

Eventos Corporativos & Porquê?

Cada vez mais se evidencia o facto de que os eventos corporativos influenciam directamente

a imagem e a identidade das organizações. Além de comemorativos, eles podem ser

elaborados para atingir objectivos específicos e são um excelente canal de comunicação com colaboradores, comunidades, fornecedores, investidores e clientes.

As empresas que se envolvem em eventos corporativos, podem aumentar a credibilidade no mercado, promover os valores e engajar colaboradores. E estão cada vez mais presentes nas organizações por gerarem excelentes resultados.

Workshop

O workshop tem o objetivo de fornecer treinamentos às equipas. Detalha ou aprofunda um determinado assunto, que pode ser abordado de maneira teórica, mas que contribui para o desempenho prático dos participantes.

Seminário

É um evento técnico com tema definido. O número de participantes é limitado e todos devem ter algum conhecimento prévio sobre o assunto. A proposta desse evento corporativo é trocar informações e know-how através de uma lógica simples: apresentação do assunto, discussão sobre ele e conclusão. Um seminário pode ter a duração de um dia ou até várias semanas.

Fórum

É uma reunião realizada com participação intensa da plateia, preferencialmente formada por

um grande número de pessoas. A ideia do fórum é sensibilizar a opinião pública sobre

determinados problemas sociais. Um coordenador levanta o tema de interesse geral e busca

a opinião da coletividade. Ocorre debate livre até que conclusões possam ser tiradas.

Simpósio

O simpósio é um evento de especialistas de alto renome no tema tratado, por isso é considerado um evento de carácter técnico científico. Os participantes geralmente possuem o mesmo nível dos profissionais responsáveis, assim, é feita uma discussão para levantar diferentes visões sobre o mesmo assunto. Pode ser realizado em um ou vários dias com a participação do mediador, que apresenta os

profissionais expositores, define o tempo de apresentação e recebe as perguntas que serão respondidas ao final da exposição.

Conferência

A conferência é um evento para profissionais com alta qualificação e vasto conhecimento

sobre o tema. É direcionada para um grande número de pessoas em um ambiente confortável

e elegante. Este tipo de evento exige a presença de um presidente de mesa para condução dos trabalhos, sendo bem mais formal que uma palestra. As perguntas acontecem somente no final da exposição. Independente de qual seja o objectivo de um evento corporativo, é uma óptima oportunidade para reunir pessoas em torno de uma mesma meta: o desenvolvimento da corporação.

Acções de Activação & Porquê?

O papel da Activação de marketing é bastante diversificado. Existem diversas formas de activação como as Exposições e Feiras, Acções no ponto de venda, Amostras, Prémios, Concursos, Animações, Jogos e também desfiles de moda, Shows, etc. O objectivo das Activações é ampliar o volume de vendas de uma empresa e são muito utilizadas para introduzir um novo produto no mercado, ou quando se deseja aumentar a procura. Também é se recorre à Activação para renovar interesse ou consolidar a imagem de marca

Exposições e Feiras

Fazemos o planeamento e gestão de feiras e exposições. Design e construção de stands, vídeos promocionais, brochuras, equipas de protocolo, promotoras, distribuição de brindes e folhetos.

Media Training

O media training previne que os entrevistados não passem por situações constrangedoras destruindo a credibilidade da empresa que representam. Uma das orientações do Media Training, é o treino e formação de porta-vozes para o contacto com os jornalistas, a capacitação para que adquira mais segurança no contacto com os meios de comunicação, promovendo ganhos no relacionamento com os media. Vícios de linguagem, tiques, erros de expressão, exageros no vestir e na maquiagem, são apenas alguns detalhes dos maiores erros cometidos durante as entrevistas.

Activação no Ponto de Venda e Mercado Informal

As acções realizadas no PDV (ponto de venda) são cada vez mais frequentes nos supermercados. Porém devem estar muito bem estruturadas para a conseguir resultados. Equipas de promoção bem organizadas, guiões definidos, promotores de reserva, para eventualidades, treinamento e material suficiente, são indispensáveis para uma excelente acção de promoção. Estas são acções que



podem recrutar novos consumidores, desenvolver a relação com a marca ou produto e fidelizar os clientes.

Distribuição de folhetos:

Aumentar tráfego na loja, fidelizar clientes e ultrapassar concorrentes.

Promotora no Ponto de Venda:

Prospecção de clientes, lançamento de produtos (gerar experimentação), fornecer informação sobre a marca aumento das vendas, animação de loja.

Oferta de Brindes:

Aumentar o volume de vendas, criar relação com a marca.

Oferta de Amostras (sampling):

Acelera o processo de introdução de uma marca, elimina resistência do consumidor, credibiliza o fabricante.

Acções de degustação

Desperta a vontade da compra, Acelera o processo de experimentação de um produto, elimina resistência do consumidor, credibiliza o fabricante.

Festas e Shows

Produção do evento na totalidade, desde o protocolo, identidade visual, catering, convites, brindes, oferta, decoração, animação, registo de video e fotográfico do evento, partilha de conteúdos e tudo o que o cliente possa desejar para tornar o seu evento inesquecível.