



Alberto Alonso

Director General de AUDE Business Events

“Melco organiza una agenda de reuniones preconcertadas entre expositores y compradores invitados, de acuerdo con sus preferencias”

El Club de negocios Melco, se convierte en un ambicioso proyecto de Aude Business Events, compañía que dirige Alberto Alonso, especializada en la organización de salones monográficos de intercambio de negocio. Esta nueva sociedad, avalada por el prestigio y la experiencia de experimentados profesionales, absorbe la gestión que hasta la fecha venía desempeñando el grupo RBI con el anterior salón Medpi. A continuación conoceremos a través de esta entrevista aspectos más concretos, así como novedades y mejoras que se han incorporado.

Una vez confirmado el abandono del mercado español por parte de Reed Business Information (RBI), y de su filial Exhibition -gestora, entre otros eventos, de MEDPI-, ¿cómo surge la iniciativa de constituir AUDE Business Events?

La marcha del Grupo Reed nos hizo plantearnos la posibilidad de desarrollar eventos profesionales con valor añadido, contando con la experiencia de profesionales que llevaban quince años en el sector. A partir de aquí, un evento B2B como Medpi encajaba en esta filosofía, el cual hemos querido desarrollar y potenciar bajo la marca Melco.

Y ahora... MELCO Bussiness Club, ¿qué concomitancias guarda con su predecesora MEDPI? ¿Notarán expositores y profesionales compradores diferencias sustanciales? ¿En qué consiste el Club de negocios MELCO?

El club de negocios mantiene las agendas concertadas, que es la esencia del formato, el cual conecta a fabricantes y mayoristas del sector de la electrónica de consumo con su canal retail con la intención de generar oportunidades de negocio. Pero añadiremos algunos elementos para incrementar, el retorno de inversión de nuestros clientes. Se trata, por tanto, de un certamen estrictamente profesional, orientado a negocio y diseñado para rentabilizar la participación tanto de los expositores como de sus clientes.

Tres pilares básicos, para potenciar un renovado certamen: contactos comerciales de calidad, comunicación de novedades tecnológicas y los “Premios Melco”. ¿Por qué estos tres parámetros?

En esta primera edición de Melco hemos querido centrarnos en aspectos que generaban mayor valor añadido para nuestros expositores. De este modo, entendíamos que necesitábamos duplicar la agenda de reuniones entre éstos y los principales jefes de compra de la distribución, que continuarán manteniendo una duración 45 minutos cada una, durante los dos días y medio que dura el Business Club.

La segunda mejora que hemos creado es el Melco Preview, una herramienta que permitirá a los expositores presentar la novedad principal con la que acudirá a Melco 2013, lo que a su vez generará una mayor expectativa para ser visitados al ser este difundido digitalmente por los principales medios de comunicación del sector.

Y el tercer elemento de mejora son los Premios Melco, los cuales hemos querido potenciar incorporando al jurado a los editores de los principales medios de comunicación del sector, con el fin de que compartan criterio con los jefes de compra de las diferentes tipologías de comprador (comercio vertical, comercio asociado, e-tailers, canal promocional...) que hasta ahora componían el jurado. De este modo, pretendemos reconocer con mayor rigor aquellos productos que mayor innovación tecnológica, impulso de ventas y diseño aporten al mercado.

¿En qué consiste el procedimiento de programación de Agendas MELCO? ¿Qué compromisos implican a compradores y expositores?

Melco organiza una agenda de reuniones preconcertadas entre expositores y compradores invitados, de acuerdo con sus preferencias.

Está previsto que cada expositor pueda realizar hasta un máximo de 21 reuniones, de los referidos 45 minutos por cada una. O lo que es

lo mismo, el certamen generará más de 1500 reuniones comerciales durante los tres días.

Todos los participantes recibirán su agenda de reuniones antes del inicio del evento. Y tres semanas antes del evento, los expositores podrán acceder a la relación de compradores y marcar sus preferencias.

Por su parte, los compradores podrán acceder a la agenda dos semanas antes de que comience el certamen.

El sistema informará a cada comprador de qué expositores tienen un alto interés en mantener una reunión con él.

Finalmente, los expositores que han contratado antes del 28 de febrero el Pack Optima podrán ampliar la agenda con 21 reuniones complementarias, la cual no estará disponible hasta que la primera haya sido validada en su totalidad.

¿Qué reconocimientos aportarán los Premios MELCO? ¿Cuáles son sus categorías?

Esta primera edición de los Premios Melco 2013 pretende reconocer y destacar a aquellos productos más innovadores que presenten los expositores, de la mano de reputados expertos del sector. Para ello se ha reforzado el jurado, integrando a los editores de los principales medios de comunicación profesional que, junto con los principales responsables de compra de la distribución, decidirán los productos más destacados en base a tres criterios: mayor innovación tecnológica, impulso de ventas y diseño.

Los productos ganadores serán mencionados en el comunicado oficial que se facilitará a la prensa.

La recepción de la ficha de las candidaturas será el 26 de abril. Y el 15 de mayo se publicarán los finalistas en la web del evento. Los premios se entregarán en la Gran Gala de los Premios Melco 2013, que se celebrará el 6 de junio.

El certamen contará con un área de exposición, en la que se presentarán los finalistas dentro del propio business club.

¿Por qué debe una empresa de informática, electrónica de consumo y telefonía acudir a MELCO como expositor? Y, ¿por qué debe el comprador considerar este certamen?

Porque Melco es la manera más eficiente, cómoda y efectiva, con la que un fabricante o mayorista puede reunirse con sus clientes. Y por otro lado, para el canal retail es al mismo tiempo la manera más sencilla de conocer las novedades y negociar aquellos productos que

considere más interesantes para la campaña de “vuelta al cole” y de Navidad. También cabe tener en cuenta el valor de Melco, que permite a los profesionales hacer una fotografía de la situación del sector compartiendo opiniones con clientes y competidores.

¿Qué modalidades y condiciones hay para la contratación? Considerando la coyuntura, ¿existe algún beneficio (ahorro) especial?

En esta 1ª edición de MELCO hemos diseñado dos packs para incentivar la pronta contratación y que dan un mayor valor añadido a los expositores. ¿Cuánto antes contratas, más beneficios obtienes!

- Pack Fidelity, solo para antiguos expositores de la edición 2012 que han contratado antes del 28 de febrero de 2013.

- Pack Optima, solo para nuevos expositores que han contratado antes del 28 de febrero de 2013.

- Cualquier contratación que se realice fuera de estos packs, tendrá condiciones estándar y su límite de contratación será el 30 de abril de 2013.

PACK OPTIMA
Con el Pack Optima, reservar tu espacio con antelación tiene muchas ventajas. Aquellos expositores nuevos que han reservado su espacio antes del 28 de febrero 2013 disfrutarán, sin coste adicional, de los siguientes elementos de comunicación que les permitirán optimizar su participación en el club de negocios:

- Anuncio a color en el Catálogo Oficial de Melco 2013.

- Inserción folleto en la documentación de compradores (formato DIN A4 y peso limitado).

- Melco Preview (1 producto estrella). Boletín de novedades de los expositores que se

“Melco es la manera más eficiente, cómoda y efectiva, con la que un fabricante o mayorista puede reunirse con sus clientes”

difundirán mediante las bases de datos de los medios del sector.

- Ampliación de la agenda de reuniones (disponible, una vez agotada la agenda inicial).

- Parking gratuito.

PACK FIDELITY
Con su programa Pack Fidelity, Aude Business Events quiere agradecer la confianza de los expositores que participaron en el último evento. Los expositores de la edición 2012 que han formalizado su inscripción antes del 28 de febrero de 2013 se beneficiarán de:

- Aplicación de las tarifas de la edición 2012.

- Conexión Wifi a Internet para hasta cinco usuarios.

A su vez, este pack incluye todas las ventajas del Pack Optima.

Por último, ¿podría cuantificarse, de alguna manera, el negocio que puede generar MELCO? ¿Qué expectativas esperan cubrir en esta renovada etapa?

Es realmente difícil cuantificar el negocio que se va a generar el Melco, pero sin ánimo de facilitar un dato exhaustivo, podemos decir que las campañas de vuelta al cole y de Navidad, representan aproximadamente el 70% del total del negocio del año.

Por otro lado, las empresas participantes en Melco (proveedores y compradores) representan aproximadamente el 70% del volumen del sector, por lo que no nos equivocáramos mucho si dijésemos que en Melco se negocia entre el 45% y el 50% del volumen anual de transacciones.

