

## SINOPSES

### » Como entender e gerar valor para os patrocinadores de um evento

Normalmente os patrocinadores só investem no apoio a um evento se na realidade estão recebendo o que consideram ser um bom retorno do seu investimento. O desafio está em definir exactamente o que constitui um “bom valor”, pois existe uma grande diferença entre a forma como os organizadores de eventos o entendem e aquilo que os patrocinadores pretendem obter com o seu investimento.

Saber entender as necessidades do patrocinador, proporcionar-lhe soluções personalizadas, gerar valor agregado e oferecer métricas que permitem mensurar o ROI do evento, são alguns elementos diferenciadores que esta palestra irá apresentar.

### » “Back to the Future” – Mais visitantes? Ou melhores visitantes?

Hoje o grande desafio que se apresenta aos promotores de feiras é sem dúvida conseguir captar o melhor comprador para a sua feira. Quantidade não é qualidade. O foco hoje é entender as necessidades dos visitantes de forma a oferecer-lhes as melhores soluções para suprir as suas necessidades concretas e possibilitar assim aos seus expositores o melhor visitante de forma a que este consiga incrementar os seus negócios com quem na realidade interessa.

Durante esta palestra os participantes irão entender as novas tendências de feiras do séc. XXI, o quanto é importante conhecer as necessidades dos visitantes, o seu perfil, o que procuram e como comunicar com as diferentes gerações de forma a atraí-los para as nossas feiras e dessa forma marcar a diferença num mercado cada vez mais competitivo.

» **O valor do eventos, como e porquê medir o ROI/ROO**

Conhecer o retorno do investimento em todos os negócios é fundamental, especialmente hoje, onde é necessário fazer “mais” com “menos”. Para os profissionais de eventos este factor é crítico, e saber calcular o ROI e oferecer esse resultado ao seu cliente é, hoje em dia, um factor diferenciador e fundamental, para mais quando os executivos das empresas exigem saber qual foi o retorno do seu evento, o seu impacto na organização, assim como a sua rentabilidade.

» **Evento seguro. Está preparado?**

Conferência de sensibilização para o facto da necessidade de entender que os acidentes nos eventos acontecem, e que a melhor forma de prevenir e avaliar os riscos é planear acções para mitigá-los.

» **Os 10 mandamentos para obter sucesso numa feira de negócios**

Dicas para que as empresas que participam em feiras possam maximizar a sua participação e marcar a diferença face à concorrência. Aspectos como a necessidade de planejar e promover antes da feira, motivar e saber interagir com os visitantes durante a feira e, sobretudo, desenvolver um correto follow-up pós-feira são factores críticos de sucesso e fundamentais para que as empresas possam obter a devida rentabilidade do seu investimento em feiras.

» **A comunicação intercultural, conhecer e respeitar as diferentes culturas e tradições**

Esta palestra foca a importância da diversidade e a necessidade de entender as diferentes culturas e tradições que influenciam e são determinantes nos negócios, pois o não conhecimento de determinados detalhes da linguagem não-verbal podem afectar em definitivo um negócio. Esta palestra foca as culturas asiáticas, árabes e ocidentais, suas diferenças e similaridades.

#### » Como planejar uma visita a uma feira

Visitar uma feira é um processo que deve ser preparado com lógica e profissionalismo e com a devida antecedência. Saber preparar reuniões, organizar uma agenda, conhecer a feira e todos os aspectos que possam valorizar a sua visita, são fundamentais para ser uma visita efectiva e racionalizar custos e tempo.

#### » Hospitalidade & Eventos

Foca sobretudo a importância do atendimento como elemento fundamental no turismo e nos eventos, alargando a ideia da importância da hospitalidade e do satisfazer do desejo, na oferta de experiências memoráveis. Pode focar todas as vertentes do turismo e a sua importância de entender os nichos, sabendo promovê-los no mercado através de um correcto posicionamento.

#### » Como promover e entender um destino como destino de excelência para eventos

Este tema aborda as novas tendências globais de promoção de destinos no Séc. XXI como mercados de nicho e geradores de negócios cujo objectivo é marcar a diferença nos diferentes segmentos, o seu posicionamento, a necessidade de planeamento, as tendências internacionais, o entender as necessidades do mercado, as estratégias e as táticas de promoção para captação de negócios para o destino, os seus valores únicos, a necessidade de e como criar uma rede de empresas parceiras, o entender o valor agregado que pode trazer ao turismo em geral, a internacionalização do destino, o quê e como oferecer como valor agregado, a atitude e empatia como elementos diferenciadores, saber gerar valor de futuro, a imagem percebida do destino. Estes são apenas alguns dos temas a serem abordados em forma de dicas muito práticas e interactivas e facilmente compreendido por todos.

#### » Atitude e empatia, o segredo para ter sucesso em feiras

O verdadeiro poder das feiras é sem dúvida o FACE2FACE e o saber relacionar-se é fundamental para obter sucesso numa feira. A capacidade de interacção, estabelecer uma conversação, saber quebrar o gelo,

qualificar o seu visitante e fazer uma apresentação, são aspectos fundamentais no estabelecimento do contacto durante uma feira. Este seminário terá o seu enfoque nas melhores práticas de relacionamento de forma a que possa captar visitantes para o seu stand e fazer apresentações efectivas que se transformem em negócios futuros.

#### » Auditar e Certificar Feiras de Negócio, Porquê?

Num mundo globalizado e cada vez mais competitivo a transparência e o rigor são sem dúvida um diferencial. Às feiras de negócios como motores de desenvolvimento económico e responsáveis pela dinâmica de distintos segmentos, é-lhes exigido credibilidade e uma garantia de rentabilidade do investimento de todos os *stakeholders* envolvidos. Uma das formas de garantir essa credibilidade perante os participantes e auditar os seus dados através de padrões internacionais estandardizados garantido que o número de expositores e visitantes é real e certificado por uma entidade reconhecida internacionalmente e independente.

Como sabemos “quantidade não é qualidade”, que interessa que uma feira tenha um número estatístico elevado de visitantes, se estes não representam negócio agregado? Na realidade num mundo competitivo o que é importante é a qualidade e esta é garantida pelo rigor e transparência do promotor quando publica dados reais, credíveis e certificados, estes sim representam garantias de negócio e retorno do investimento, diferencial fundamental no momento de decisão de participação numa feira de negócios.

#### » Outros Temas

- Como comunicar com distintas gerações.
- As feiras estão todas inventadas?
- As feiras, o evento dos eventos.
- As feiras como veículo para a internacionalização, como participar.
- Como promover um destino como destino de casamentos. Como participar com sucesso em feiras de noivos.