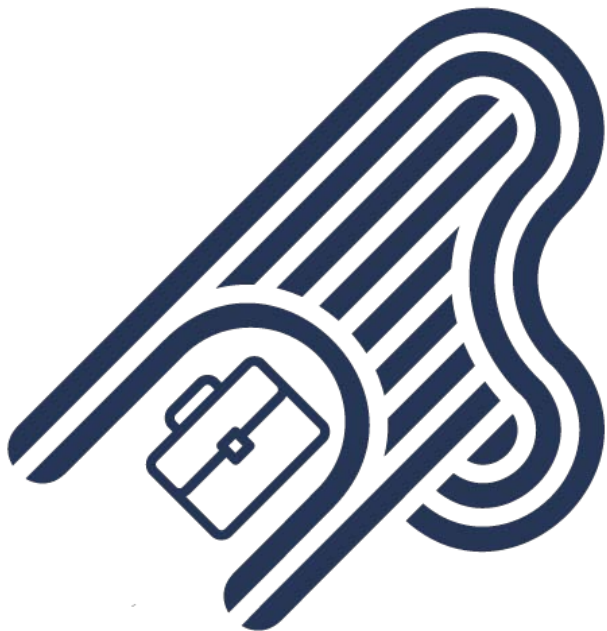


COMO ORGANIZAR EVENTOS DE SUCESSO



BRINDES



ÍNDICE

INTRODUÇÃO _____ 3

CAPÍTULO 1

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE EVENTOS _____ 4

1. Definindo objetivos claros _____ 5

2. Conhecendo o público-alvo _____ 6

3. Elaborando a proposta de valor _____ 7

4. Estruturando o planejamento estratégico _____ 8

5. Escolhendo o tipo de evento e a estratégia adequada

6. Planejando a comunicação e divulgação _____ 9

7. Monitorando métricas e avaliando resultados

CAPÍTULO 2

BRINDES PERSONALIZADOS COMO
ESTRATÉGIA DE MARKETING _____ 10

Importância dos brindes em eventos _____ 11

Impacto na percepção da marca

Escolhendo o Brinde Certo _____ 12

Fatores a considerar

Brindes como Ferramenta Estratégica _____ 13

Engajamento e memorabilidade

Distribuição Eficiente _____ 14

Como maximizar o impacto

Case de sucesso _____ 15

Quem é você quando ganha um brinde?

CAPÍTULO 3

FRAMEWORKS QUE PODERÃO TE AJUDAR _____ 19

O que é um Framework? _____ 20

Como o framework ajudará no planejamento do evento?

1. Planejamento de Evento

2. Criação de Persona _____ 21

3. Proposta de Valor

4. Checklist do Evento _____ 22

5. Controle de Estoque de Brindes

6. Gasto Planejado _____ 23

CAPÍTULO 4

A2S BRINDES, SEU PARCEIRO IDEAL PARA
AÇÕES PROMOCIONAIS DE SUCESSO _____ 24



INTRODUÇÃO

O mercado de feiras e eventos tem se consolidado como uma força vital na economia, impulsionando empresas, conectando marcas e consumidores e criando oportunidades de negócios cada vez mais robustas.

Com crescimento médio de 14% ao ano, segundo a última pesquisa de Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, realizada em 2013, o setor é responsável por movimentar **4,32% do PIB nacional**, evidenciando sua relevância estratégica.

Entretanto, organizar uma feira ou evento vai muito além de escolher um local e montar estandes. É uma tarefa que exige **planejamento meticuloso, visão estratégica e atenção aos mínimos detalhes**. Neste cenário, compreender o papel de uma feira e como utilizá-la como **ferramenta de negócios** é essencial para **alcançar resultados efetivos**.

Neste guia, vamos explorar os conceitos de feiras, eventos e treinamentos, destacando sua importância e como eles podem se tornar diferenciais competitivos para sua empresa.

Além disso, você encontrará dicas práticas e insights valiosos para transformar sua participação em uma experiência de sucesso.



CAPÍTULO 1

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE EVENTOS





1. DEFININDO OBJETIVOS CLAROS

Os objetivos são o ponto de partida de qualquer evento. Pergunte-se:

- . **Por que participar ou organizar este evento?**
- . **O que esperamos alcançar?**

Exemplos de objetivos comuns incluem:

- . **Gerar leads qualificados.**
- . **Lançar ou promover um produto.**
- . **Fortalecer a marca e seu posicionamento no mercado.**
- . **Capacitar equipes e fomentar o engajamento interno.**

DICA PRÁTICA

Use a metodologia SMART para garantir que seus objetivos sejam específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido.

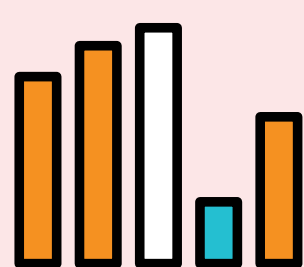
METODOLOGIA SMART

5 critérios para definir metas claras e objetivas



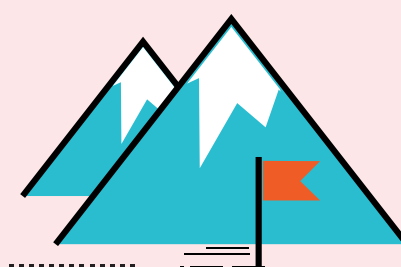
ESPECÍFICO

O que você quer alcançar?



MENSURÁVEL

Como vai medir o seu progresso?



ATINGÍVEL

É realista e está no seu poder alcançar?



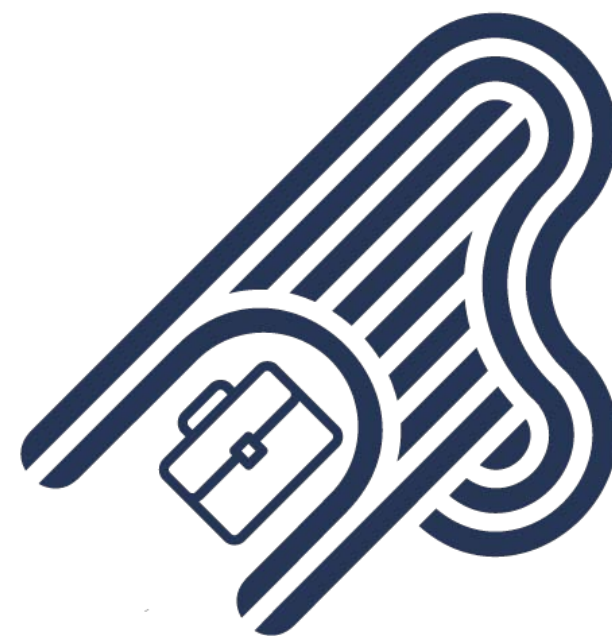
RELEVANTE

É relevante para seu objetivo maior?



TEMPORAL

Quando exatamente você quer alcançar?



2. CONHECENDO O PÚBLICO-ALVO

Um evento só é eficaz se ele atender às necessidades e expectativas do público certo.

Aqui, você deve identificar:

- **QUEM É O PÚBLICO-ALVO?**
(clientes, parceiros, colaboradores, etc.)
- **QUAIS SÃO SUAS DORES E INTERESSES?**
- **QUE TIPO DE EVENTO O ATRAI MAIS?**
(feiras, workshops, treinamentos, etc.)

DICA PRÁTICA

PERSONAS

Crie perfis detalhados do público para personalizar a abordagem.





3. ELABORANDO A PROPOSTA DE VALOR



A proposta de valor é o que torna o evento único e relevante para o público.

Ela deve responder:

- **Por que o público deve comparecer?**
- **O que ele ganhará ao participar?**



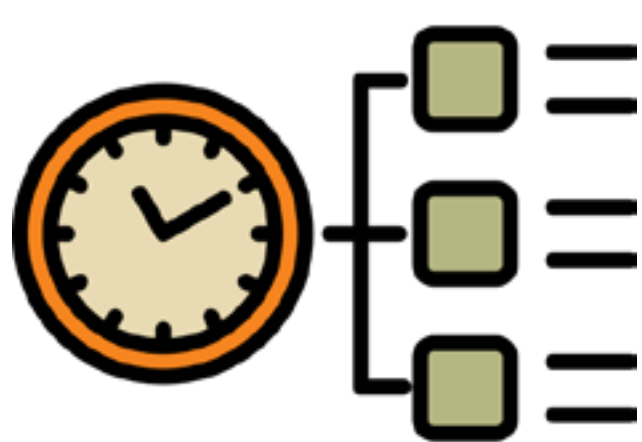
COMO CRIAR UMA PROPOSTA DE VALOR SÓLIDA

Destaque os benefícios tangíveis (conhecimento, networking, experiências), explore seus diferenciais, como conteúdos, brindes e experiências personalizadas.



4. ESTRUTURANDO O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Com os objetivos, público e proposta de valor definidos, é hora de montar o plano. Ele deve incluir:



CRONOGRAMA

Defina as etapas principais e prazos para cada atividade.



ORÇAMENTO

Calcule todos os custos e crie margens para imprevistos.



RECURSOS NECESSÁRIOS

Equipe, materiais, tecnologia, logística, etc.



5. ESCOLHENDO O TIPO DE EVENTO E A ESTRATÉGIA ADEQUADA

O formato do evento deve ser coerente com os objetivos e o perfil do público. Algumas opções:



FEIRAS

Ideais para networking e visibilidade de marca.



TREINAMENTOS

Perfeitos para capacitação e engajamento interno.



EVENTOS HÍBRIDOS

Combinam interações presenciais e digitais para maior alcance.



6. PLANEJANDO A COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Nenhum evento terá sucesso sem um plano de comunicação eficaz.

ANTES DO EVENTO

Campanhas de e-mail marketing, redes sociais, landing pages.

DURANTE O EVENTO

Use hashtags, transmissões ao vivo e interações em tempo real.

APÓS O EVENTO

Envie agradecimentos, compartilhe conteúdos e colete feedback.



7. MONITORANDO MÉTRICAS E AVALIANDO RESULTADOS

O planejamento estratégico não termina com o evento.

Acompanhe os resultados para aprender com a experiência.

• QUAIS KPIS ACOMPANHAR?

Leads gerados, engajamento, retorno sobre investimento (ROI).





CAPÍTULO 2

BRINDES PERSONALIZADOS COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING





IMPORTÂNCIA DOS BRINDES EM EVENTOS

IMPACTO NA PERCEPÇÃO DA MARCA

Brindes são ferramentas poderosas para destacar o valor de uma empresa em eventos. Eles vão além de simplesmente engajar os participantes: **despertam interesse** no conteúdo apresentado e **criam uma conexão duradoura** com a marca.

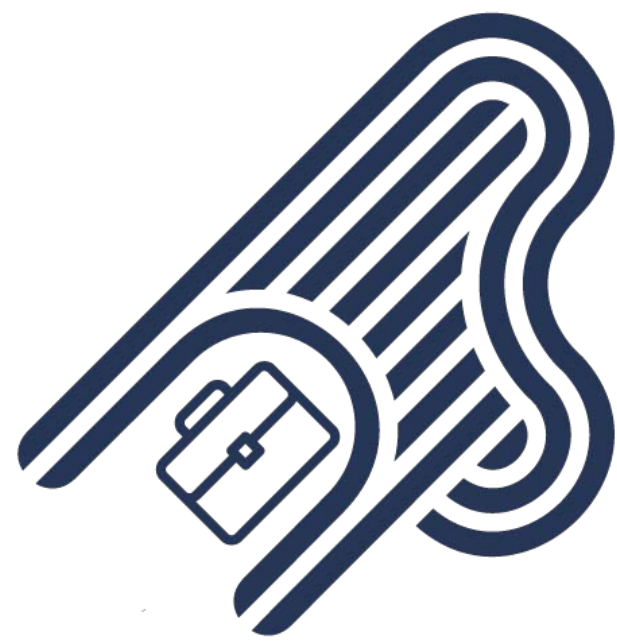
Se bem planejados, tornam-se peças estratégicas para fixar a empresa na memória dos participantes.

EXEMPLO: imagine que sua empresa busca se posicionar como **referência em soluções sustentáveis**. Nesse caso, o brinde deve comunicar essa mensagem de forma clara.

Não faria sentido oferecer um item de plástico convencional, certo?

Em vez disso, opte por brindes feitos com materiais reciclados ou sustentáveis. Essa escolha demonstra alinhamento com os valores da empresa e reforça sua credibilidade.





ESCOLHENDO O BRINDE CERTO

FATORES A CONSIDERAR

Para selecionar o brinde ideal, alguns fatores são fundamentais:

CONHEÇA O PÚBLICO

O perfil do participante **define o que será mais atraente e útil**. Um público corporativo pode valorizar organizadores personalizados como agendas, cadernos, canetas e blocos de anotações, enquanto um público mais jovem pode preferir itens inovadores e tecnológicos.

UTILIDADE

Brindes úteis **são mais valorizados e têm maior chance de serem usados** no dia a dia, mantendo a marca em evidência.

MENSAGEM E PROPÓSITO

O brinde deve **reforçar a proposta de valor** e os **objetivos da empresa** no evento.



BRINDES COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA

ENGAJAMENTO E MEMORABILIDADE



Um brinde bem pensado pode ser o diferencial para **transformar uma interação comum** em uma **experiência memorável**. Ele gera engajamento ao atrair visitantes para o estande, promove a marca de forma criativa e mantém a empresa presente na rotina do público após o evento.

DICA PRÁTICA

Ofereça experiências personalizadas!

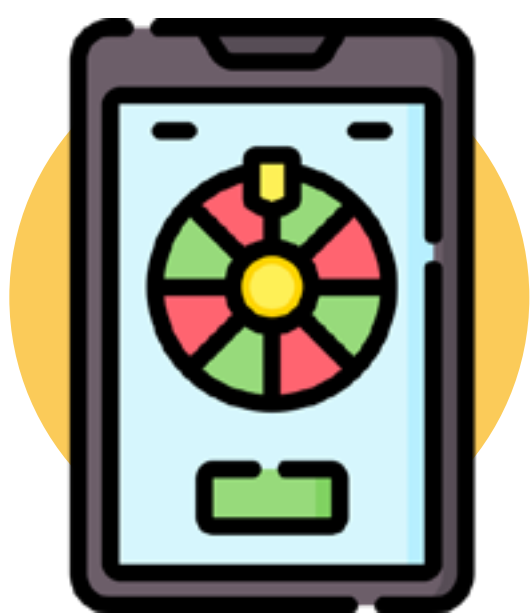
Brindes interativos ou que envolvam algum tipo de atividade criam uma **conexão mais profunda** e **aumentam o impacto**.



DISTRIBUIÇÃO EFICIENTE COMO MAXIMIZAR O IMPACTO

A entrega de brindes deve ir além de um simples ato de distribuição. Ela é uma oportunidade estratégica para fortalecer a conexão com o público e destacar a marca de forma memorável. Para isso, é essencial **planejar ações criativas** que despertem curiosidade, incentivem a interação e tornem a experiência única.

Algumas estratégias eficazes incluem:



ATIVIDADES INTERATIVAS

Utilize jogos, quizzes ou roletas digitais que engajem os participantes e proporcionem momentos de diversão enquanto conectam o público à sua mensagem.



EXCLUSIVIDADE

Ofereça brindes que sejam úteis e reflitam os interesses e valores do seu público, criando uma experiência personalizada e exclusiva.



INTEGRAÇÃO DIGITAL

Use tecnologias como QR codes para direcionar os participantes a conteúdos relevantes, como catálogos, vídeos ou landing pages, ampliando o impacto da interação.

Transformar a entrega em uma **experiência envolvente** destaca sua marca no evento, gera **engajamento genuíno** e prolonga sua presença na memória dos participantes.

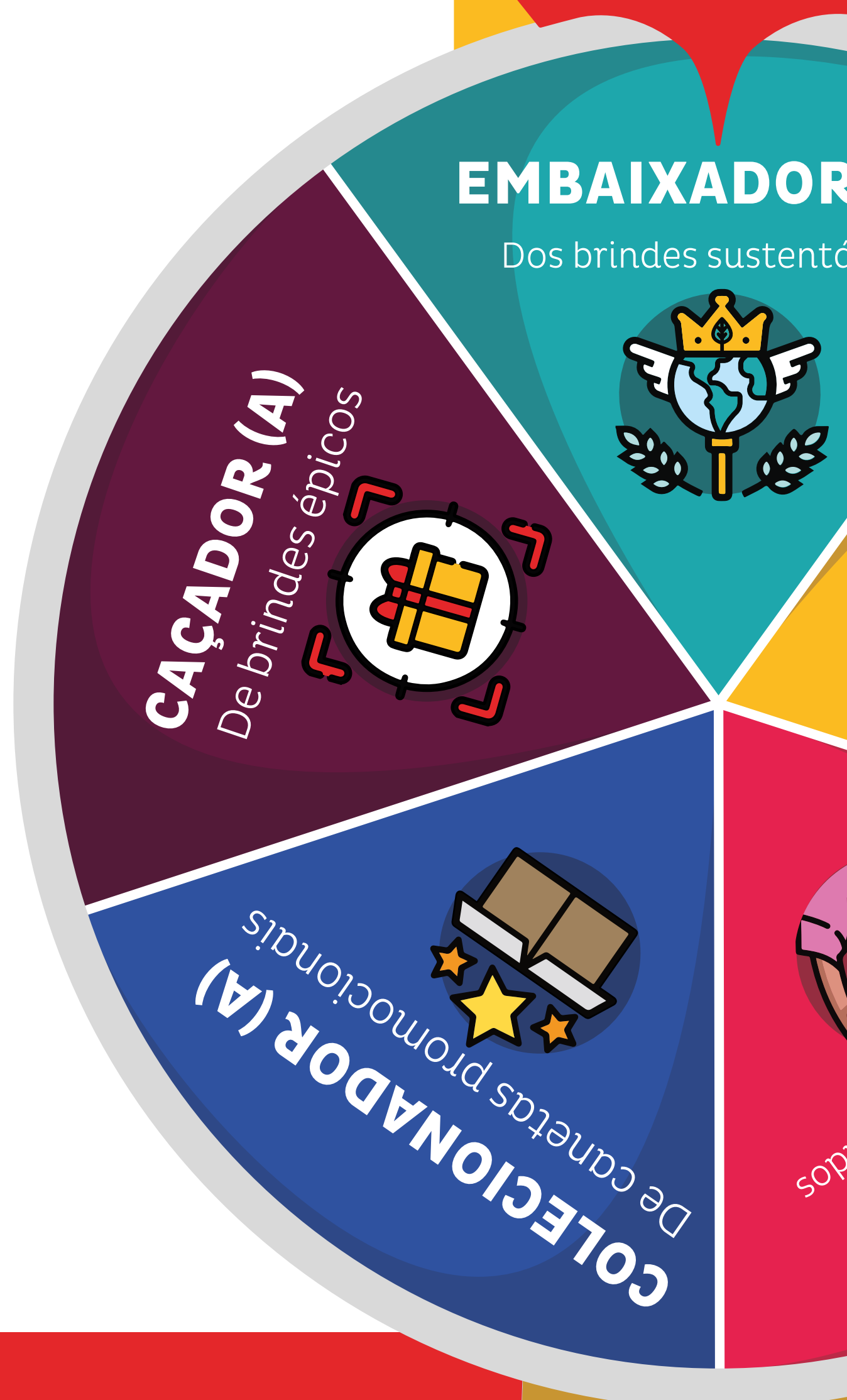


CASE DE SUCESSO

QUEM É VOCÊ QUANDO GANHA UM BRINDE?

Na Brazil Promotion **2025**, a **A2S Brindes** lançou seu mais novo catálogo de produtos com uma abordagem criativa e interativa.

O objetivo foi potencializar a interação com o público e reforçar o posicionamento da empresa como referência no segmento.





A ESTRATÉGIA

Criamos uma **roleta digital**, acessada por QR code, para atrair visitantes ao nosso estande.

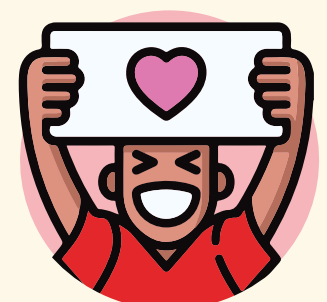
Após escanear o QR code, o visitante girava a roleta pelo smartphone e recebia um dos títulos*:



O EMBAIXADOR (A)
DOS BRINDES SUSTENTÁVEIS!



REI / RAINHA
DOS BRINDES CRIATIVOS E ÚNICOS



FANÁTICO (A)
POR BRINDES PERSONALIZADOS

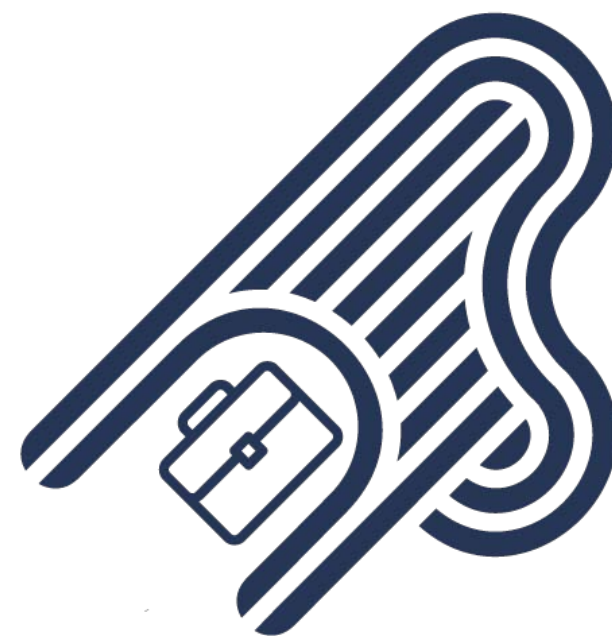


CAÇADOR (A)
DE BRINDES ÉPICOS



COLECIONADOR
DE CANETAS PROMOCIONAIS

***Esses títulos eram atribuídos conforme o estoque de cada brinde programado no sistema da roleta, ou seja, brindes com menor quantidade, menos chance de saída.



ENGAJAMENTO

Cada título sorteado vinha acompanhado de uma **moldura digital para selfies**, incentivando o público a tirar fotos e compartilhá-las nas redes sociais com a marcação da nossa empresa.

Após a interação, o visitante recebia dos nossos expositores um **bloco adesivado personalizado com o título** no qual foi sorteado e, no verso, um **QR CODE** direcionando para o **novo catálogo**.



O BRINDE DA INTERAÇÃO





OS RESULTADOS

VISITAS NO SITE
+ 1.7 MIL

LEADS
+ 1.1 MIL



A campanha gerou mais de **1.7 mil visitas ao site** e mais de **1,1 mil leads** durante os três dias de evento.

Além disso, **posicionamos a A2S Brindes** como uma marca inovadora e conectada às expectativas do público.

A PROPOSTA DE VALOR NA PRÁTICA

Este case ilustra como uma proposta de valor bem definida pode tornar um evento único e relevante para o público. Nosso diferencial esteve na personalização, na experiência interativa e no alinhamento dos brindes com nossa identidade.

POR QUE O PÚBLICO COMPARECEU?

Pela experiência diferenciada e a oportunidade de interagir com a marca.

O QUE ELE GANHOU AO PARTICIPAR?

Conhecimento sobre nossos serviços, um brinde útil e uma experiência memorável.



CAPÍTULO 3

FRAMEWORKS QUE PODERÃO TE AJUDAR

Para auxiliar você em todo o processo de criação e planejamento do seu evento, desenvolvemos um Framework prático e completo.

Este framework abrange diversas etapas essenciais que vão desde o planejamento inicial até o controle de estoque de brindes, garantindo que você tenha todas as ferramentas necessárias para o sucesso do seu evento.





O QUE É UM FRAMEWORK?

Um framework é uma **estrutura organizada** e **flexível** que serve como um guia para ajudá-lo a tomar decisões, planejar e executar suas atividades de maneira mais eficiente e coesa. **Ele funciona como um mapa**, no qual você pode preencher as informações específicas de sua realidade e adaptá-lo às necessidades do seu evento.

Como o Framework ajudará no planejamento do evento?

Este framework foi desenvolvido para simplificar a gestão de todas as etapas envolvidas no planejamento de um evento. Ele está dividido em seis seções, cada uma focada em uma área estratégica.

1. PLANEJAMENTO DE EVENTO

Ajuda a definir os **objetivos, os tipos de atividades** e a **estrutura geral do evento**.

PLANEJAMENTO DO EVENTO		
ETAPA	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Definir Objetivos	Estabeleça metas SMART para o evento	Gerar 100 leads qualificados
Identificar Público-Alvo	Determine quem são os participantes	Público-alvo: empresas B2B de tecnologia
Escolher Local	Selecione o local adequado conforme a expectativa de público	Centro de Convenções XYZ
Montar Cronograma	Crie um cronograma detalhado das atividades	Preparação, execução e pós-evento
Orçamento	Calcule todos os custos envolvidos	R\$ 50.000,00 de orçamento total
Plano de Divulgação	Desenvolva um plano de marketing e comunicação	Campanha de e-mail marketing e redes sociais
Fornecedores	Mapeie os fornecedores necessários para o evento	Contratar Buffet, segurança e equipe de limpeza



2. CRIAÇÃO DE PERSONA

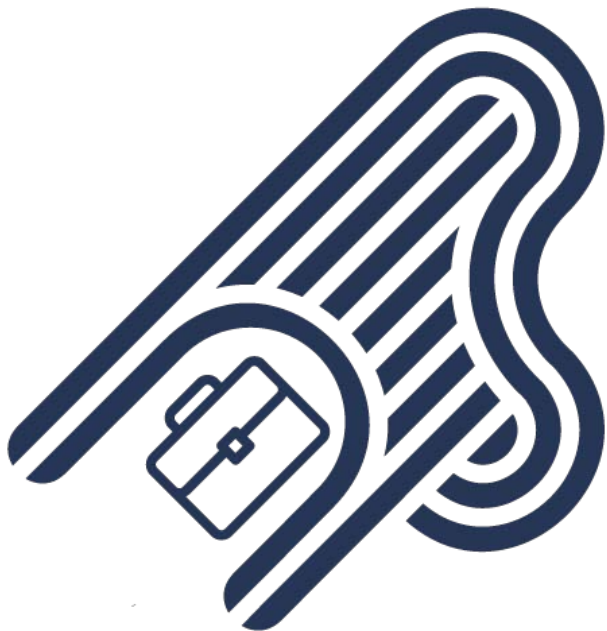
Permite criar um **perfil detalhado do público-alvo**, o que ajuda a personalizar a experiência do evento.

CRIAÇÃO DE PERSONA		
CAMPO	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Nome da Persona	Nome fictício que representa o público-alvo	Lucas Silva
Cargo	Função ou posição profissional	Gerente de Marketing
Necessidades	O que busca resolver ou melhorar	Aumentar visibilidade da marca
Desafios	Obstáculos enfrentados	Baixo engajamento em eventos
Objetivos	Metas pessoais ou profissionais	Gerar mais leads e networking qualificado
Canais Preferidos	Onde essa persona consome informações	LinkedIn, e-mail, eventos presenciais

3. PROPOSTA DE VALOR

Orienta na construção de uma proposta clara que **destaque os benefícios e diferenciais** do seu evento.

PROPOSTA DE VALOR		
ELEMENTO	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Público-Alvo	Quem se beneficiará da oferta	Empresas de médio porte
Problema a Resolver	Desafio ou dor do público	Baixa retenção de clientes
Solução Oferecida	Produto/serviço que resolve o problema	Treinamentos personalizados
Benefícios Principais	Principais vantagens para o público	Melhoria na performance e engajamento
Diferenciais Competitivos	O que torna a oferta única	Metodologia exclusiva e consultores experientes



4. CHECKLIST DO EVENTO

Facilita a **organização de todas as tarefas e atividades** necessárias para garantir que nada seja esquecido.

CHECKLIST DO EVENTO		
CATEGORIA	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Confirmar local	Pendente	10/10/2024
Contratar equipe	Concluído	15/10/2024
Enviar convites	Em andamento	20/10/2024
Preparar materiais	Pendente	25/10/2024
Teste de equipamentos	Concluído	27/10/2024
Acompanhamento pós-evento	Pendente	30/10/2024

5. CONTROLE DE ESTOQUE DE BRINDES

Ajuda a monitorar os itens disponibilizados durante o evento, garantindo uma **distribuição eficiente e alinhada à estratégia do evento**.

CONTROLE DE ESTOQUE DE BRINDES			
BRINDE	QUANTIDADE INICIAL	QUANTIDADE DISTRIBUÍDA	QUANTIDADE RESTANTE
CANETAS	500	200	300
BLOCO DE NOTAS	300	150	150
SQUEEZES	200	80	120
CAMISETAS	150	100	50
ECOBAGS	100	60	40



6. GASTO PLANEJADO

Permite que você **organize** e **controle seu orçamento**, garantindo que os custos do evento fiquem dentro do planejado e evitando surpresas financeiras.

Acompanhe cada despesa e aloque corretamente os recursos para **maximizar o retorno** sobre o investimento (ROI) do evento.

GASTO PLANEJADO		
CATEGORIA	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Locação	Custos com espaço físico	R\$ 20.000
Marketing	Investimentos em divulgação	R\$ 10.000
Equipe	Pagamento de profissionais	R\$ 8.000
Brindes	Compra de materiais promocionais	R\$ 5.000
Tecnologia	Softwares, plataformas e ferramentas	R\$ 4.000
Imprevistos	Reserva para despesas não planejadas	R\$ 3.000

IMPORTANTE

Este framework serve como um **guia inicial** e deve ser adaptado à **realidade do seu evento**. Recomendamos que todas as informações sejam centralizadas em um único documento. Dessa forma, você conseguirá manter a organização de maneira eficiente e evitará a dispersão de informações em diferentes arquivos.

Lembre-se, a chave para o sucesso do seu evento é um **planejamento bem estruturado** e **centralizado**. Ao utilizar esse framework, você estará mais preparado para tomar **decisões estratégicas** e **executar cada fase do evento com precisão**.



CAPÍTULO 4

A2S BRINDES, SEU PARCEIRO IDEAL PARA AÇÕES PROMOCIONAIS DE SUCESSO

Com mais de 20 anos de experiência no segmento promocional, a **A2S Brindes** se consolidou como uma **referência em soluções personalizadas** para empresas que desejam **destacar suas marcas** de forma **estratégica** e **memorável**.

Nossa expertise nos permite oferecer uma vasta gama de mais de **4.000 opções de itens promocionais**, adequados às mais diversas necessidades e objetivos de marketing.

Se você busca formas eficazes de **potencializar sua presença** em eventos, criar **experiências únicas** para seus clientes ou colaboradores e garantir que **sua marca se mantenha na mente do público**, temos a solução ideal para sua empresa.

Conheça nosso portfólio completo e descubra como nossos produtos personalizados podem ajudar a **fortalecer sua marca** e **gerar resultados reais**. Visite nosso site www.a2sbrindes.com.br e veja como podemos colaborar para o sucesso do seu próximo evento!



Curta nossas redes sociais



/a2sbrindes

www.a2sbrindes.com.br