



Guia de **MARKETING** para expositores

informa
exhibitions

netshow.me

Planeje seu EVENTO

Clique nas opções ao lado
e confira as **dicas** para
otimizar sua **participação**.

- Antes da realização do evento
- Viagem & Hospedagem
- Durante a realização do evento
- Após a realização do evento
- Checklist do Expositor

Antes da

REALIZAÇÃO

Planeje e divulgue a sua participação nos eventos.

Uma ótima oportunidade não somente para fazer novos contatos, mas também para estreitar o relacionamento com seus clientes. Por isso, consulte as ferramentas gratuitas de apoio e convide seus clientes e prospects para visitar o seu estande e divulgue ainda mais a sua participação.

Defina

METAS E OBJETIVOS

Para que a sua empresa garanta o sucesso em suas ações e possa mensurar seus resultados, recomendamos que definam e compartilhem com a sua equipe os objetivos desta participação, além de técnicas de avaliação e qualificação do perfil do visitante, como:

Produtos em destaque

Novidades e lançamentos

Metas de vendas

Promoções para relacionamento

Pesquisa direta com o público visitante

TREINE

sua equipe

Aproveite esta oportunidade única de reunir-se com clientes e fornecedores em um ambiente próspero para bons negócios. Transforme cada interação em resultados efetivos. Para isso, é muito importante que a sua equipe esteja preparada para atender a todos, de forma alinhada aos objetivos e metas estabelecidas:

Equipe de vendas

Equipe de marketing

Equipe de atendimento / apoio

Manual do **EXPOSITOR**

Leia com atenção o manual do expositor com todas as orientações sobre montagem, acesso ao pavilhão, solicitações de serviços, contato com fornecedores oficiais, prazos de pagamento, entre outros.

Materiais para **DIVULGAÇÃO**

Consulte as ferramentas gratuitas de divulgação que a promotora do evento disponibiliza e com isso, atraia a visitação esperada para o seu estande. Promova sua marca com os materiais oferecidos.

CONVITE DIGITAL

Envie um convite personalizado por e-mail para seus clientes, destacando a sua localização na feira.

ASSINATURA DE E-MAIL

Insira um banner com a identidade visual da feira em sua assinatura de e-mail.

BANNERS DIGITAIS

Formate um banner digital com as suas informações de localização e utilize-os para divulgar sua participação na feira em sites e redes sociais.

E-MAIL MARKETING

Divulgue os lançamentos que serão apresentados na feira.

Materiais para **DIVULGAÇÃO**

PEÇAS DE MERCHANDISING

Conheça as opções de merchandising que a promotora disponibiliza e escolha a peça (banner, totem, adesivo de chão e etc.) que melhor divulgue a sua marca e seus produtos em pontos estratégicos do pavilhão. Assim, os visitantes saberão sobre a sua participação antes mesmo de chegarem em seu estande.

CATÁLOGO OFICIAL

Digital ou impresso, o Catálogo Oficial é uma ferramenta que possibilita a divulgação da sua empresa e de seus produtos de forma inteligente e rápida, facilitando a consulta pelos visitantes do evento, assim como interessados do setor pelo seu negócio.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Entre em contato com a assessoria de imprensa da feira e divulgue sua participação no evento nas principais mídias do país. A assessoria de imprensa oferece suporte aos veículos de imprensa e propicia um relacionamento cada vez mais estreito com a mídia. A assessoria também pode divulgar seus produtos que serão lançados durante a feira.

Caso sua empresa também disponha de uma assessoria, coloque-as em contato. Isso irá garantir ainda mais visibilidade para a sua marca no mercado.

VIAGEM & HOSPEDAGEM

PLANEJE A SUA VIAGEM

Pesquise valores de passagem e hospedagem com antecedência e verifique se a promotora do evento tem parceria com uma operadora de turismo e/ou companhia aérea.

Durante a

REALIZAÇÃO

Confira as dicas que ajudarão a mensurar os resultados da sua participação.

Atrações programadas

Reuniões e bons resultados

Redes sociais

Transmissão ao vivo

Colete os dados do visitante

Sala de imprensa

Durante a **REALIZAÇÃO**

ATRAÇÕES PROGRAMADAS

Aproveite a realização da feira para programar ações interativas em seu estande, atraindo o interesse dos visitantes presentes no evento.

- Promova apresentações de cases de sucesso;
- Traga presenças representativas no setor em que você atua;
- Realize workshops sobre as tendências do seu negócio;
- Ofereça consultorias para aqueles que desejam conhecer melhor a sua oferta;
- Realize sorteios com brindes especiais para os seus principais contatos/clientes.

REUNIÕES E BONS RESULTADOS

Além da excelente visibilidade para sua empresa, inicie grandes negócios durante a feira:

- Agende reuniões com clientes potenciais durante a realização do evento;
- Tenha em mãos estatísticas e informações sobre resultados do seu negócio;
- Crie materiais atrativos de apoio a vendas para sua equipe;
- Utilize recursos inovadores para destacar seus produtos e seus benefícios. A força da sua equipe está também na preparação prévia para o evento.

Durante a **REALIZAÇÃO**

REDES SOCIAIS

Monitore continuamente as atualizações das páginas do evento nas redes sociais e compartilhe as notícias geradas com o seu grupo de seguidores.

Uma iniciativa que poderá contribuir com o crescimento do público qualificado e o interesse por seus negócios.

TRANSMISSÃO AO VIVO

Amplie o alcance da programação de seu estande para quem não pode comparecer à feira. Faça lives nas redes sociais ou plataformas profissionais apresentando o estande, entrevistando executivos e convidados e mostrando as novidades lançadas na feira.

Caso o seu estande promova palestras e workshops, transmita-os ao vivo também! Faça com que a repercussão de sua participação na feira vá além do espaço físico do evento.

Durante a **REALIZAÇÃO**

COLETE OS DADOS DO VISITANTE

Algumas promotoras disponibilizam serviço de coletor de dados aos expositores. Este serviço ajuda na captação das informações dos contatos realizados em seu estande e possibilita ações futuras de sua equipe comercial.

Em uma feira com visitação qualificada, mesmo aqueles contatos que não gerem negócios durante a realização do evento, são clientes em potencial em um futuro próximo.

SALA DE IMPrensa

Aproveite a presença de jornalistas, formadores de opinião do setor, reunidos durante os dias de realização da feira. Prepare releases sobre os lançamentos que apresentarão no evento, folder institucional com produtos/serviços oferecidos pela sua empresa, etc e disponibilize este material na Sala de Imprensa.

Uma ação simples que poderá gerar contato direto com as mídias do setor e visibilidade da sua marca para todo o mercado.

Após a **REALIZAÇÃO**

Veja algumas dicas importantes para ajudar sua empresa a fidelizar contatos, finalizar negócios e mensurar os resultados da participação no evento.

Após a **REALIZAÇÃO**

FECHAMENTO

Aproveite ao máximo todos os contatos gerados pela sua equipe, elaborando um plano de ações com início logo após a realização do evento.

- Envie uma mensagem de agradecimento pela visita;
- Agende uma reunião de negócios com os visitantes mais interessados;
- Apresente sua proposta com um material atrativo de apoio a vendas;
- Pesquise e entenda os motivos dos casos que demonstraram menor interesse;
- Busque alternativas de negociação para cada objeção apresentada;
- Utilize recursos diferenciados para promover o sucesso das suas negociações.

REUNIÃO DE AVALIAÇÃO

É muito importante reunir as impressões e casos de sucesso vivenciados durante o evento, para que a sua empresa torne a sua participação em eventos cada vez melhor e mais produtiva.

- Ouça a todos os envolvidos por equipe de trabalho, para entender os diferentes pontos de vista sobre as ações executadas pela sua empresa;
- Registre as impressões e elabore um plano de desenvolvimento alinhando as necessidades;
- Reconheça os esforços, comprometimento e bons resultados da sua equipe;
- Premie os destaques em excelência de atendimento e atingimento de metas.

Após a **REALIZAÇÃO**

Você Sabia?

BOA PARTE DAS EMPRESAS QUE PARTICIPAM DE EVENTOS, NÃO DÃO SEQUÊNCIA AOS CONTATOS GERADOS.

Mude esta estatística e aproveite por completo os recursos que esta participação tem para te oferecer.

- Estabeleça um contato próximo com os profissionais que visitaram o seu estande no evento;
- Busque os seus potenciais clientes, com ações de follow-up para desenvolver uma parceria efetiva.

MANTER RELACIONAMENTO

Muitas oportunidades de negócios são geradas a partir da confiança que se estabelece na relação cliente e fornecedor. Aproveite cada contato gerado, de acordo com a estratégia da sua empresa, para que ótimos resultados sejam frutos de bons relacionamentos.

PRATIQUE
ESTAS AÇÕES E
AMPLIE OS SEUS
RESULTADOS

Checklist do **EXPOSITOR**

1. MANUAL DO EXPOSITOR

- Preencher os formulários obrigatórios da feira
- Pagar as taxas obrigatórias
- Contratar os serviços adicionais, quando necessário

2. MONTAGEM DO ESTANDE

- Contratar montadora
- Verificar documentos e registros necessários com a promotora

3. CONTRATAR COM FORNECEDORES

- Serviço de segurança
- Serviço de limpeza
- Serviço de buffet
- Recepcionistas
- Mobiliário/decoração para o estande
- Leitor óptico de credenciais
- Solicitar para empresas contratadas vincularem seus dados no sistema junto a empresa expositora

4. DIVULGAÇÃO

- Enviar o convite da feira aos seus clientes
- Utilizar os materiais de divulgação gratuitos disponíveis
- Divulgar sua participação via redes sociais e e-mail marketing para seus clientes e prospects
- Enviar as novidades que serão apresentadas na feira para a assessoria de imprensa do evento
- Providenciar material de divulgação da sua empresa para deixar em seu estande (*folhetos, cartão de visita, brindes, etc.*)

5. EQUIPE

- Selecionar e treinar a equipe que trabalhará no estande
- Definir metas para seus representantes comerciais
- Agendar reuniões com clientes potenciais durante a realização do evento
- Garantir o transporte e a hospedagem de sua equipe

informa

exhibitions

Conectando
PESSOAS
365 dias por ano

A Informa Exhibitions, é a divisão de exposições da Informa PLC, criando comunidades e conectando pessoas e marcas em todo o mundo e, aliando as entregas de suas feiras com uma nova estratégia digital, gera oportunidades e relacionamentos 365 dias por ano.

Com escritórios em São Paulo (sede) e Curitiba e cerca de 200 profissionais, a empresa conta em seu portfólio com marcas como Agrishow, Fispal Tecnologia, Fispal Food Service, ForMóbile, Futurecom, ABF Franchising Expo, FuturePrint, Feimec, Expomafe, Plástico Brasil, High Design Home & Office Expo, entre outros, somando mais de 20 eventos setoriais.

No mundo, atua em 150 escritórios em 57 países e é líder em inteligência de negócios, publicações acadêmicas, conhecimento e eventos, com capital aberto e papéis negociados na bolsa de Londres.