

European Pess Conference

imm cologne 2018

6 September 2017, 11.00 a.m., The Hague, Zuidenstrandtheater

Declaraciones de Gerald Böse, presidente de la gerencia del consejo de dirección de Koelnmesse, en la conferencia con la prensa europea el 6 de septiembre de 2017 en La Haya con motivo de la imm cologne 2018



imm cologne
15.01.-21.01.2018
www.imm-cologne.com

Estimados señoras y señores:

También para 2018, la imm cologne está en condiciones de esperar unos buenos resultados puesto que supera a todas nuestras expectativas. En relación con el periodo comparable en el año 2016, estamos registrando un crecimiento total de dos dígitos, tanto en cuanto a las cifras de expositores como a las cifras de superficie contratada.

Esta positiva evolución está propulsada por un crecimiento de inscripciones procedentes del extranjero de dos dígitos. En concreto, junto a los numerosos expositores que ya habían participado en los años anteriores se registra un claro incremento en la cifra de interesados procedentes de Europa del Este y de Europa del Sudeste, especialmente de Polonia, Grecia y Turquía. Asimismo las empresas de muebles de Europa meridional valoran el mercado alemán y de Italia, España y Portugal se registran también incrementos de dos dígitos. Por otra parte, hemos conseguido incrementar también la cifra de expositores procedentes de Estados Unidos. En total, esperamos la participación de más de 1.200 expositores, más de un 70% de los cuales vendrán del extranjero.

Con Pure Architects, el nuevo desarrollo de LivingInteriors, escenificamos en muchos aspectos diferentes mundos de productos para la instalación en el suelo, en las paredes y en los techos. Con ello complementamos nuestra oferta básica de muebles en tres importantes campos parciales y creamos para arquitectos, diseñadores, planificadores, decoradores y consumidores finales un innovador espacio. El núcleo de este segmento se situará en 2018 en los temas de los baños y las casas inteligentes.

También centra la atención el tema de la iluminación. Una lámpara es hoy en día mucho más que una fuente de luz. Escenificada adecuadamente y con la técnica precisa, la luz puede crear espacios y ambientes. Todo ello es motivo suficiente para dedicar un espacio adecuado a este tema. Desde lámparas decorativas hasta mando digital de la luz, pasando por sistemas de iluminación, los visitantes a nuestra feria tendrán ocasión de vivir el tema en todas sus facetas. Con Lucie Koldova, a la que como es natural saludo también por mi parte muy cordialmente,

hemos conseguido la participación de una maravillosa diseñadora de iluminaciones para nuestro proyecto "La Casa". Con la división en iluminación decorativa en el campo de Pure Editions e iluminación técnica en el nuevo concepto de pabellones Pure Architects, continuamos de forma consecuente el camino emprendido para una feria total del mueble y la decoración.

Page
2/4

Un 8 por ciento de los muebles se venden hoy en día a través de plataformas como distribuidores online. Hoy en día, los consumidores se orientan a la hora de buscar nuevas ideas de decoración tanto online como offline. La cuestión que nos planteamos como sociedad ferial es qué representa esto para la imm cologne. La cada vez mayor importancia para la sociedad de las plataformas online y de la digitalización nos empuja también a nosotros como sociedad ferial y a la imm cologne como marca de referencia a adecuar esta tendencia a nuestros conceptos. El negocio ferial hace mucho tiempo que no consiste primariamente en alquilar la mayor superficie posible a nuestros expositores. Ya no suficiente proporcionarles cada año más visitantes que acudan a sus stands. Lo decisivo son los contactos que generan negocios y, no en último término, crear muchas más emociones que proporcionen un ambiente positivo al sector. Sin embargo, ¿qué significa esto para el futuro de una feria como la imm cologne? Para nosotros es importante conseguir una vivencia consistente de las marcas. La vivencia de los visitantes determina cada vez más la forma en que se percibe una marca y es para nosotros una de las más importantes características diferenciales con respecto a nuestra competencia. Esta vivencia de la marca imm cologne traerá en el futuro cada vez con más fuerza aspectos digitales.

Nuestros touchpoints son actualmente las páginas web de la feria y microsites, nuestros canales de medios sociales y blogs, redes de negocios como ambista, match making en las inscripciones de visitantes, e-ticketing a través de la app fair mate o lead tracking digital. En todo ello, apostamos por lead tracking para entender las visitas de nuestros visitantes a un certamen. El acompañamiento digital de los recorridos y las informaciones digitales de los visitantes nos ayudan a entender qué es lo importante para estos. A través del lead tracking y la estrecha colaboración con nuestros expositores, podemos ya en los prolegómenos de la próxima edición estimar si un visitante va a participar también en la próxima imm cologne. La "customer journey", el viaje del participante en la feria, tanto si se trata de visitante o expositor, cliente o consumidor final comienza por tanto mucho antes de la celebración del certamen. La visita en sí constituye la primera parte de este viaje y abre posibilidades adicionales para la segunda parte, después de la feria. En pocas palabras: con el customer journey aprendemos a conocer mejor a nuestros visitantes. La digitalización nos ofrece a nosotros como organizadores de feria no sólo nuevas opciones de comunicación. Nos abre la posibilidad de actuar de una forma orientada a los servicios y de apoyar a los expositores en las medidas promocionales de ventas.

¿Cómo queremos conseguirlo? Los servicios mencionados son posibles cuando en los prolegómenos del certamen se define el perfil de intereses de los visitantes a través de la contestación a cuestiones estructurales. La digitalización abre para nosotros grandes posibilidades de generar conjuntamente con nuestros clientes un valor añadido sostenible. Como parte de toda la cadena de creación de valor añadido, nosotros como organizadores de ferias e interlocutores industriales podemos crear las premisas para ello y ayudar a configurar de forma decisiva la infraestructura industrial - mediante sistemas inteligentes. ¿Qué significa esto para el futuro? En cuanto los visitantes entran en el recinto ferial, su móvil se conecta con nuestro servidor ferial. Son saludados de forma personalizada con un enlace directo a los eventos, citas con la prensa, foros de conferencias y presentación de novedades que son de interés para ellos. Además, gracias a un plano digital de pabellones, reciben información sobre la localización de los 10 expositores más interesantes para ellos e iBeacons les llaman la atención sobre las novedades. Todo personalizado, todo a su medida. Por otro lado, los expositores reciben informaciones sobre su visita, su participación en posibles eventos con la prensa, atendiendo además sus deseos sobre informaciones relacionadas con productos, pudiendo ofrecerles citas a corto plazo.

En cuanto a la oferta de la imm cologne 2018 quiero basarme en tres ejemplos. El primero de ellos es nuestra plataforma digital "ambista - The interior Design network". Con "ambista" hemos creado una red de negocios para el sector global del mueble y la decoración. "ambista" es una pura plataforma B2B que ofrece a todo el sector la posibilidad de establecer y mantener durante todo el año contactos comerciales. Actualmente esta red contiene ya a más de 3.000 participantes y más de 10.000 productos. Con ambista ofrecemos a las empresas la posibilidad de presentarse con su propio perfil y dar a conocer sus productos y servicios. Un motor de búsqueda facilita la posibilidad de encontrar a otros miembros, temas y empresas. Unos contenidos específicos del sector completan los perfiles de las empresas y están concebidos para informar, inspirar y animar a realizar intercambios.

Con Smart Home, que llevaremos a cabo el próximo año por tercera vez, centramos la atención en un tema absoluto de futuro. Si hoy en día estamos todavía todos fascinados por las posibilidades técnicas que nos ofrecen las "soluciones inteligentes", en el futuro figuran en primera línea temas como el cuidado de los recursos disponibles o las posibilidades de un hábitat inteligente en una sociedad envejecida.

O si tomamos como ejemplo nuestro formato "inteligente" TOUCH by IMM, un reciente formato ferial adicional que simboliza la relación digital entre información y compras y que está dirigido tanto a visitantes profesionales como a clientes finales y, a la vez, abrir nuevas vías digitales de información. Con todo ello, anunciamos la transformación del clásico contacto con el mueble al contacto con una pantalla. TOUCH representa el recorrido digital desde la información hasta la compra.

Por todo ello es para nosotros un gran motivo de satisfacción poder recibir como expositor en la imm cologne 2018 a la empresa OTTO GmbH & Co KG con el lema "get in touch". Con su presencia en internet, OTTO.de es una de las mayores empresas del comercio online del mueble.

Page
4/4

Y como tercer ejemplo quisiera hablarles sobre influencer marketing en la feria. En este sentido, plataformas como Facebook y YouTube tienen más influencia y ofrecen muchas más posibilidades que los canales clásicos. Entre tanto, uno de cada once alemanes se considera como "influencer", es decir, influye con sus aportaciones en la formación de opiniones de los canales de los medios sociales. Según diversos estudios, la mayoría de los consumidores tienen más confianza en las valoraciones online de otras personas que en los mensajes publicitarios de las empresas. Aquí entra en juego en el "influencer marketing". Los bloggers y youtubers están considerados como dignos de credibilidad por parte de los consumidores. Son muy adecuados para ofrecer nuevos productos y servicios. En este sentido, hemos contado con Sally de "Sallys Welt" (el mundo de Sally) como una experta total en la LivingKitchen. Esta joven profesora entusiasma a sus espectadores con más de 990.000 suscriptores y más de 190 millones de llamadas de vídeo. En los próximos años queremos desarrollar claramente cooperaciones de este tipo. Con ello ofrecemos a nuestros expositores nuevas posibilidades en los modernos canales de negocios.

Señoras y señores, una cada vez mayor parte de los visitantes a nuestra feria procede ya de la denominada "generación Y". Precisamente en los días dedicados a los visitantes vemos a muchos jóvenes interesados por el diseño que buscan en la imm cologne inspiraciones para ellos mismos, para sus casas y para sus seguidores. El uso diario de la comunicación móvil y de las redes sociales representa desde hace ya tiempo para los llamados "nativos digitales" no sólo en el entorno privado sino también en el profesional algo absolutamente normal. Actualmente ya no se hace diferenciación entre online y offline. Postean, tweeten, comparan, comparten con pocos clics en busca de un resultado ferial que les apoye en su comportamiento de consumo a través de los medios. En el futuro queremos ofrecerlo nosotros como Koelnmesse. Lo que antes fue el catálogo de los almacenes de venta por correo es hoy en día para la "generación Y" ue ha crecido con Internet su cuenta en instagram, su perfil en Facebook, su propio Lifestyle-Blog, su app. Su cuenta es su álbum de fotografías, repleto de deseos e inspiraciones que son asumidas y compartidas con entusiasmo por el resto del mundo. En el futuro, por tanto, será importante entusiasmar a estos visitantes por nuestro certamen. Este es nuestro objetivo más importante hasta 2019.

Status: September 2017

Initials: 2912-Maj