



Melco

Esther Cano

Directora de Melco

“Cuando decimos que Melco es un Club de Negocios, nos referimos a que, durante los dos días que dura el evento, las empresas que participan como expositoras se reúnen con los compradores invitados por la Organización...”

Zaragoza acogerá del 13 al 14 de junio la próxima edición de Melco, el Club de Negocios de la electrónica de consumo, el entretenimiento digital y el pequeño electrodoméstico, que contará con un gran número de novedades y un programa de actividades paralelas. Como primer año al frente, Esther Cano, Directora de Melco, nos explica estas novedades en la entrevista que nos concede para Protiendas.

En su primer año como Directora de Melco, ¿qué objetivos se ha marcado? Y, ¿qué se espera de su gestión?

El principal objetivo de todo el equipo de Melco es mejorar la eficiencia de la convocatoria y aumentar el valor para las empresas participantes. Para ello, además de mantener nuestro programa de agendas con compradores invitados de primer nivel, estamos trabajando para impulsar el canal de distribución de ámbito regional.

Además, somos conscientes que la globalización y el dinamismo de los mercados impulsan el desarrollo de marcas internacionales que se quieren introducir en la Península Ibérica. Por ello, trabajamos para incrementar la oferta expositora de fabricantes internacionales, lo cual, a su vez, aumenta el atractivo de la convocatoria para los compradores invitados por la Organización.

¿Cómo describiría la feria Melco a quien todavía no la conozca lo suficiente? ¿A quién va dirigida?

Melco es el Club de Negocios de la electrónica de consumo, el entretenimiento digital y el pequeño electrodoméstico, donde se dan cita los fabricantes del sector con los profesionales más relevantes del canal consumo, que representan el 75% de la capacidad de compra del sector.

Cuando decimos que Melco es un Club de Negocios, nos referimos a que, durante los dos días que dura el evento, las empresas que participan como expositoras se reúnen con los compradores invitados por la Organización, mediante un sistema de agendas pre-concertadas. De esta manera, a través de reuniones de 40 minutos, propiciamos el encuentro y desarrollo de negocio en un entorno estrictamente profesional entre los fabricantes y sus clientes del canal consumo.

Tras su larga trayectoria, ¿cómo ha evolucionado desde su primera edición?

Melco se ha ido adaptando, edición tras edición, a las necesidades de las empresas participantes, tanto de la oferta, como de la demanda. Como comentaba, el objetivo principal de Melco es generar negocio entre las empresas expositoras y las empresas visitantes, por lo que escuchar sus necesidades y facilitarle los encuentros es primordial para nosotros.

Del mismo modo, la situación, el análisis y los datos de dos grandes consultoras, GFK y Context, presentes en Melco, ayudan a conocer, de primera mano, la evolución y proyección del sector.

La evolución camina de la mano de la innovación, por lo que también se puede notar una evolución en las categorías de los Premios Melco. El objetivo de los premios es reconocer el esfuerzo innovador de los fabricantes, que tengan una amplia cobertura mediática y mostrar a los profesionales del canal consumo hacia dónde se dirige el sector.

¿Cómo se presenta Melco 2018? ¿Qué novedades presenta?

Melco, como evento de referencia en el mercado ibérico de electrónica de consumo, entretenimiento digital y pequeño electrodoméstico, no cesa en su empeño de adaptación a la evolución del mercado y las necesidades del sector. Por



“El objetivo principal de Melco es generar negocio entre las empresas expositoras y las empresas visitantes, por lo que escuchar sus necesidades y facilitarle los encuentros es primordial para nosotros...”

esta razón, Melco 2018 aborda dos nuevos objetivos: el impulso del canal de distribución de ámbito regional y la internacionalización de la oferta expositora.

Si hablamos de la demanda, las particulares características del mercado español, que cuenta con una alta capilaridad y dispersión geográfica de los puntos de venta, hacen que la importancia de la red de revendedores ocupe un lugar cada vez más relevante en la cadena de valor. Por ello, en Melco 2018, podrán participar como visitantes los mayoristas de ámbito regional.

Si nos centramos en la oferta, la internacionalización, es decir, el aumento de empresas internacionales participantes ayudará a estas empresas a conocer, en primera persona, las características del mercado español y, además, impulsará las relaciones comerciales entre los expositores internacionales y los mayoristas de primera línea que exponen en el evento.

¿Qué previsiones de espacio y expositores se tienen para esta edición?

La previsión, teniendo en cuenta que nuestro objetivo es mantener un equilibrio de agendas entre expositores y compradores, es de 80 marcas.

Respecto a compradores invitados y visitantes profesionales, la previsión es de 120 y 250, respectivamente.

¿Con qué apoyos y servicios cuenta el expositor (distribuidor)?

En esta edición, el expositor cuenta con dos puntos de negocio adicionales: por un lado, cuenta con la presencia de la distribución de ámbito regional y, por otra, la presencia de empresas internacionales con las que pueden mantener reuniones durante Melco en la zona de International Melco. De esta manera, los distribuidores que exponen en Melco, tendrán acceso a esas nuevas marcas todavía no presentes en la Península.

Por supuesto, cuentan con el sistema de agendas, herramienta a través de la cual establecen reuniones con los compradores invitados durante los dos días de celebración de Melco.

Además, los expositores cuentan con un acceso privado al Portal del Expositor, donde pueden interactuar con compradores, participar con sus candidaturas a los Premios Melco, publicar productos y novedades...

¿Qué líneas de negocio, dentro del evento, van a tener una mayor representación? ¿Cuáles son los que están logrando un mayor desarrollo?

Los expositores de Melco pertenecen a la electrónica de consumo, el entretenimiento digital y el pequeño electrodoméstico. En estos momentos, unas de las líneas que cuentan con más proyección son: Gaming, juguetes electrónicos, realidad virtual, robótica y los wearables.

Por su parte, la telefonía móvil continúa teniendo un gran desarrollo y presencia en los puntos de venta.

Y con respecto a los premios, ¿van a haber alguna novedad llamativa?

Las empresas expositoras de Melco están seleccionando el producto que presentarán en los premios. El objetivo de los premios es reconocer el esfuerzo innovador de las empresas fabricantes para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Todavía es pronto para destacar alguna novedad presentada pero, sin duda, el producto ganador de cada categoría cumplirá con los requisitos de innovación tecnológica, diseño e impulso en ventas, criterios que tiene en cuenta el jurado a la hora de elegir a los ganadores.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Melco?

Desde nuestro departamento de marketing trabajamos distintas líneas de promoción del evento tanto para captar expositores, como compradores y visitantes.

Todas las estrategias de promoción que utilizamos podrían agruparse en estrategias de impulso, que analizamos junto al departamento comercial para preparar las campañas de captación a través de emailmarketing, realizando segmentos en base a nuestros clientes y objetivos.

Paralelamente trabajamos con estrategias de marketing digital en redes sociales como LinkedIn y Twitter.

Además, contamos con acuerdos de colaboración tanto con Partners de Contenido, como con Media Partners, los cuales nos dan voz en el sector.



¿Dónde radica el éxito de un evento como Melco?

Sin duda, en la creación de un clima de negocios, 100% profesional, en un ambiente exclusivo para los expositores, compradores invitados y visitantes profesionales, los cuales han sido previamente validados por la organización. El sistema de agendas, que permite que tanto expositores como compradores tengan citas concertadas durante los dos días del evento maximizan la eficiencia de las reuniones, basándonos en las preferencias de ambos.

Melco es un evento en el que tanto expositores como compradores van a hacer negocio. Los expositores tienen la oportunidad de ver, en dos días, a los compradores que son de mayor interés para ellos. Por su lado, los compradores, no sólo mantienen reuniones concertadas con los expositores, sino que pueden ver, tocar y probar los diferentes productos de las empresas fabricantes.

Y, por último, ¿por qué deben acudir a esta reunión los principales compradores?

Los compradores tienen la oportunidad de ver, en dos días, las últimas novedades de las empresas fabricantes de electrónica de consumo, entretenimiento digital y pequeño electrodoméstico. Además, como comentaba, no sólo se reúnen y recaban información de los productos, sino que pueden probarlos in situ. El sistema de agendas concertadas les permite mantener reuniones con las empresas expositoras de su interés, sabiendo con qué empresas se van a ver, el día y la hora, antes de la celebración del evento.

Por otro lado, Melco se celebra con el objetivo de facilitar a los expositores y a los compradores preparar el ciclo de ventas/compras para el segundo semestre, que es el más importante del año para el sector. Por tanto, los compradores tienen la oportunidad de ver las últimas novedades del sector justo antes de ese semestre.