

Informa Exhibitions aposta em *branded content* para conectar mercados B2B

São Paulo, 18 de outubro de 2017 - Conteúdo para qualificar a decisão de compra é a aposta da Informa Exhibitions para ser MARKET MAKER no setor de feiras de negócios, ampliando possibilidades de exposição de marca 365 dias do ano. É assim que a Informa Exhibitions, unidade de negócios do Grupo Informa, um dos maiores organizadores de eventos, conferências e treinamentos do mundo está ampliando a relação entre visitantes e expositores de feiras de negócios no mercado B2B a partir da estratégia de Branded Content.

A estratégia de longo prazo começou há dois anos, com o investimento em uma área capaz de traduzir as necessidades e as dores dos visitantes em oportunidades reais de melhoria do negócio, aumento de produtividade e soluções para a gestão. “O grupo Informa entendeu que o conteúdo relevante é fundamental para melhorar o relacionamento entre visitantes e expositores gerando cada vez mais valor para o mercado”, explica o presidente da Informa Exhibitions no Brasil, Marco Basso.

Assim, o portfólio de feiras de negócio no Brasil foi incrementado com conteúdo de mercado, aliado a cases de sucesso e ao conteúdo e atrações ligado às feiras de negócio. Tudo isso, acompanhando a jornada do consumidor nos canais digitais, no momento em que ele decide buscar informação qualificada para vencer os desafios de sua empresa. Reforçam a estratégia, não só um projeto robusto de produção de conteúdo como ferramentas globais de parceiros como Oracle e Adobe para automação de marketing e gestão de dados.

A vice-presidente de Marketing da Informa Exhibitions do Brasil, Araceli Silveira, responsável pela implantação da área no Brasil, revela o que fez a empresa apostar nessa estratégia. “Entendemos que o que importa agora é que por meio de conteúdo técnico e de qualidade se formem essas comunidades de visitantes e visitantes em potencial discutindo seu setor e suas necessidades ao longo do ano. O objetivo é oferecer ao setor conhecimento, não apenas durante a nossa feira, mas ao longo de todo o ano”, diz.

É importante destacar que, se no meio B2C essa estratégia já está consolidada, no B2B ela ainda engatinha, mas é justamente neste segmento, onde o marketing de conteúdo é ainda pouco explorado que ele ganhou, definitivamente, o posto de melhor estratégia de marketing digital para a geração de leads e oportunidades de negócio, dado seu alto potencial de persuasão e incremento da relação B2B.

Por isso, a Informa não só incorporou às feiras a estratégia de marketing de conteúdo, como criou uma área de Branded Content dedicada a criação destes projetos pensando nos expositores e patrocinadores, chamada de Informa LaB. Para compor o time, especialistas do mercado de mídia

Informa Exhibitions

Global Exhibitions

Rua Bela Cintra, 967, 11º andar, Consolação
Cep: 01415-003, São Paulo/SP, Brasil

T +55 11 3598-7800

F +55 11 3017-6919

W www.informaexhibitions.com.br



online nas áreas de vendas, conteúdo e performance digital se somam aos times de produto do portfólio da Informa.

Araceli revela que, se há dois anos, a empresa dava os primeiros passos nessa estratégia, hoje, conta com um time consolidado com profissionais dedicados a produzir conteúdo que atenda às necessidades de seu público e ferramentas que façam essas informações chegarem a quem precisa na hora que eles estão preparados para consumi-la. “E isso é só o começo de uma estratégia que vai se fortalecer cada vez mais”, dispara.

A companhia está investindo pesado em novas tecnologias e ferramental, além de seu melhor ativo - os times de marketing e de conteúdo - que vem promovendo grandes mudanças na forma de trabalhar e de conduzir os negócios na empresa. Nossos projetos de marketing de conteúdo passaram a contemplar também propostas de Branded Content, com conteúdo customizado para marcas que apostam em nossos eventos para se relacionar com seus consumidores diretamente, entregando a eles o que temos de melhor: audiência qualificada.

“Aqui na Informa o conteúdo faz a união entre duas áreas essenciais da Informa: o coração (time comercial) e o pulmão (time de marketing). O coração que, pulsante, faz tudo isso ganhar vida, que assume riscos, sofre as pressões e comemora a cada nova conquista e o pulmão da empresa; o marketing, que respira novos ares, busca novas estratégias, o frescor de novas ações para criar, do zero, a cada edição, o melhor que nossas feiras de negócio podem ser”, encerra Marco Basso.

Sobre a Informa Exhibitions

A Informa Exhibitions é uma unidade negócios do Grupo Informa, um dos maiores organizadores de eventos, conferências e treinamentos do mundo, com capital aberto e papéis negociados na bolsa de Londres. O grupo possui 100 escritórios espalhados por 40 países, empregando cerca de 9 mil funcionários em todo o mundo. Nos últimos quatro anos, a Informa Exhibitions investiu cerca de R\$ 400 milhões no Brasil em aquisições de eventos, marcas e títulos no segmento de exposições e feiras de negócios. Com escritórios em São Paulo (sede) e Curitiba e cerca de 200 profissionais, a empresa possui em seu portfólio eventos como Agrishow, Fispal Tecnologia, Fispal Food Service, ForMóBILE, Futurecom, ABF Franchising Expo, Serigrafia SIGN FutureTEXTIL, Feimec, Expomafe, Plástico Brasil, High Design Home & Office Expo, entre outros, perfazendo um total de 21 eventos setoriais.

Mais informações: www.informaexhibitions.com.br

Assessoria de Imprensa – INFORMA EXHIBITIONS

DFREIRE Comunicação e Negócios: Tel. (11) 5105 7171

Debora Freire - debora@dfreire.com.br

José Luiz – joseluiz@dfreire.com.br

Luciana Abritta – lucianaabritta@dfreire.com.br

Informa Exhibitions

Global Exhibitions

Rua Bela Cintra, 967, 11º andar, Consolação
Cep: 01415-003, São Paulo/SP, Brasil

T +55 11 3598-7800

F +55 11 3017-6919

W www.informaexhibitions.com.br

