es computado como 1) **cumplimentaron la encuesta** → **40% de respuesta.**

La tasa de respuesta en la edición 2013 ascendió al 70% (30 de los 42 expositores).

Pre Feria (1/2)

Asesoramiento EVENSIS

En una escala de 1 a 5 donde 1 se corresponde con Muy Insatisfecho y 5 con Muy satisfecho, los expositores de InvEXPORT 2014, se manifestaron **ampliamente satisfechos** con la labor realizada por EVENSIS antes de comenzar InvEXPORT, asignándole una puntuación general promediada de **4.23** (4.35 en 2013) puntos sobre un máximo de 5, que equivale a una evaluación de **8.47** (8.7 en 2013) **puntos sobre 10.**

Clientes altamente satisfechos.

Pre Feria (1/2)

Asesoramiento EVENSIS

¿Qué opina del asesoramiento por parte de EVENSIS (empresa organizadora) antes de comenzar InvEXPort?



A nivel segmentado, se aprecia que los principales inductores con respecto al nivel de satisfacción general con EVENSIS son:

- ✓ Su amabilidad
- ✓ La Organización
- ✓ La claridad en la documentación puesta a disposición del expositor

SATISFACCIÓN CON EL ASESORAMIENTO POR PARTE DE EVENSIS ANTES DE COMENZAR InvEXPort

CONCEPTOS	Escala 1 a 5	Escala 1 a 10
1.2.Organización	4,231	8,462
1.3.Claridad de la documentación suministrada	4,231	8,462
1.4.Suficiencia de la información suministrada	4,154	8,308
1.5.Claridad en los presupuestos	4,083	8,167
1.6.Amabilidad	4,538	9,077
1.7.Orientación al cliente	4,154	8,308

Pre Feria (2/2)

Publicidad & nivel de difusión

¿Cómo calificaría la publicidad y nivel de difusión realizada antes de la feria por parte del Organizador?

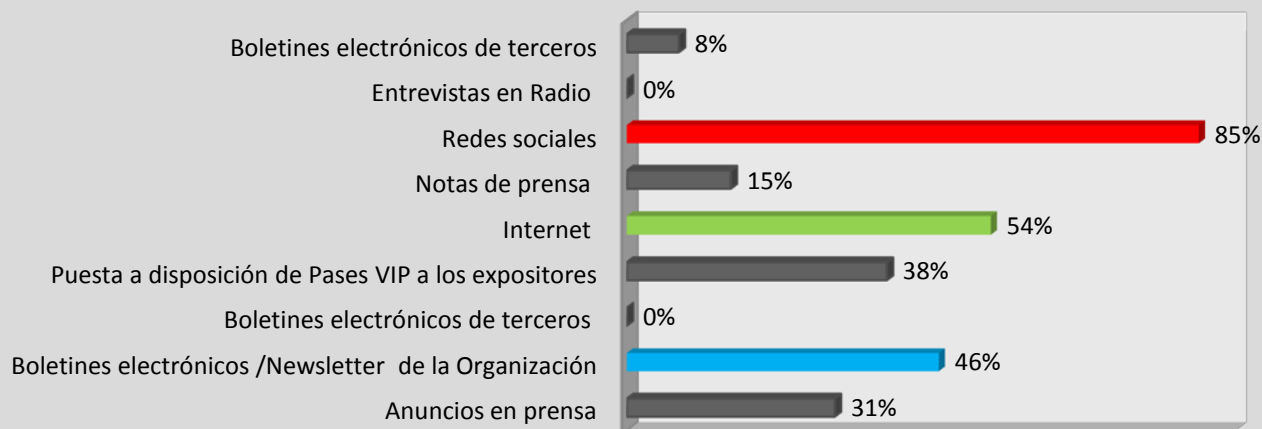
En una escala del 1 al 10 la publicidad realizada por la organización con carácter previo a la feria y su nivel de difusión, es puntuada de forma muy satisfactoria: **8.16** puntos, valoración levemente superior a la obtenida en 2013 (7.93)

▲ Incremento de la satisfacción en un 3% respecto a 2013.

VERBATIMS

- ✓“Habéis mandado muchos -mails sobre el evento y la publicidad en prensa”
- ✓“He localizado múltiples referencias en diversos medios”
- ✓“Muy bien el marketing pero falta total de afluencia de empresario local”
- ✓“Se han volcado de manera eficaz en la difusión de dicha feria. Debido al éxito que tuvo hace un año”

¿Qué medidas publicitarias y de promoción y atracción le han parecido más interesantes?



Respuesta múltiple: cada expositor puede indicar más de una alternativa de respuesta

Los medios on-line aventajan a los medios tradicionales off line. Prueba de ello es que las alternativas citadas con una mayor frecuencia (al igual que sucedió en la edición 2013) son:

- Redes Sociales: 85% (año 2013: 42%)**
- Internet: 54% de los expositores lo señalan. Misma frecuencia que la obtenida en 2013
- Newsletter de la organización: 46% frente a un 50% en 2013.

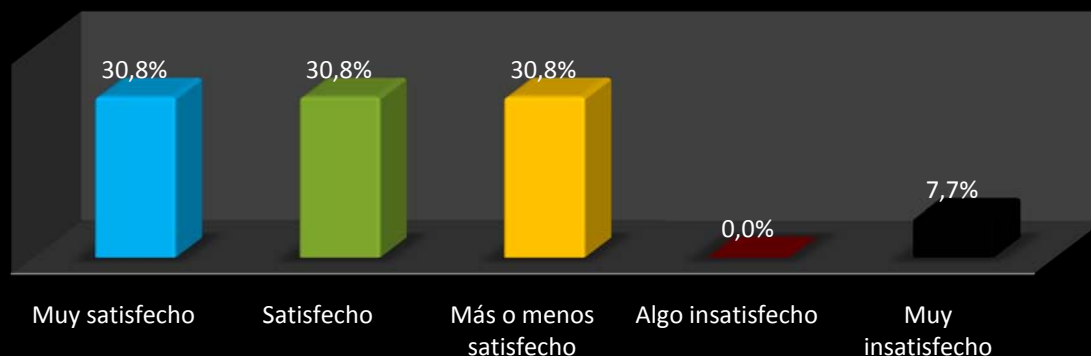
Feria

Satisfacción general con InvEXPOrt

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con respecto a su experiencia en InvEXPOrt como expositor?

En una escala del 1 al 5 donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, los expositores de InvEXPOrt 2014, evaluaron su satisfacción general con la feria con 3.77 puntos (**3,967 puntos en 2013**), lo que equivale a 7.54 puntos, evidenciando un alto grado de satisfacción general con respecto a esta segunda edición del Salón InvEXPOrt.

Satisfacción general EXPOSITORES InvEXPOrt 2014



Feria

Satisfacción general con InvEXPOrt (1/3)

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con respecto a su experiencia en InvEXPOrt como expositor?

En una escala del 1 al 5 donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho, los expositores de InvEXPOrt 2013, evaluaron su satisfacción general con la feria con **3,967 puntos**, lo que equivale a **7.93 puntos**, evidenciando un alto grado de satisfacción general con respecto a esta primera edición del Salón InvEXPOrt.



¿Está satisfecho con el trato brindado por la organización?

El **100%** de los expositores que cumplieron la encuesta de evaluación **manifestaron sentirse satisfechos con el trato brindado por la organización.**

Feria (2/5)

Satisfacción general con InvEXPOrt (2/3)

A nivel detallado, la siguiente tabla ilustra el nivel de satisfacción de los expositores respecto a las diferentes Dimensiones de calidad evaluadas:

SATISFACCIÓN CON InvEXPOrt		
CONCEPTOS	Escala 1 a 5	Escala 1 a 10
1. La fecha de la realización de InvEXPOrt	4,167	8,333
2. Los horarios de atención al público	4,267	8,533
3. La sala elegida para la celebración (sala LUXUA)	4,167	8,333
4. El número de días de duración de InvEXPOrt	4,300	8,600
5. El montaje, Diseño y decoración del Stand	4,233	8,467
6. El servicio de atención al stand	4,200	8,400
7. Número de visitas atendidas en su stand	3,900	7,800
8. Calidad de los contactos realizados	3,850	7,700
9. El servicio de agendas preconcertadas	3,800	7,600
10. Los ponentes estrella invitados	4,074	8,148
11. La calidad de las ponencias abiertas y charlas	4,148	8,296

El servicio de agendas preconcertadas es el ítem que menor satisfacción causó a los expositores. Esta puntuación inferior a la obtenida por los restantes artículos, se debe sin duda, a un uso poco extendido de este servicio por parte de los visitantes. De hecho, sólo el 18% de los asistentes afirmaron haber empleado este servicio.

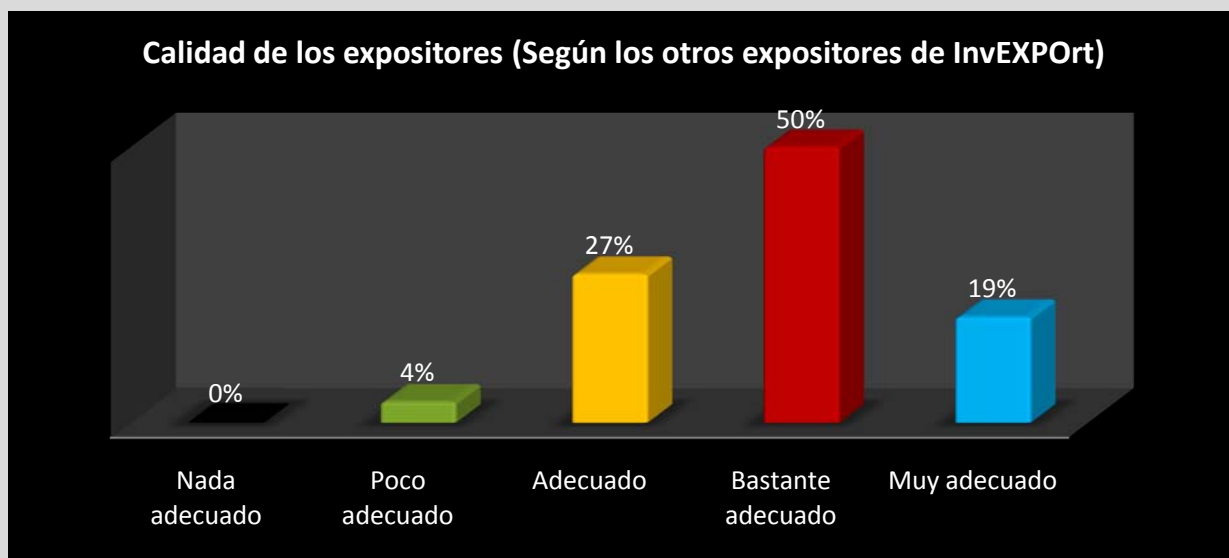
Feria (3/5)

Satisfacción general con InvEXPOrt (3/3)

✓ El **62%** de los expositores sondeados afirmaron sentirse **satisfechos o muy satisfechos con la afluencia de visitantes conseguidos en la primera edición de InvEXPOrt.**

✓ El **grado de adecuación del perfil de los visitantes** del salón, fue considerado como satisfactorio por el **88% de los expositores.**

✓ El 70% de los expositores, evaluaron el nivel de calidad de los restantes expositores del salón como adecuado o muy adecuado, considerando así mismo, el 86% de ellos, que no existía ningún sector poco representado dentro de InvEXPOrt.



✓ El 71.5% de los expositores afirman haber asistido a alguna conferencia estrella, conferencia abierta o mesa redonda, existiendo una plena unanimidad en calificarlas de MUY INTERESANTES.

- ✓ El 77% de los expositores acudieron a InvEXPOrt con la **finalidad de promocionar y dar a conocer sus productos /servicios.**
- ✓ **Los otros dos objetivos básicos perseguidos por los expositores fueron:**
 - Dar a conocer la empresa, y posicionarse en el sector (46%)
 - Hacer todo tipo de contactos con clientes, clientes potenciales, etc. Que permitan realizar alianzas y/o construir relaciones laborales futuras (42%)
- ✓ El **81% de los expositores** consideran que han cubierto los objetivos que tenían al participar en la feria.

Objetivos principales -expectativas- a la hora de participar en InvEXPOrt

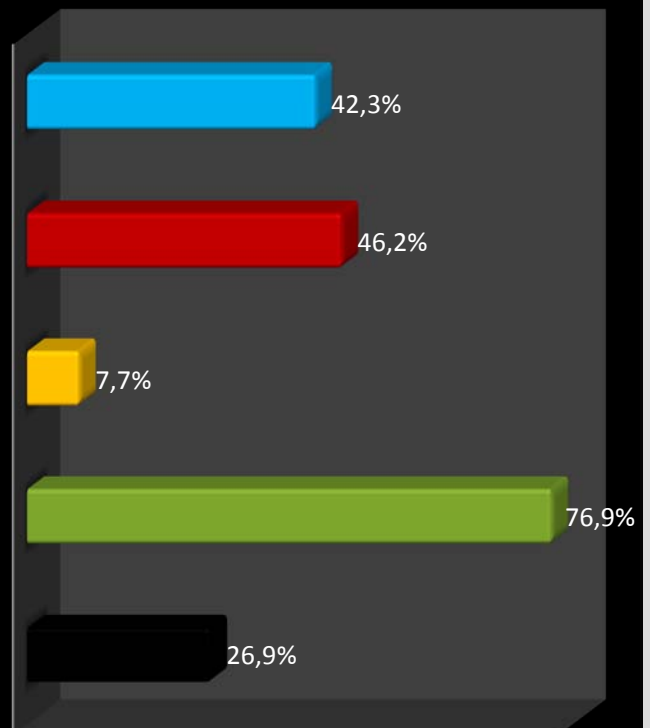
5. Hacer todo tipo de contactos con clientes, clientes potenciales, colegas, etc. Que permitan realizar alianzas y/o construir relaciones laborales futuras.

4. Dar a conocer nuestra empresa, nuestra imagen corporativa y posicionarnos en el sector.

3. Promocionar, dar a conocer y lanzar nuevos productos/servicios con actividades publicitarias.

2. Promocionar o dar a conocer nuestros servicios /productos actuales.

1. vender los productos /servicios de nuestra empresa.

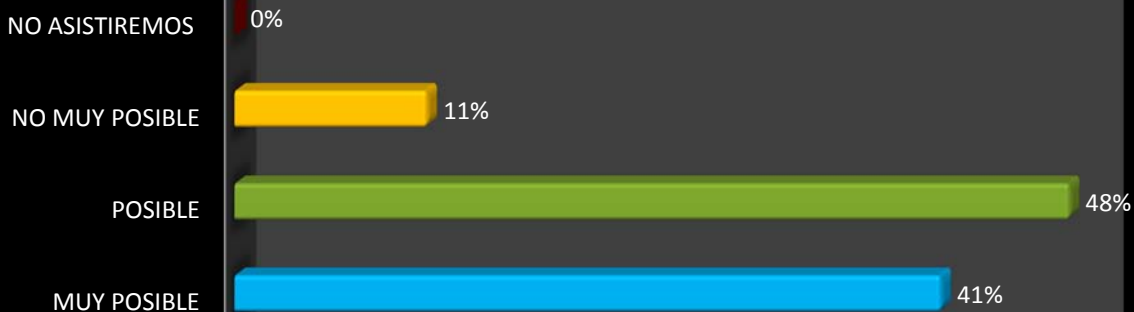


Respuesta múltiple: cada expositor puede indicar más de una alternativa de respuesta

Feria (5/5)

Repetición y prescripción

¿Qué posibilidad hay de que participe como expositor en la próxima edición de InvEXPORT?



✓ El **89%** de los expositores consideran **posible o muy posible** su participación en la segunda edición del salón InvEXPORT (2014).

✓ En la misma línea, el **64%** de los expositores considera que es **muy probable o probable** que recomienden sus colegas su participación como expositores en la próxima edición de InvEXPORT.

¿Recomendaría a algún colega o amigo su participación como expositor en la próxima edición de InvEXPORT?

