



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

Es una nueva semana así que un nuevo tema para tratar. Estamos llegando a la temporada de verano con muchas ferias de artesanía, así que hablemos sobre cómo hacerlas y cómo hacer que funcionen para ti.

Me encantaba participar de ferias de artesanía. Son divertidas, emocionantes, educativas e inspiradoras. Te encuentras con muchas personas que comparten tu interés en trabajos de calidad hechos a mano. Puedes ver un trabajo realmente hermoso y conocer a la gente que lo hizo. Tu creatividad se ve energizada con un aluvión de nuevas ideas, y haces algunas conexiones de red excelentes. Entonces, como si esto no fuera suficiente, puedes ganar dinero vendiendo tu trabajo.

Comencé en el arte del vidrio como un espectáculo de artesanos gitanos que viajaban de feria en feria. He realizado más de 100 ferias al por menor y al por mayor y a partir de ellas he creado un grupo de exitosas empresas de arte en vidrio. Las exhibiciones de artesanía no están cerca de producir el volumen de ventas que hicieron en el pasado, pero aun así son una excelente manera de comenzar a vender tu trabajo y mantener un mercado estable para él. Cuando realicé mi primer show en 1982 en mi ciudad natal, Victoria BC, solo había 2 shows en todo el oeste de Canadá. Uno en Vancouver y otro en Victoria. En un show de 3 días hice \$ 9,000. De acuerdo con la inflación, sería como participar de una feria hoy y vender casi \$ 10,000 por día. Ese tipo de volúmenes de ventas ya no se dan. En ese momento solo había un espectáculo en la ciudad y la gente se alineaba para entrar. La Navidad pasada hubo más de 100 espectáculos aquí en Victoria. Ya no hay filas. Los promotores se apresuraron desesperadamente para llenar los espacios de exhibición y dejaron entrar a muchos expositores que realmente no tenían lugar en un espectáculo de artesanía.

Eso no significa que no debas participar de shows artesanales. Solo significa que tienes que trabajar más duro para que funcionen para ti.

## Elegir un Show/Feria

No todas las exposiciones de artesanía son iguales. Algunas son geniales, mientras que otras son horripilantes. En algunas, venderás una gran parte de tu trabajo, mientras que en otras puede que no vendas lo suficiente para pagar el costo de tu stand. No tendrás ninguna garantía anticipada de lo bueno que será un show hasta que lo pruebes. Me he sorprendido muchas veces participando de shows. Algunas ferias que esperaba que fueran estupendas, resultaron ser una pérdida de tiempo. Otros shows que no me entusiasmaban en absoluto fueron algunos de los mejores de todos los tiempos. Aunque siempre tendrás algunas de estas sorpresas, hay algunas pautas que te ayudarán a adivinar cómo será una feria.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## Las ferias de temporada

Navideña son de las mejores, y cuanto más se acercan a la Navidad, más venderás. No es que los shows de verano sean malos, algunos son geniales. Es solo que en Navidad, la gente gasta mucho dinero comprando muchos regalos.

## Interior vs exterior.

Los espectáculos al aire libre pueden ser arriesgados en cualquier época del año. Siempre existe la posibilidad de lluvia o viento.

## Tarifa de admisión.

Las ferias que cobran admisión para las personas que ingresan, generalmente tienen más ventas que las que permiten que las personas ingresen gratis. Cuando los clientes pagan para hacerlo, es más probable que vengan a comprar artesanías de calidad que a pasar el tiempo mirando a su alrededor.

Alquiler En aquellas que tienen alquileres más altos, por lo general, se venderán productos más caros que en aquellas de alquileres más bajos. Las ferias que cobran mucho por el espacio suelen tener una mejor variedad de trabajos de alta calidad y atraerán al tipo de cliente interesado en eso. Muy a menudo, las ventas en una feria de alquiler bajo son tan deficientes que no vale la pena el esfuerzo, mientras que en una de alquiler alto se puede vender lo suficiente como para que resulte muy rentable. Es como las tiendas minoristas. Las ubicaciones de altos alquileres producen un mayor volumen de ventas. No importa la cantidad de espacio que se alquila, sino la cantidad que usted vende en ese espacio.

## Exposiciones con jurados.

Debido a que los espectáculos "con jurado" son más difíciles de conseguir para los vendedores, generalmente tienen una mejor combinación de trabajo de alto nivel. Los clientes acuden a estos esperando encontrar un trabajo costoso de alta calidad. Estos programas también atraen una proporción bastante más alta de clientes que espectadores. El sótano de la iglesia y los espectáculos del auditorio escolar generalmente solo hacen que los clientes busquen productos muy baratos.

**Jurado ciego** Si desea atender a un comprador más orientado al arte, busque aquellas que utilicen un sistema de jurado ciego en el que el jurista juzgue el trabajo basándose únicamente en el trabajo sin saber quién es el artista. Recuerdo uno de esos programas que cuando introdujeron un sistema de jurado ciego, muchos artistas de "nombre" fueron juzgados y asustados.

**Festivales Las ferias** que se realizan junto a algún tipo de festival (como la música, la cosecha, etc.) suelen ser pobres. Especialmente si las exhibiciones de manualidades son solo una parte secundaria del espectáculo. La gente viene a estos por el entretenimiento, no para comprar artesanías. Pero, estos son el tipo de programas que es más probable que te sorprendan.

## Alquiler barato.

Es posible que las ferias como las que realizan las escuelas y los grupos eclesiásticos con alquiler de mesas o cabinas baratas resulten atractivas, pero las ventas generalmente corresponderán



Glass Campus

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

al alquiler. Aprendí que los espectáculos con bajos ingresos producen bajas ventas, mientras que los espectáculos con altos alquileres producen altas ventas. Es lo mismo que alquilar una tienda. Alquiler bajo significa bajo tráfico. Las locaciones con alto tráfico cobran un alquiler alto. Le toma tanto tiempo y esfuerzo hacer un espectáculo con alquiler bajo como uno con alquiler alto. No se deje seducir por la baja renta a menos que esté empezando a experimentar con espectáculos y no esté seguro de cómo configurar las ventas y qué hacer para ofrecer sus productos a la venta. Los shows/ferias de alquiler bajo son para aprender. Aquellos de alquiler alto son para las ventas.

**Espere sorpresas.** En algunos casos las pautas no se aplican. Recuerdo un programa que rompió todas mis reglas para seleccionar un programa. Era a principios de junio, no tenía jurado y solo aceptaba solicitudes en el orden solicitado, tenía tarifas de stand ridículamente bajas y entretenimiento mezclado con ventas de artesanía. Esperaba vender en su mayoría artículos de bajo costo pero, como siempre lo hago, tomé unas cuantas piezas caras para su exhibición. Las ventas comenzaron con una pieza de \$ 500. Todo lo que costaba más de \$ 100 se vendió antes del almuerzo del primer día. No vendí todo lo que llevé al show, pero fue lo más cerca que nunca estuve de no llevarme nada a casa.

Tampoco espere consistencia en las ventas. Una vez contraté un puesto de venta en una terminal de ferry para que la gente compre mientras esperaba el próximo ferry. Mi contrato era quedarme por 2 semanas. Preparé todo el domingo por la mañana y aunque muchas personas miraban y hacían preguntas, no vendí nada. NADA. La primera vez que me fue tan mal. Cero ventas. Estaba más que desanimado, pero pensé que si me había comprometido a estar allí, trataría de mantenerme ocupado y hacer algo de trabajo. Las ventas del lunes fueron de \$ 1800. Ventas sólidas todos los días, excepto los domingos. No tengo ni idea de porqué.

Otra gran sorpresa fue un show de una semana que hice durante un verano. Las ventas fueron buenas, pero no emocionantes, hasta el viernes. El viernes llovió. El show estaba lleno de gente. La mitad de las ventas de toda la semana se hicieron ese día.

## Que Llevar

Qué llevar a un show depende del show. He realizado shows donde solo se vendieron artículos de \$ 10.00 y \$ 20.00, y otros donde solo se vendieron artículos de mayor precio. A menos que sea un show que hayas hecho antes, no hay forma de predecir qué se venderá. Incluso si esperas vender en el show artículos de bajo precio, siempre debes llevar algunas piezas para "mostrarte". Algunas muestras de tu trabajo dicen: "Mira lo que puedo hacer". Esto fomentará la venta de cosas menos costosas, y te sorprenderás de la frecuencia con la que se venden. Incluso cuando ya has participado de un show varias veces, no puedes predecir qué se venderá. Así como las ventas son diferentes en diferentes shows, las ventas serán diferentes en diferentes momentos en un show.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

La respuesta a la pregunta, "¿Qué debo llevar?" Es "Todo". Lleva todo lo que puedas. Lo más importante es llevar lo que esperas vender. Evita poner mucho esfuerzo en vender lo que te gusta hacer.

*En lugar de pedirle a la gente que compre lo que te gusta hacer,  
haz lo que a la gente le gusta comprar.*

## **Que funciona.**

Cuando empiezas a participar en ferias, no sabes qué se venderá, así que haces una variedad de artículos diferentes y te lo llevas todo. A medida que participas en más shows, aprendes a centrarte en lo que se vende bien y lo que no se vende bien. Los vendedores más exitosos en exposiciones de artesanía no son los que muestran una gran variedad de artículos diferentes, sino que han desarrollado un tema o estilo que es único para ellos. Han aprendido lo importante que es ofrecer algo único. Algo que otros vendedores no tienen.

## **Should Have**

Debes intentar tener algo para cada cliente. Algunos artículos pequeños para clientes con solo unos pocos dólares para gastar y algunos artículos costosos elaborados para clientes que buscan algo especial. Esa pieza costosa que exhibes y que no esperas vender puede ser lo que atraiga a la gente a tu stand para comprar otros artículos. También podría ser lo que atrae a un cliente para que realice un pedido de comisión. Además, sorprendentemente a menudo, podrías vender.

## **Tarjetas de negocios.**

Toma muchas tarjetas de visita. Imprime muchas y lleva muchas. Distribúyelas libremente. Si tienes un sitio web diseñado para vender tu trabajo, cuantas más tarjetas de visita distribuyas en una exhibición de artesanía, más personas irán a tu sitio web para ordenarlas. Lo mismo si ofreces clases.

## **Preparacion**

Es importante haber elaborado un plan para la feria y tener todo preparado antes.

A menudo tenía uno de los stands más grandes en la feria de artesanía, pero por lo general era una de los más rápidas de configurar y de empacar. Eso no es porque yo trabaje mucho, sino porque todo fue planeado de antemano. Lo mismo con los shows al por menor y al por mayor. Ya no hago ferias de artesanía ni exposiciones al por mayor, pero sigo haciendo una exhibición de un triple stand cada primavera en Las Vegas Glass Craft Expo. Tengo un plano de planta como un plano que se usa para armar el stand, tengo todas las cajas claramente marcadas y un plan específico sobre cómo desempacar y sacar todo. El plan se aplica a la inversa para irse, se quita y se empaca



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

Si no has participado de una feria antes, es una GRAN idea hacer una configuración de práctica antes de la misma. También es una buena idea observar lo que otros artesanos hacen y aprender de los más experimentados.

## **Pago con tarjeta de crédito**

Las ventas no estarán en un flujo constante sino en una combinación de prisa y calma. Cuando se llena el stand, deseas poder procesar las ventas lo más rápido posible. Lo último que quieres es un comprador, listo para pagar por algo, que se frustre esperando y se aleje. Ten cuidado y asegúrate de que puedes procesar el pago rápidamente.

## **Precios**

### **Precio constante.**

Sea cual sea el precio por el que decidas que se debe vender un artículo, mantén ese precio para todas las ferias en que participes. NO aumentes los precios en algunas ferias y en otras los reduzcas. Eso es deshonesto y destructivo.

### **Precios al por mayor.**

Si vendes al por mayor o al por menor, o si deseas comenzar a vender al por mayor, es importante que los precios al por menor que exhibas sean dos veces su precio mayorista. Eso se llama "piedra angular". Cuando una tienda te compra, esperan vender por el doble del precio al por mayor. Si vendes al por menor en una feria de artesanías por menos del doble del precio mayorista, estás subcotizando a tu cliente mayorista. Construí mi negocio en ventas en ferias de artesanía y puse a prueba todo en las ferias, siempre cobrando el doble de lo que esperaba al por mayor. Cuando ofrecí un producto nuevo a una galería o tienda de regalos y me preguntaron: "No estoy seguro de que se venda bien a ese precio". Pude responder: "Puedo confirmar que se vende a ese precio porque lo he estado vendiendo a ese precio". Crear confianza es un buen negocio.

### **Juego de percepción de precios:**

debe mantener los mismos precios para todas las ferias, pero no necesitas utilizar el mismo margen de precio para todo lo que haces. Recuerda, no existe un valor real. Solo existe el valor percibido. Lo que alguien piensa que vale la pena. Utilicé la percepción de precios para poder beneficiarme. Algunas de las cosas que hice (como los modelos de vitrales) eran muy diferentes de las que hacían otros, pero para mantener las ventas también hice muchos artículos pequeños que eran de venta constante y mantenían los ingresos altos. En cuanto a las cosas que hice que eran de alguna manera similares a las que hicieron otros, puse los precios tan bajos como pude. Sobre las cosas que hice que nadie más tenía, obtuve un margen de beneficio mucho mayor. Cuando los clientes podían comparar los precios de mi trabajo con el de los demás, siempre tenían la percepción de que mis precios eran excelentes.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## Descuento:

Ofrecer un descuento no siempre hará feliz al cliente. Es posible que tengas un precio de \$ 50 y aceptes una oferta de venta por \$ 40. Algunos clientes estarán satisfechos con el descuento, pero a la vez piensan que, si hubieran presionado más, podrían haber obtenido un precio aún más bajo. Siempre que me pidieron que aceptara un precio más bajo, siempre respondía.

*"Desearía poder venderlo por menos, pero quería ser justo para todos, así que empecé con el precio más bajo posible".*

## Haz de tu Stand Algo Especial

### La exhibición es importante

La cantidad que vendas dependerá directamente de lo bien que lo muestres y la forma en que lo muestras, refleja tu actitud frente a tu trabajo. Una exhibición de mala calidad sugiere mano de obra de mala calidad. Muestra a tus clientes que te importan poniendo un poco de esfuerzo en tu exhibición. Las primeras impresiones cuentan. Si un cliente está impresionado con tu stand, es más probable que quede impresionado con tu trabajo. Quizás lo suficientemente impresionado como para comprarlo.

### Pieza de exposición.

Lleva algunas piezas especiales a cada show. El hecho de que en el evento para el que te estás preparando probablemente solo vendas artículos pequeños no es razón para no exhibir algunos artículos costosos. Una pieza grande y costosa en exhibición atraerá a la gente a tu stand para admirarla incluso si no pueden pagarla. Hay una buena posibilidad de que mientras estén en tu stand noten algo que les gusta y pueden pagar. La pieza de \$ 1000 que muestres puede ayudar a vender una gran cantidad de piezas de \$ 50 y \$ 100.

Mi historia favorita sobre cómo un efecto como este influye es de una tienda a la que le vendo en Saugatuck, Michigan.

Tenían un gran barco con un precio de \$ 2,500. El dueño me llamó un día diciéndome que lo había vendido y quería otro lo más rápido posible. Le dije que recordaba que él había tenido esa pieza por casi un año, así que no era algo que se vendiera rápido. Respondió que lo tenía en el centro de su vidriera con una iluminación especial por la noche y que la pieza así exhibida atrajo a mucha gente para verla. Estos interesados no compraron esa pieza, pero muchos de los que entraron compraron otras cosas mientras estaban en su tienda. Le preocupaba la cantidad de ventas que perdería porque no tenía esa pieza en exhibición que atraía a la gente.

### Exhibición segmentada

Hay dos formas distintas de mostrar para la venta. La "mezcla ecléctica" y la "farmacia". La forma "ecléctica" es cómo la mayoría de las personas exhiben cosas en sus hogares. No hay una forma particular o patrón para hacerlo. Todo se encuentra esparcido sin criterio alguno. En la exhibición



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

llamada de la "farmacia" todo se encuentra arreglado según algún patrón u orden estructurado. A muchas tiendas de regalos les gusta la exhibición "eclectica" con todo disperso y mezclado. El supuesto es que un cliente puede disfrutar de pasear en la tienda y mientras pasea puede encontrar algo que le gustaría comprar. La exhibición de "farmacia" es aquella en que todo lo que se muestra se encuentra arreglado por categorías. Cuando vas a una farmacia, todo el maquillaje está en un solo lugar, todos los productos para el cuidado dental en un lugar diferente y todos los productos para el cuidado de la salud en un lugar diferente. Cuando esté buscando un nuevo cepillo de dientes, no querrá estar repasando las diferentes opciones mezcladas en exhibición con el spray para el cabello y el medicamento para los hongos en los pies. Si quieres esas cosas, las buscarás en su área de exhibición. Usa la exhibición de la "farmacia" en tu exposición de artesanía. Todo el vidrio en un grupo, todas las pinturas en otro grupo y toda la cerámica en otro grupo. Esta forma de exhibición no solo se ve más profesional sino que también aumenta significativamente las ventas. Si tienes platos, jarrones y joyas en venta, pon todas las joyas en un grupo, todos los platos en un grupo y todos los vasos en un grupo.

## Crear una apertura

No es posible en todos los lugares, pero si puedes, organiza tu stand con una entrada. Si tu stand es con una mesa en el frente es más probable que la gente pase por allí, pero si tiene algún piso donde pueda caminar hasta tu puesto, es más probable que permanezcan en tu puesto el tiempo suficiente para comprar algo.

## Banners y carteles

Los grandes carteles y carteles multicolores y brillantes harán que tu stand sea especial y atraerá a la gente. Pueden ser fotos de otros trabajos que haces, pueden ser imágenes tuyas trabajando o tal vez simplemente listando todas las cosas que tienes para ofrecer, especialmente si tomas comisiones o das clases.

## Folletos

Si das clases, es una buena idea tener un folleto o volante para dar a cualquier persona que lo solicite.

## Iluminación

Agrega mucha iluminación adicional a tu stand. Las nuevas luces LED son relativamente baratas y utilizan poca potencia. Carga tu stand como si estuviera decorado para navidad. La luz brillante atrae a los clientes. La iluminación posicionada estratégicamente es una forma efectiva de llamar la atención sobre una pieza especial.

## Demostración en vivo

Nada atrae a las personas más que una demostración en vivo, y tener una multitud en tu stand atrae a más personas. Si puedes realizar una demostración en tu stand, diseñalo para permitirlo. Cuando no haya personas en tu stand, comienza una demostración para atraer personas.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## Videos

Tan bueno como, tal vez incluso mejor que una demostración en vivo, es un monitor que reproduce videos. Produce algunos videos en donde te muestres trabajando y colócalos en un bucle para reproducirlos constantemente.

## Servicios Especiales

### Envío

Ofrezca envíos de cualquier cosa que compre un cliente. Muchas ventas se pierden solo porque el comprador está preocupado por cómo llevarlo a casa. Yo ponía pequeños carteles en exhibición que decían,

**"Preocupado por llegar a casa? No te preocupes. Déjanos hacerlo por ti".**

Calcule el 10% del precio como un costo promedio para el embalaje y el envío. Cuando un cliente estaba obviamente interesado, pero dudando en decidirse a comprar, a menudo cerraba el trato si le ofrecía el envío-

### Envoltura de regalos

si el espectáculo es en Navidad o cerca de un día festivo especial como el Día de la Madre o el Día de San Valentín, puede ofrecer un servicio de envoltura de regalos. Todo lo que hagas que te muestre diferente a otros vendedores aumenta la probabilidad de que los clientes te compren a ti y no a otros vendedores.

### Ventas con seña.

Un cliente puede querer comprar, pero no puede permitírselo ahora. Podrías ofrecerle tomar un depósito y aceptar el pago en cuotas.

## Como Hacer Que Funcion: que hacer y no hacer

### Saludar a su cliente.

Haz contacto visual, sonríe y saluda. La persona que saludas podría estar comprando tu próxima comida

### INICIAR la conversación.

Podría ser algo tan simple como, "¿Estás disfrutando de la feria?" O "¿De dónde eres?".





**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## **Fomenta las ventas.**

Habla con tu cliente y cuéntale algo sobre ti y tu trabajo. Si crees que un cliente está interesado en algo específico, diles algo al respecto. La forma más fácil de ver si les gusta algo es tocarlo.

## **Sé paciente.**

No importa lo dolorosamente difícil que sea. Recuerda, esa persona que te impacienta podría ayudarte a pagar tu renta.

## **Vístete para impresionar.**

No tienes que vestirte como si fueras a una boda o una fiesta elegante, pero tampoco estar allí porque parece que acabas de limpiar el garaje o el jardín. Esta es una entrevista de trabajo. Vístete para ello.

## **Crea tráfico.**

Si no hay nadie fuera de tu stand, ponte afuera a arreglar u organizar algo. Todo lo que puedas hacer para que tu stand se vea ocupado llevará a más personas a tu stand. Cuantas más personas acudan a tu stand, más personas comprarán algo de tu stand.

**Red con otros proveedores.** Puedes aprender mucho de ellos.

**Sé un buen vecino.** Se considerado con los otros vendedores. Paga buenos dividendos.

## **NO lesa un libro**

juegues con su computadora o continúes una conversación con un amigo cuando aparezca un cliente.

## **NO comas ni bebas**

cuando haya clientes en tu puesto. Hay mucho tiempo para eso más tarde.

## **NO te pares o te sientes**

esperando a que un cliente te pida comprar algo. Te hace parecer indiferente. Si no estás lo suficientemente entusiasmado con tu trabajo como para estar ansioso por hablar de ello, ¿por qué alguien estaría lo suficientemente entusiasmado como para querer comprarlo?

## **NO digas "¿Puedo ayudarte?".**

NUNCA jamás digas eso. Esa pregunta simplemente irrita a los clientes y los ahuyenta.

## **NO te desplaces sobre un cliente**

como un buitro hambriento o un vendedor de comisiones. Encuentra un equilibrio cómodo entre el compromiso y la agresión. Observa el lenguaje corporal y el tono de voz de tu cliente para ver la diferencia.

## **NO seas cortante, grosero o brusco,**

no importa lo desesperado que estes por serlo. Incluso si esta persona no es un cliente potencial, puede que traiga a alguien que sí lo es.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## Permitir tomar fotos.

Hay muchas razones por las que la gente toma fotos. Algunos solo como un recordatorio de su visita y otros para utilizarlos con la esperanza de copiar lo que usted hace. No puedes evitar que las personas tomen fotos. Acéptalo Siempre lo alenté. Más de un par de veces le he vendido algo a alguien que había tomado una foto de mi exposición y me contactó más tarde para comprar. Estaba haciendo modelos de barcos en vitreaux y, a menudo, había personas que tomaban fotos y hacían preguntas sobre cómo se hacían cuando era obvio que querían intentar hacerlas por sí mismas. Cuando me di cuenta de cuántos lo estaban haciendo, produje una serie de libros de patrones instructivos para vender a cualquiera que quisiera aprender a hacer modelos de vitrales. Vendí muchos de esos libros.

## Beneficios Adicionales

Las exhibiciones de artesanía pueden proporcionar muchos beneficios además de los ingresos por ventas. A veces esos beneficios son más valiosos que los ingresos por ventas.

### Prueba de mercado

Las grandes empresas gastan mucho dinero en probar nuevos productos en el mercado. Las ferias de artesanía te brindan una manera de probar el mercado casi sin costo alguno. Para probar el mercado, una nueva técnica o un nuevo producto, solo realiza una pieza y muéstrala en una feria de artesanía. Estate atento a la respuesta de los clientes y comentarios de los clientes. Sabrás rápidamente si no es exitosa. Si se vende, haz más para el próximo evento. Si no se vende, no hagas más. Haz algo nuevo para probar.

### Prueba de etiqueta con el precio.

Una forma efectiva de probar un nuevo producto es ponerle una etiqueta con el precio en la parte inferior para que si alguien quiere saber el precio debe recoger el producto. Los humanos somos una especie táctil. Si nos gusta algo, lo tocamos. Si un cliente ve algo que le gusta, querrá saber el precio entonces lo levantará. Esa es información valiosa para ti. Te muestra lo que les gusta a los clientes. Si lo tocaban les gustaba. Ahora ... la lección realmente importante. ¿Lo compraron? Es difícil saber si has valuado tu trabajo en relación con lo que pagarán los clientes. Si tienes algo en exhibición, mucha gente lo ha recogido para verificar el precio y ninguno de ellos lo ha comprado, ahora sabes que le gusta el producto pero no les gusta el precio. Ahora tienes 4 opciones.

1. Reducir el precio.
2. Mejorarlo para justificar el precio.
3. Ofrecerlo a la venta solo donde los clientes pagarán precios más altos.
4. Deja de hacerlo.



**Glass Campus**

# Ferias de Artesanías

traducción de cortesía de Patricia Ugo

## Contactos

Las ferias de artesanía son un excelente lugar para hacer contactos para pedidos de comisiones o incluso para nuevas cuentas mayoristas. Muchos propietarios de galerías y tiendas de regalos realizan cruceros de forma rutinaria en las ferias de artesanía en busca de nuevos proveedores.

## Feed del sitio web

Si distribuyes tarjetas o folletos a las personas que visitaron tu stand, algunos harán el esfuerzo de visitar tu sitio web. Cuanta más gente visite tu sitio web, más negocios obtendrás de él.

## Las clases

Si ofreces clases, te conectarás con los futuros estudiantes que quieran aprender a hacer lo que vendes.

## Ideas

Ver lo que están haciendo otros artesanos generará nuevas ideas para que puedas crear nuevos productos. Todo lo que te anima a innovar e inventar fomenta el aumento de las ventas.

## Un lugar para comenzar

Una de las mejores cosas de participar de ferias es la información que recopilas de otros expositores. Si estás interesado en saber si algún evento es bueno o no, pregúntale a alguien que lo haya hecho antes. La red con otros vendedores puede proporcionar información invaluable. En gran medida, construí mi negocio con los contactos que hice en diferentes exposiciones de artesanía, y siempre me he beneficiado de todo lo que aprendí al hacerlos. Me encantaron los shows y los echo de menos. Comencé con exhibiciones de artesanía minorista, amplié mis presentaciones al por mayor, expandí la venta de suministros y equipos a otros artesanos, continué expandiéndome a la fabricación de herramientas y equipos para otros artesanos y ahora me enfoco principalmente en la enseñanza de otros artesanos. Todo comenzó con ferias de artesanía.