Entrevista a Josep Pla

Director de las Ferias Infosecurity Iberia, Storage Expo y Documation

REALIZADA POR
Jesús Rivero

FOTOS
María Notario

Josep Pla es titulado en Gestión y Dirección de Empresas, y posee un master en Marketing Relacional, Directo e Interactivo. Ha desarrollado su carrera profesional en el mundo de la comunicación: radio, prensa general, agencia de medios, y prensa profesional. Desde el año 1998 forma parte de la división de ferias IT de Reed Exhibitions Iberia.

En el año 2006 Josep Plá fue nombrado director de las ferias Infosecurity Iberia, Storage Expo y Documation, con las que DINTEL ha firmado un acuerdo estratégico como "Security Events Partner" (ASIMELEC es el "Strategic Partner).

Es, en el seno de dicha Feria INFOSECURITY, que se celebrará el Congreso anual "Observatorio DINTEL", los días 11 y 12 de junio de 2008.

*Nuestra **Revista** a+ le ha entrevistado en nuestra redacción, para conocer algo más sobre la Feria INFOSECURITY 2008.*

¿De verdad cree que una feria como Infosecurity sirve para algo?

Le puedo asegurar que una empresa multinacional como Reed Exhibitions no invierte como lleva haciendo los últimos tres años en un mercado como el de la Seguridad TI en España, si no cree que va a ganar dinero aportando valor a un sector.

¿Aportando valor?

Es la base. Lo que ofrecemos, lo que vendemos, debe tener un valor. Si no, nadie lo comprará. Hoy en día ninguna empresa nos paga por la excelencia en la organización del salón, nos pagan por el negocio que genera.

Si claro, pero, ¿para que sirve una feria?

La teoría dice que las ferias B2B, las ferias profesionales, son una de las herramientas de marketing más potentes: sirven para generar contactos, potenciar el conocimiento de la marca, vender, fidelizar clientes, comunicar, etc.; la realidad sin embargo es que sirven para todo esto y más, y además permiten a los responsables de marketing de las empresas medir y calcular con precisión el temido R.O.I.

Suena bien...

Pero no hay que dejarse engañar. Todo esto es desde el punto de vista de quien representa la oferta de un sector. Pero la clave está en el valor que se aporta a la demanda. Las ferias no se pierden por falta de expositores, se pierden cuando los profesionales del sector no ven necesario salir de su despacho, dejar su puesto de trabajo unas horas y desplazarse para visitarla.

Así pues, los profesionales de los departamentos TI españoles, ¿qué encuentran en una feria como Infosecurity?

Actualmente el 86% de la gente reconoce que, en su entorno profesional, su primera y principal fuente de información es Internet. Aún así, la principal motivación que influye en la decisión de compra en los sectores TI es la confianza, la calidad del servicio y la formación que ofrece el proveedor. ¿Se sabe de algún otro medio que en unas horas permita conocer, relacionarse, aprender, tocar y probar antes de invertir en tecnología?

Pruebe a escribir en la ventana de su buscador: "Hola, soy responsable de sistemas en una central de reservas de viajes y tengo un problema con la gestión de identidades y acceso de nuestros empleados al sistema: ¿tienen alguna solución?".

Si miramos las ferias TI en España hay varias ferias con miles de visitantes que fracasan.

En primer lugar habría que exigir que las cifras que se dan estuvieran auditadas, porque a veces, se publican números de visitantes que no caben en la feria, sólo con la equivocada idea de que el número de visitantes debe crecer cada año. Por otro lado, las empresas y los profesionales deberían hacer el análisis de cuántos clientes son capaces de atender cómodamente y con eficacia.

¿Me puede poner un ejemplo?

Imagine que soy el responsable de marketing de una empresa que contrata un stand de 50 metros cuadrados en una feria que dura dos días y que va a destinar 5 comerciales con capacidad de atender a 4 clientes cada hora. Si quiero conservar mi puesto de trabajo, debo exigirle al organizador de la feria que me asegure que los 80 visitantes que necesito serán los de mayor potencial para mi oferta.

¿Reed Exhibitions asegura esto?

Reed Exhibitions invierte en relacionarse con los profesionales del

sector para conocer sus necesidades e inquietudes durante todo el ciclo entre eventos. Reed Exhibitions ofrece a las empresas expositoras sus servicios de segmentación, comunicación y generación de leads durante todo el proceso de preparación, ejecución y seguimiento del plan de participación en una feria.

¿Cuáles son sus objetivos para la próxima edición de Infosecurity Iberia?

Aumentar el Contenido: un 50% más de empresas expositoras y potenciar las Actividades Paralelas, como es el caso del "Observatorio DINTEL".

Conseguir que nos visiten 2.700 profesionales: el 25% procedente de las AAPP, el 15% de Grandes Cuentas y el 35% de PYMEs.

Aumentar la cifra de negocio de los participantes: 300 citas pre-concertadas.

¿Cómo pretenden lograrlo?

Trabajando al lado de la industria y apoyándonos en nuestros aliados estratégicos: ASIMELEC y la Fundación DINTEL, en nuestros colaboradores ISSA España, DAA Contenidos Digitales y en todos los medios de comunicación del sector.

- +Contenido: Orientación de los eventos paralelos a Sectores Verticales: Jornadas AAPP, Banca-TI, Hospitales-TI, etc. Crear un "Foro de Expertos". Organizar una "Technical Academy" con las empresas líderes del sector. Ofrecer formación para la preparación de los exámenes ISC2- ISACA. Potenciar y facilitar las demostraciones prácticas de los fabricantes.
- +Visitantes: Nuevas fechas más adecuadas. Inversión en captación directa: 70% AAPP, 25% gran cuenta, 5% resto. Lanzamiento del "Programa VIP" y el Premio "Profesional del Año".
- +Negocio: BBDD disponible para segmentaciones. Sistema de organización de citas. Planificador visita para PDA. Visibilidad a través de nuestros elementos de comunicación.

Infosecurity pertenece a una red de eventos internacionales, ¿representa esto una ventaja?

Por supuesto. No sólo nos beneficiamos de la experiencia adquirida en otros países, sino que además nos permite ofrecer una plataforma de internacionalización a las empresas españolas.