



Guia de Marketing **promova sua marca durante a Copa do Mundo**

FOR/MÓBILE
FEIRA INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA DE MÓVEIS E MADEIRA

ÍNDICE

1. Introdução.....	03
2. Feira de negócios e Copa do Mundo: uma oportunidade para aproveitar!.....	04
2.1 Uma data que mobiliza a todos.....	05
3. Aproveite as ações direcionadas para a Copa da ForMóbile!.....	06
4. Dicas para aproveitar a Copa do Mundo durante as feiras.....	07
4.1 Aposte na interação com o público.....	08
4.2 Capte contatos para manter o relacionamento.....	09
4.3 Pense no design como um poderoso cartão de visitas.....	10
4.4 Faça com que o próprio público divulgue o seu estande.....	11
4.5 Pense além do espaço físico.....	12
4.6 Ações na prática: como promover seu estande no dia dos jogos.....	13
5. Vantagens de participar de uma feira de negócios.....	14
5.1 Estar constantemente atento às movimentações do setor.....	15
5.2 Testar novos produtos e serviços.....	16
5.3 Fortalecer e expandir a percepção de marca.....	17
5.4 Expandir a rede de networking.....	18
5.5 Promover a geração de negócios.....	19
6. Conclusão.....	20

1. Introdução

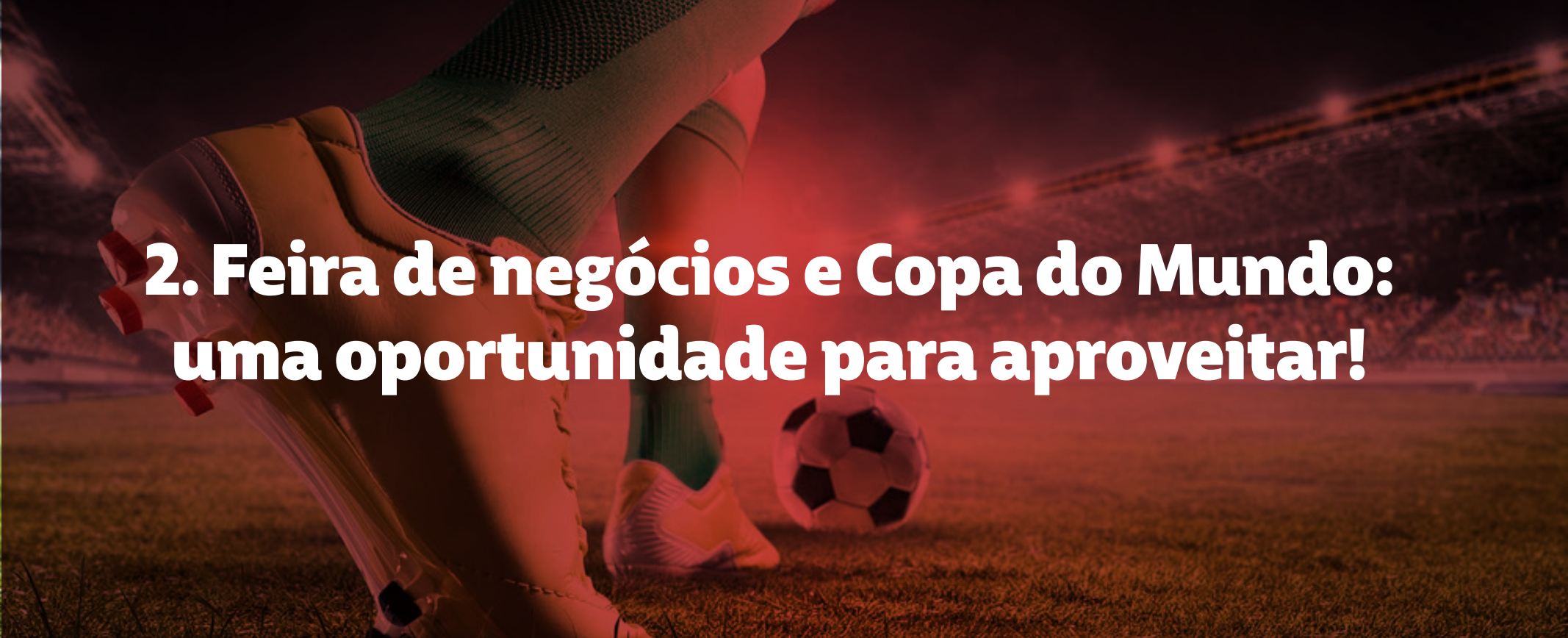
Participar de feiras de negócios e eventos do setor é uma poderosa maneira de fazer networking e, claro, aumentar exposição e as vendas da sua empresa.

Esse tipo de estratégia de marketing permite inserir a sua marca e produtos no momento em que potenciais compradores estão procurando por ele. Afinal, as pessoas que visitam as feiras estão lá justamente porque desejam receber mais informações sobre o mercado e realizar negócios.

E não se engane ao achar que, quando esses eventos coincidem com datas importantes, como é o caso da Copa do Mundo, as oportunidades serão menores.

Pelo contrário, se bem aproveitada, uma data especial pode se tornar um grande chamariz para fazer com que mais pessoas visitem o seu estande e você obtenha ainda mais visibilidade durante a feira.

Quer entender melhor como aproveitar a Copa do Mundo em uma feira de negócios? Então, não deixe de ler esse guia e conferir as dicas que separamos especialmente para você!



2. Feira de negócios e Copa do Mundo: uma oportunidade para aproveitar!

As feiras de negócios vão muito além das vendas. E, quando falamos de uma data tão importante como a Copa do Mundo, é possível aproveitar de algumas estratégias para aumentar ainda mais a visibilidade da sua empresa nos eventos!



2.1. Uma data que mobiliza a todos

A Copa do Mundo é um evento de abrangência internacional e que mobiliza o mundo inteiro.

Segundo o site Meio e Mensagem, a Copa do Mundo do Brasil, em 2014, registrou 3,2 bilhões de espectadores nas transmissões de TV, além de movimentar bilhões de dólares em direitos de patrocínio.

As marcas que participam de feiras de negócios não podem deixar essa oportunidade passar em branco.

“Para empresas que, por alinhamento internacional, adquirem cotas de patrocínio, os ativos do contrato já permitem utilização da identidade visual e outros elementos da Copa que, por si só, já chamam a atenção”, lembra Adriano Cerullo, professor da FAAP e idealizador e coordenador do curso de extensão em Live Marketing da FAAP.

Mas não se engane que são apenas grandes marcas que aproveitam essa oportunidade. ***“Investir em ativações para se aproximar dos consumidores e incrementar seus negócios, como o lançamento de produtos e promoções usando o futebol como mote podem gerar ótimos resultados”***, ressalta Cerullo.

3. Aproveite as ações direcionadas para a Copa da ForMóbile!

Estamos preparando uma série de ações e espaços já pensados para a Copa do Mundo. Essas iniciativas já prometem movimentar a feira e fazer com que o fluxo e a interação do público sejam maiores.

- * **LOUNGE PARA TRANSMISSÃO DOS JOGOS;**
- * **AÇÕES DE INCENTIVO PARA QUEM CONSUMIR ALIMENTO OU BEBIDA, COMO DESCONTOS OU COMPRAS EM DOBRO;**
- * **E MUITO MAIS!**

Quais são as suas ações no estande?

A ForMóbile terá um espaço no site para divulgar a programação e iniciativas dos expositores do evento referentes à Copa do Mundo.

Você ainda pode ampliar a divulgação da sua marca: criamos cotas especiais de patrocínio para aumentar a sua exposição.

- * **DIVULGAÇÃO DOS LOGOS DOS PATROCINADORES NO TELÃO;**
- * **VÍDEOS ROTATIVOS, NOS HORÁRIOS FORA DA TRANSMISSÃO DOS JOGOS.**

Para informações sobre valores de cotas, entre em contato com formobile@informa.com ou tatiano.segalin@informa.com

4. Dicas para aproveitar a Copa do Mundo durante as feiras

Cada feira possui características específicas e, inclusive, as da Informa estão se preparando para fazer com que a Copa se transforme em um atrativo para os visitantes.

Dito isso, é importante ressaltar que a sua empresa deve levar em conta as especificidades da feira e do setor ao desenvolver as ativações para o estande. Dessa forma, as ações promocionais serão mais efetivas para atrair a atenção.

“A motivação dos visitantes, o objetivo do estande, o público-alvo e o mercado também são determinantes”, complementa Cerullo.



4.1. Aposte na interação com o público

“Numa feira que visa a geração de negócios as ações devem incentivar o networking, ser dinâmicas e favorecer o relacionamento”, ressalta o professor da FAAP.

Neste ano, as feiras da Informa terão um lounge para a transmissão dos jogos. Além de poderem ser patrocinados, esses espaços são uma excelente oportunidade para fazer networking de forma mais descontraída.

“Há pessoas que só assistem aos jogos acompanhados. Se o seu convidado for mais que VIP, libere-o para trazer mais gente com ele e tenha um espaço reservado com mimos para agradá-lo”, recomenda Fernando Piccinini, VP de Criação da Agência Rino.

É possível ambientar o estande para torcer pela seleção nos dias em que os jogos acontecem, personalizar produtos com o tema e, até mesmo, investir em merchandising nos telões para aumentar a visibilidade da marca.

Trabalhar a comunicação do que será feito antes da feira de negócios também faz toda a diferença para gerar buzz e atrair mais público. Além de, claro, planejar ações especiais após os jogos para manter o público interessado e engajado.

“Ações que utilizam smartphones ou bluetooth, por outro lado, podem receber dados dos visitantes, gerando um banco de mailing altamente qualificado”, recomenda Cerullo.

Aqui, vale a pena apresentar as ações promocionais que a sua empresa estiver fazendo. E, se elas estiverem relacionadas com a Copa, melhor ainda! Que tal sortear uma camiseta da seleção? Ou, então, fazer uma competição de gol?

“A distribuição de brindes ou sorteios são ações que podem ser realizadas em ondas, ou seja, horários que sejam mais quentes para atrair seus prospects. Vale também reservar brindes especiais para aqueles visitantes que possam ter mais possibilidades em fechar grandes negócios”, lembra Rodrigo Domingues, consultor de marketing.

Uma dica importante é sempre verificar a necessidade de autorização da Caixa para realizar determinadas ações. Assim, a empresa não corre o risco de ser multada.

An illustration on the right side of the page shows two hands, one above and one below, holding a small soccer ball. The hands are rendered in a semi-transparent red style against a dark blue background. The soccer ball is red and black. The text '4.2. Capte contatos para manter o relacionamento' is overlaid on this illustration in white and red.

4.2. Capte contatos para manter o relacionamento



4.3. Pense no design como um poderoso cartão de visitas

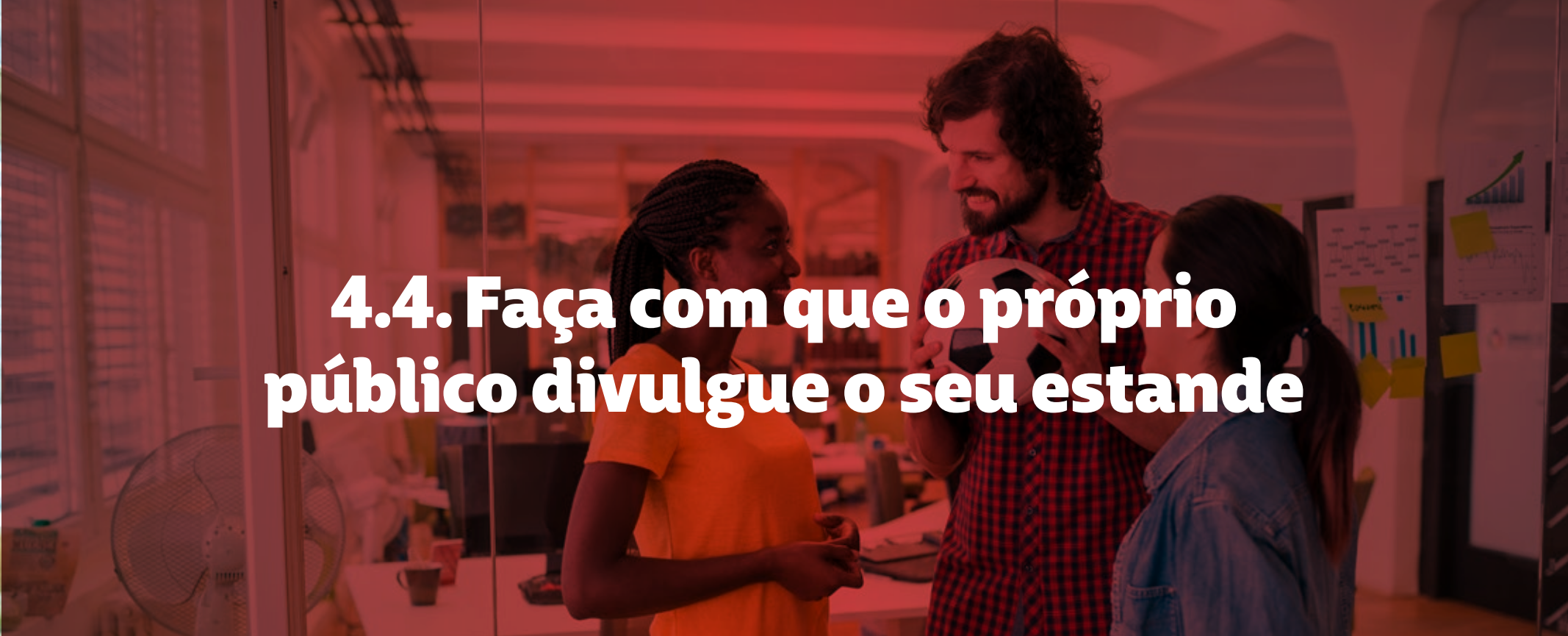
“O design dos estandes deve favorecer a visualização clara, ostensiva e detalhada dos produtos, mostrando-se convidativo à apresentação, degustação ou experimentação dos mesmos”, diz Cerullo.

Nesse sentido, vale a pena inovar quando o estande começar a ser planejado. Tente aproveitar ao máximo o espaço e use-o de forma criativa.

Una os diferenciais da empresa com ações que serão realizadas no dia e aproveite ao máximo a Copa do Mundo.

Esse ano, esse tipo de iniciativa pode render mais exposição para a sua marca. A Informa vai dar destaque às melhores ações na página de divulgação com a programação de cada feira.

Dessa forma, você pode começar a trabalhar o público antes mesmo do evento chegar.

A photograph of three people in an office environment. A man with curly hair and a beard, wearing a red and black checkered shirt, is holding a soccer ball and looking at a woman with braided hair wearing an orange shirt. Another woman with dark hair in a ponytail, wearing a blue denim shirt, is looking towards the man. The background shows office desks, a fan, and a whiteboard with charts and sticky notes. The entire image has a red overlay.

4.4. Faça com que o próprio público divulgue o seu estande

Que tal aproveitar o público que já passou pelo seu estande para divulgar a marca pela feira? Esse tipo de atitude é possível com uma simples distribuição de brindes, por exemplo.

Ao andarem pelos corredores do evento, as pessoas que carregam brindes atuam como verdadeiros outdoors da sua marca. E, se eles forem bem criativos, o efeito pode ser ainda maior!



4.5. Pense além do espaço físico

“A tendência é que as ações de live marketing deixem de ser apenas uma ocasião especial, imersiva e pontual de experiência de marca, tornando-se eventos sociais que reverberam em outras mídias, aumentando seu impacto e abrangência”, explica Cerullo.

Por isso, é importante começar a expandir as ações para ferramentas como o marketing digital e o de conteúdo. Com elas, é possível trabalhar o público antes da feira acontecer a atraí-lo para o seu estande.

As ações durante o evento também ajudam a entreter e a chamar mais pessoas para perto da marca. Além de, claro, manter o relacionamento após a data e aumentar ainda mais a conversão em clientes.

4.6 Ações na prática: como promover seu estande no dia dos jogos

- Prepare a sua equipe para uma abordagem especial no dia do jogo;
- Ambiente o seu estande para receber o público que virá torcer com você;
- Divulgue a cortesia com acompanhante para a data;
- Prepare brindes específicos para o jogo do Brasil;
- Use seus produtos personalizados;
- Instale telões no seu estande;
- Contrate uma ação de merchandising, ou mesmo divulgação da sua marca nos telões da feira;
- Convide personalidades do esporte para criar um conteúdo especial no seu estande;
- Ofereça um ambiente convidativo para fazer bons negócios;
- Tenha condições especiais ou benefícios no dia do jogo;
- Organize bolões e sorteios.



5. Vantagens de participar de uma feira de negócios

Antes de tudo, é importante ter em mente que uma feira de negócios vai muito além de um compromisso que você precisa cumprir para não ficar atrás dos concorrentes.

Essa é uma oportunidade única de estabelecer uma presença de alta qualidade e autoridade no mercado, conhecer as novidades do setor, incrementar o faturamento da empresa e, até mesmo, estudar o que os concorrentes estão fazendo.

Conheça, a seguir, alguns dos grandes benefícios em participar de uma feira de negócios.



5.1. Estar constantemente atento às movimentações do setor

Todos os mercados estão cada vez mais dinâmicos com a entrada de novos concorrentes, tecnologias, produtos e formas de abordagem ao cliente.

Estar por dentro dessas novidades faz a diferença para capacitar ainda mais seu negócio e, claro, não ficar para trás.

Além disso, as feiras de negócio são excelentes termômetros para avaliar a aderência aos seus produtos e serviços e ter uma aproximação maior às reações dos clientes.

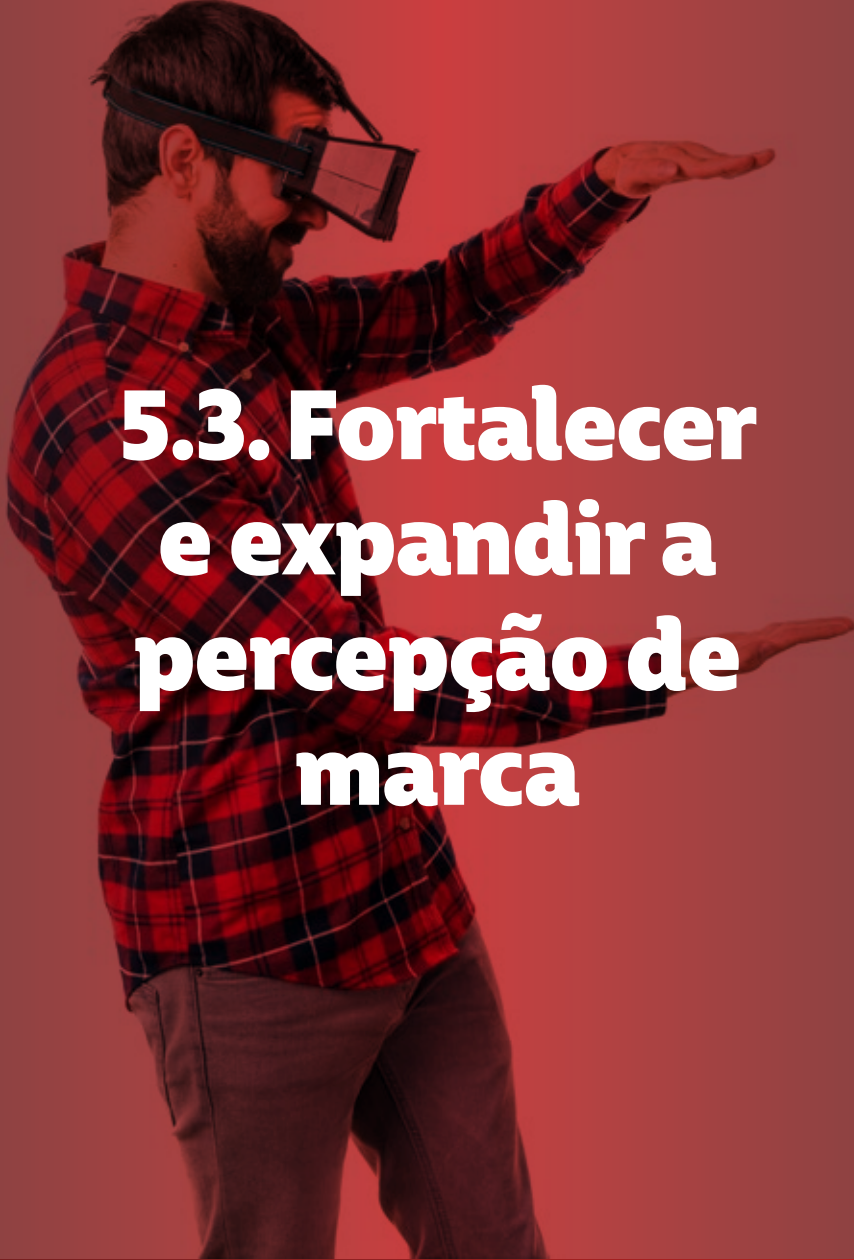
Assim como as feiras são excelentes para ficar por dentro das novidades do mercado, elas também são ótimas para lançar e testar as suas próprias novidades.

Esse é um espaço onde há grande concentração de potenciais clientes ansiosos por coisas novas. Por isso, as oportunidades para introduzir um produto novo e ouvir o feedback dos clientes são grandes.

Aproveite para se atentar às reações e percepções das pessoas. Você pode usar as feiras de negócios como laboratório para entender as necessidades e problemas do seu público e, deste modo, fazer lançamentos mais certos.



5.2. Testar novos produtos e serviços



5.3. Fortalecer e expandir a percepção de marca

Além de grande, o público que frequenta estas feiras de negócios costuma ser bastante rotativo. Com isso, esse é o momento ideal para que o máximo possível de potenciais clientes conheçam a sua empresa.

Para isso, vale a pena investir em um estande bonito e atrativo, com amostras e, até mesmo, jogos interativos. Dessa forma, é possível se destacar em meio a concorrentes e fazer com que mais pessoas venham até vocês.

Outro ponto importante aqui é que o cliente que está na feira está imerso naquele universo. Por isso, comparações costumam ser mais diretas e práticas.

Nesse sentido, se você conseguir mostrar seus diferenciais, será muito mais fácil de ser lembrado e de estabelecer uma boa imagem de marca após a feira.



5.4. Expandir a rede de networking

Apesar da geração de negócios ser uma grande vantagem das feiras de negócio, é importante aproveitar esse momento para também firmar relacionamento com fornecedores e parceiros.

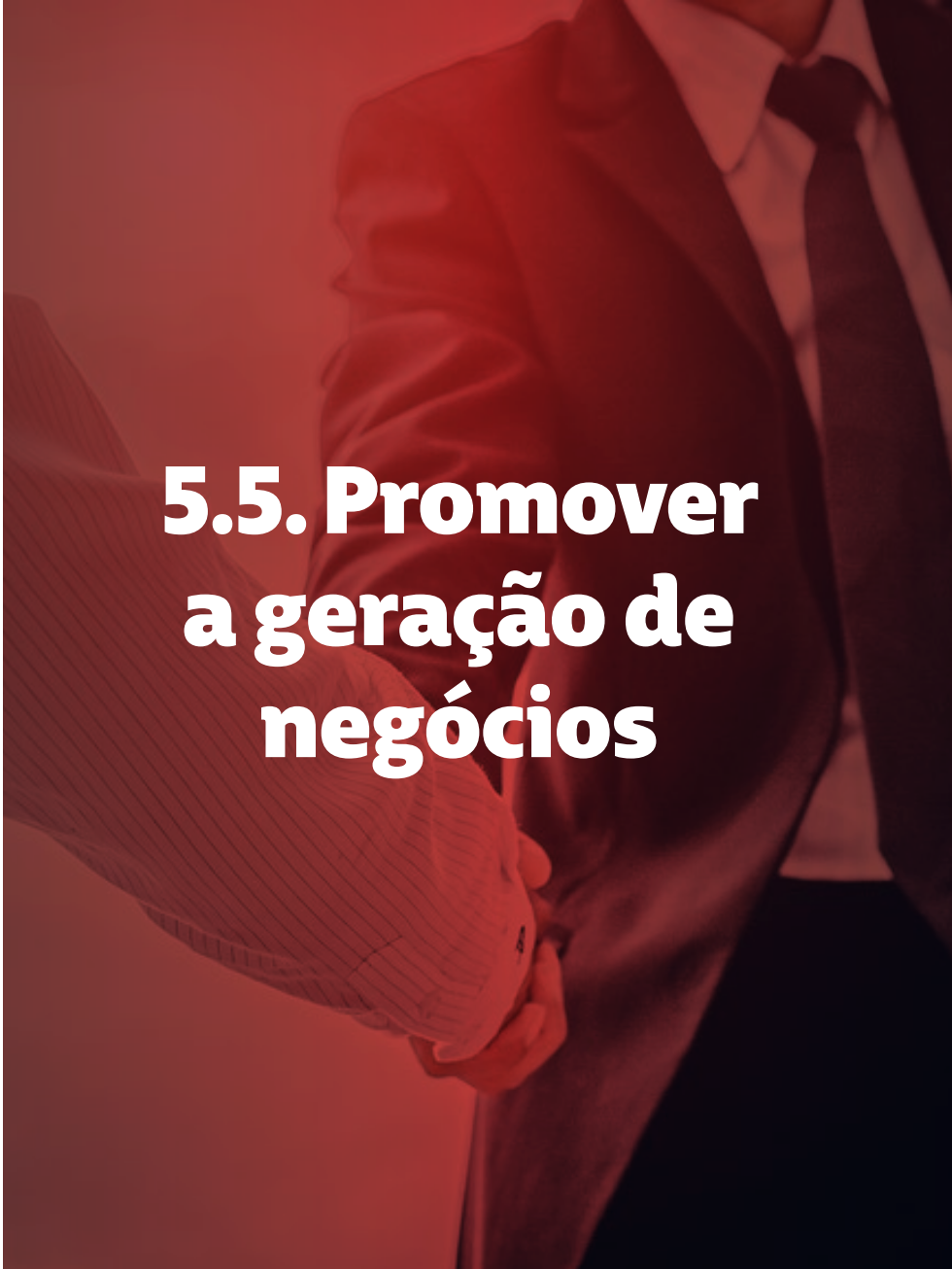
Normalmente, os eventos acabam servindo como uma grande vitrine para que você consiga, por meio desses contatos, tornar os produtos mais competitivos.

Por isso, não deixe de prospectar também aquelas empresas que podem ter uma boa sinergia com a sua e de aproveitar esses contatos para aprimorar cada vez mais a entrega aos clientes.

Tenha em mente que o público que está frequentando a feira está lá com um objetivo e, normalmente, esse objetivo é fechar negócios.

Segundo [estudo elaborado pela UBRAFE](#), o Brasil realiza 2.222 feiras B2B por ano em todo o território nacional. De acordo com a pesquisa **“O impacto econômico e social das feiras de negócios em São Paulo”** realizado pela Fipe – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas para a entidade, a capital paulista atrai 8,8 milhões de visitantes entre profissionais e compradores e movimenta em torno de R\$ 16,3 bilhões.

Isso significa que as pessoas que vão até o seu estande têm uma probabilidade muito maior de gerar negócios. E, se você estiver equipado com boas estratégias para atraí-las até vocês e contar com uma equipe matadora para negociação, as chances de vocês saírem de “mãos vazias” do evento são nulas!

A photograph of two men in business suits shaking hands, overlaid with a semi-transparent red filter. The image is positioned on the right side of the page, behind the section header.

5.5. Promover a geração de negócios

6. Conclusão

Opções de ações que aproveitem o mote da Copa do Mundo não faltam. Por isso, o importante é fazer um planejamento coerente de como a sua empresa pode usar esse evento que mobiliza a todos a favor da marca e das vendas.

Não se esqueça de entrar no clima da Copa e pensar em ações e sorteios que sejam interessantes as pessoas. Trabalhar o antes, durante e depois dos jogos e do próprio evento também faz toda a diferença para aumentar a frequência de visitas ao estande e não deixar os contatos esfriarem.

Lembre-se de que as pessoas que frequentam essas feiras o fazem com uma disposição muito maior de fazer networking e fechar contratos. Por isso, é importante usar e abusar das técnicas de promoção para que elas conheçam a sua empresa, produtos e diferenciais e se encantem pela marca. Quanto mais destaque vocês conseguirem nesses dias, maiores as chances de fechar vendas e conseguir uma boa visibilidade após a feira.

E não se desfaça jamais daqueles contatos que não converteram na hora. Não é porque as pessoas não estavam prontas para comprar naquele momento que isso significa que elas não são leads qualificados. Continue com ações após a feira, com conteúdos qualificados e informações sobre a empresa até que a venda seja efetiva.

Pronto para marcar mais esse gol durante a ForMóbile? Não deixe de compartilhar as iniciativas e ações que vocês vão realizar com a gente!

REFERÊNCIAS:

<http://www.smartalk.com.br/qual-importancia-da-participacao-em-feiras-e-eventos-para-minha-empresa>

<http://foundrygate.com/br/noticias/ver/4228/a-importancia-das-feiras-e-eventos-de-negocios>

FORMÓBILE

FIQUE POR DENTRO DO MERCADO

www.digital.formobile.com.br

CONHEÇA A FORMÓBILE

www.formobile.com.br



EQUIPE DE CONTEÚDO INFORMA EXHIBITIONS BRASIL

Gerência de conteúdo: Lilian Burgardt

Produção de conteúdo: Ana Domingues e Eder Gonçalves

Colaboradores: Clorofila Conteúdo