

PRO TIPS (EPISODIO #5): PREPARARSI PER UN MERCATINO DI NATALE

Da : Perles & Co



Come preparare il tuo mercatino di Natale?

Dicembre è un mese importante per un designer. È il momento di fare vendite, ma è anche il momento di incontrare i tuoi clienti sui mercatini di Natale! Per evitare di perdere questa opportunità, è meglio pensare in anticipo e organizzarsi per essere al top nel grande giorno. Come preparare il tuo mercatino di Natale? In questo video, Audrey ti dà suggerimenti e consigli su come organizzarsi e avere un mercatino di Natale di successo! (E funziona anche per altre fieri!).

1. Scegliere la tua fiera

Prima domanda: vale la pena andare alla fiera o al mercato di design dove vuoi vendere i tuoi gioielli, senza correre troppi rischi finanziari?

Per questo, vi consigliamo di redigere un piccolo budget provvisorio:

- In una colonna, stima le tue spese: spese di viaggio, hotel, spese di cibo, spese di consegna della merce se necessario, registrazione e affitto del luogo...
- In un'altra colonna, cercate di determinare l'ammontare delle vostre vendite future. Lo sappiamo, non è facile da proiettare. Puoi chiedere agli organizzatori il numero di visitatori della fiera e il paniere medio per farti un'idea.

Allineando le vostre spese totali con il vostro reddito totale, vedrete se la vostra partecipazione a questa fiera è a vostro vantaggio... o no.

Possiamo già sentirti dire: "Sì, ma la fiera mi aiuterà a farmi conoscere". È vero, è un buon argomento! Tuttavia, non devi lasciare che la tua reputazione vada a scapito delle tue finanze. E come sappiamo, il costo della partecipazione a una fiera può aumentare molto rapidamente. Se la fiera che hai scelto metterà a dura prova la tua compatibilità, scegli un mercato più piccolo.



2. Organizzare il trasporto

Prima di partire, non dimenticate di organizzare il trasporto delle vostre merci:

- Avvolgi tutto ciò che è fragile per evitare rotture (parliamo per esperienza, ci è successo!): usa schiuma per evitare graffi, pluriball, giornali, particelle di polistirolo da imballaggio o fogli di schiuma per proteggere i tuoi prodotti e incastrarli efficacemente in una scatola. Si possono anche usare custodie per gioielli e custodie speciali.
- Assicuratevi di avere abbastanza scorte, perché non si sa mai quando il numero di visitatori della fiera esploderà. Inoltre, sarebbe un peccato pagare uno spettacolo se non si hanno più prodotti da vendere. Per anticipare questo, preparate dei pacchetti che una terza parte fidata può inviarvi se necessario.

3. decorare il tuo stand

Pensa alla decorazione del tuo stand: uno stand bello e attraente ti porterà sempre più persone di uno stand scialbo.

Espositori, pompon, candele, palloncini, luci a corda, bei sacchetti per avvolgere le tue creazioni... Metti in scena una decorazione che richiami il tuo mondo creativo, la stagione, il tema del mercato, il tipo di clientela presente in fiera... Puoi anche proporre un prodotto di punta o ultra-trendy, che attirerà inevitabilmente la gente.

Attenzione, però: deve essere elegante, ma rimanere sobrio: le tue creazioni non devono scomparire sotto una decorazione sovraccarica.

4. Ravviva il tuo stand

Una volta che sei allo spettacolo, non limitarti a sederti! Non dimenticare di ravvivare il tuo stand dando ai visitatori diversi appuntamenti:

- Prima dello spettacolo, informa la tua comunità su Facebook e Instagram del nostro arrivo.
- Portate artisti creativi o organizzate laboratori creativi per intrattenere i visitatori.
- Organizzare lotterie e concorsi per far sì che la gente venga e torni allo stand.

Ci sono molti modi per attirare le persone, devi solo trovare quello giusto!

5. Creare un collegamento

La prima cosa da fare per creare una connessione è sorridere. Quindi mettete il vostro miglior sorriso e i vostri migliori argomenti, mettete in evidenza il vostro know-how per farvi conoscere e, perché no, fare una vendita.

Ma non è tutto! Bisogna cercare di far durare questa connessione oltre lo spettacolo. Utilizzando un iPad o una newsletter cartacea, cerca di raccogliere i dati di contatto dei tuoi visitatori facendoli giocare o partecipare a estrazioni.

Attenzione al regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR). Senza il consenso del tuo visitatore (sai la piccola casella da spuntare in fondo a un documento), non puoi usare i dati raccolti per scopi commerciali.

Infine, metti a disposizione volantini o biglietti da visita che menzionino il tuo nome o il tuo marchio, i tuoi dati di contatto, l'indirizzo del tuo sito web, la tua pagina Facebook o la tua pagina Instagram... Affinché non siate dimenticati!

6. Ringrazia i tuoi visitatori

Dopo lo spettacolo, ringraziate sui social network le persone che sono venute a vedervi: è molto semplice ma i vostri clienti e followers saranno toccati da questo piccolo gesto.

Vi consigliamo anche di inviare una bellanewsletter per dire semplicemente grazie, Ok ci direte: "Oh mio, una newsletter? Ma come si fa?". Niente panico! Ci sono strumenti di marketing gratuiti sotto i 2000 contatti come Sendinblue o Mailchimp che possono aiutarti a inviare le tue newsletter in modo facile e veloce.

Approfitta anche di questa newsletter per dare un nuovo appuntamento in un altro stand, in un'altra fiera, sui social network o nel tuo negozio online. L'obiettivo è quello di aumentare la vostra comunità.

7. Analizzare l'impatto economico



Dopo la fiera, fai un bilancio: è redditizio per te partecipare alle fiere o è meglio concentrarsi sul tuo webshop?

Non c'è un segreto: analizzare i risultati. Confrontate le entrate e le uscite, devono essere almeno equilibrate (se le entrate sono maggiori delle uscite, ancora meglio!). Non dimenticate di prendere in considerazione tutta la notorietà (che potete misurare con strumenti come Google Analytics): Quindici giorni dopo lo show, ci sono più visite al tuo negozio online, più persone sulla tua pagina Facebook o Instagram? Il suo marchio è più conosciuto grazie alla fiera? Vedrete poi se è opportuno per voi persistere in questo modo!

