

COMO MAXIMIZAR A SUA VISITA A UMA FEIRA INTERNACIONAL

(artigo Revista Estética Viva)

Primeira Questão:

Porque razão as feiras são Únicas?

Em primeiro lugar porque é o único meio de marketing que permite utilizar na sua plenitude os nossos 5 sentidos, isto é, podemos, por exemplo, numa feira de estética ou de alimentação usar o olfacto, ver os produtos, escutar apresentações, podemos tocar e manusear o produto, assim como, se o for o caso, degustar e utilizar assim o nosso paladar.

No entanto a principal razão deve-se à possibilidade única de permitir o FACE 2 FACE, isto é a capacidade de nos relacionarmos pessoalmente com os outros, colocar a oferta e a procura frente a frente, de estabelecer laços de relacionamento, discutir ideias e soluções e sobretudo incrementar o processo de “networking”. Segundo a conceituada revista “*Harvard Business Review*” num estudo datado de Setembro de 2009, concluiu que “95% dos CEO inquiridos a nível mundial afirmaram que as reuniões Face to Face são o fator chave no momento de criar relações a longo prazo e que tem um elevado impacto na comunicação pessoal”.

Este é sem dúvida o segredo porque as feiras são oportunidades únicas para realizar negócios e estabelecer relações duradouras.

O que nos motiva a visitar uma feira

Porque para além de pretendermos relacionarmos com o nosso semelhante e assim gerar oportunidades de negócio, existem outros motivos porque é importante visitar uma feira, como sejam:

- » São úteis para obter informação sobre novidades, as feiras permitem assistir ao “vivo e a cores” às demonstrações e apresentação de novos produtos e / ou serviços;
- » Permitem pré seleccionar as empresas que nos interessam e realizar compras / negócios “cara a cara” com o vendedor;
- » Permitem-nos validar as características dos produtos ou serviços antes da compra;
- » Facilitam comparações de preços;
- » Permitem elevar o nosso conhecimento porque proporciona a possibilidade de assistir a workshops, seminários, que são fontes indiscutíveis de informação sobre as tendências e a evolução do sector;
- » Geram oportunidades de negócio e estimulam novas ideias
- » Oferecem a informação para avaliar as possibilidades de uma futura participação como expositor.

Mas sobretudo permitem-nos encontrar
“Soluções para a nossa necessidade.”

No entanto e para que a nossa visita tenha sucesso é necessário planeá-la antecipadamente, assim como estabelecer um objetivo prévio.

Todos sabemos que o tempo utilizado fora do nosso escritório é precioso, para mais na atual situação económica, o nosso tempo deve ser aproveitado do melhor modo possível. Honoré Balzac dizia que **“o tempo é o único capital de quem só possui a fortuna da sua inteligência”**. Na minha opinião, uma das melhores formas de aproveitar o nosso tempo é sem dúvida na visita a uma feira, desde que saibamos organizar a nossa visita de forma a obtermos o retorno desejado.

Assim, um dos primeiros aspetos a considerar é definir um objetivo, claro e específico: Compras? Conhecer Novidades? Soluções para o seu problema? Seja qual for, defina-o de forma **SMART**.

Seja específico, mensurável, atingível, realista e num tempo definido, só assim poderá avaliar o retorno do tempo investido e os negócios gerados.

Definido o objetivo, devemos agora planear a visita a uma determinada feira, assim o nosso próximo passo será:

- Selecionar a melhor feira que se adequa aos seus objetivos e não se esqueça nem sempre quantidade corresponde a qualidade. Verifique os calendários, pesquise na internet, existem diversos portais que fornecem informações sobre feiras a nível mundial. Verifique o perfil do expositor e do visitante, os sectores de exposição, dados estatísticos, etc. Após uma primeira pesquisa contacte o organizador, a maior parte dos promotores tem sites disponíveis que lhe podem fornecer toda a informação que necessita, por outro lado existem organizadores que desenvolvem Programas de *Hosted Buyers* que lhe poderão proporcionar uma elevada rentabilidade desde que se enquadre no perfil da candidatura do visitante pretendido. Cruze a informação disponível com alguém que já tenha estado presente, peça-lhes opinião. Por vezes não são as feiras de maior dimensão as mais interessantes, ou mais importantes. Existe hoje em dia o conceito de Microfeira, evento muito especializado e profissionalizado nos subsectores onde poderá encontrar a “solução para o seu problema” e assim corresponder ao seu objetivo.
- Registe-se antecipadamente
Selecionada a feira em questão, proceda ao seu pré-registo como visitante profissional antecipadamente, a maioria dos certames disponibilizam esta funcionalidade, irá permitir-lhe poupar tempo e dinheiro, pois evitará filas e aborrecimentos à entrada da

feira e provavelmente se o evento tiver custos de entrada, o mesmo pode ser reduzido ou eventualmente não ter qualquer custo como forma de incentivo.

Por outro lado, estando pré-registado irá permitir-lhe ter acesso antecipado a outras informações sobre o evento, ofertas, programas educacionais, agendamento de reuniões com empresas, condições especiais de alojamento, atividades paralelas, eventos sociais de *networking*, etc.

Permitirá assim manter-se atualizado permanentemente e em ligação direta com o evento que pretenda participar, facilitando a organização do seu tempo.

- Pré-selecione e defina **“quem quero ver”** e **“quem devo ver”**

A partir do momento que esteja pré-registado, ou caso esta funcionalidade não esteja ativa, peça informação ao organizador sobre os expositores presentes ou aceda à informação online para selecionar os expositores que pretende visitar.

Em função do perfil de cada empresa presente e de acordo com o seu objetivo e interesse particular, selecione aqueles que **“obrigatoriamente”** **“quer ver”** para gerar negócios e os que **“deve ver”** para obter ideias, soluções, experiências, etc.

Procure mais informação e pesquise sobre as empresas **“que quer ver”**. Veja se proporcionam experiências, demonstrações de produtos, novidades, muitas empresas oferecem sessões educativas, formação que pode ser importante para a sua atividade ou até eventos sociais que lhe permitirão estimular o *networking*, avalie e estude antecipadamente cada empresa que pretende visitar.

- Solicite Reuniões, tome a iniciativa

Após a pré-seleção das empresas que lhe interessa solicite reuniões com os responsáveis, pois permitir-lhe-á falar com quem pretende e qualificada para **“solucionar o seu problema”** e, por outro lado, a empresa também poderá preparar-se conveniente e antecipadamente para oferecer-lhe as melhores soluções. Por outro lado é usual as empresas participantes enviarem informação antecipada antes do evento caso esteja pré-registado, assim como convites para diversas ações durante a feira, aproveite estes dados para avaliar o seu interesse e assim pré-agendar reuniões e estabelecer contactos.

- Organize a sua visita e desenvolva um roteiro

Defina o tempo que pretende em cada reunião, assim permitir-lhe-á gerir a sua visita e criar uma agenda antecipadamente.

Consulte a planta da feira e identifique a localização dos expositores que pretendam visitar por ordem da sua agenda e desenvolva um roteiro.

Não se olvide de considerar o tempo necessário para as atividades paralelas, formação, eventos sociais porque não querará seguramente perder a oportunidade de desenvolver o seu *networking*.

- Reserve a sua viagem e alojamento com antecedência

Se for visitar uma feira no estrangeiro e necessita de viajar de avião reserve com antecedência, quanto mais cedo reservar mais económico será, assim como garantirá o melhor preço, também garantirá a disponibilidade. As feiras internacionais movimentam milhares de pessoas nas cidades onde se realizam, assim, e caso não reserve alojamento e viagem antecipadamente poderá deparar-se com custos mais elevados assim como não conseguirá encontrar o alojamento adequado. Por outro lado os organizadores facilitar-lhe-ão informações sobre a viagem e Hotéis recomendados, compare com os valores obtidos e reserve o que mais se adequar às suas necessidades e orçamento.

Por vezes o organizador disponibiliza transporte do aeroporto e dos hotéis oficiais de proximidade. Considere esta situação quando reservar o hotel pois por vezes um hotel mais económico mas longe da feira pode ficar mais oneroso se tiver que acrescentar os custos de táxi ou outro transporte, assim como não lhe permitirá descansar se tiver necessidade de recarregar baterias.

Procure também obter todas as informações turísticas sobre a cidade onde se realiza o evento, pois permitir-lhe-á conhecer a envolvente da feira assim como lhe proporcionar alguns momentos de lazer, muito importante após um dia activo de trabalho numa feira, pois a vida não é só trabalho.

- Dia D – On Site

- Prepare-se

Chegado o dia da feira tome um pequeno-almoço energético e nutritivo pois irá caminhar durante horas no evento.

Vista roupa e sapatos confortáveis, reveja o seu plano e agenda, prepare a sua pasta de trabalho, não se esqueça dos cartões-de-visita, material sobre a sua empresa, bloco de notas, telemóvel, portátil, pen, calculadora, gravador, máquina fotográfica, etc. No entanto, lembre-se que irá caminhar quilómetros durante horas, interagir com pessoas e recolher informações, por isso tenha atenção ao que transporta pois seguramente irá trazer o dobro do que leva, utilize um *trolley bag* pois facilitar-lhe-á os movimentos e irá aliviá-lo do peso nas mãos.

Por outro lado, tente chegar 15/30 minutos mais cedo para evitar filas e confusões de entrada para obter a sua credencial, catalogo, plantas, diretório e outras informações.

Entrado na feira disponibilize algum tempo para se familiarizar com o evento, locais de seminários, descanso, restauração, wc, etc.

Antes de iniciar as reuniões pré-agendadas faça uma visita incógnito, ambiente-se, detecte novidades, atitudes, localize e identifique as empresas que “quer ver” e “deve ver”, deste modo poderá apreciar os produtos ou serviços sem pressão, identificar oportunidades, rever prioridades e “absorver” informação que lhe pode ser útil mais tarde.

Após estar familiarizado com o evento, descanse um pouco, beba água ou um café, apanhe ar fresco, tome notas no seu bloco ou portátil ou faça um registo áudio sobre o que mais importante observar na visita incógnito e retome a visita.

Inicie as reuniões pré-agendadas, apresente-se cordialmente e não se esqueça dos seus cartões-de-visita, esteja preparado para fazer perguntas difíceis aos expositores, será a forma de verificar se os produtos apresentados se adequam às suas necessidades. Identifique os responsáveis da empresa, verifique quais são as características e os pontos fortes da empresa e o s mercados que ela atende, verifique questões logísticas, informe-se sobre os níveis de preços praticados. Disponibilize os seus dados, solicite o envio de informações complementares para o seu escritório, agende reuniões pós-feira e evite conversas sem interesse, lembre-se que o seu tempo é precioso e o seu objetivo é encontrar a melhor solução para as suas necessidades.

Procure fazer intervalos periódicos, beber água para evitar desidratar e aproveite para rever a sua agenda e tirar notas necessárias.

Procure também oportunidades de *networking*, muitas empresas e o próprio organizador realizam receções, apresentações dentro e fora da feira, participe, estabeleça contactos com todos os *stakeholders* e *leaders*, obtenha cartões-de-visita e incremente a sua rede de contactos.

Aproveite o final do dia para visitar as empresas que “deve ver”, normalmente é mais tranquilo e existe mais disponibilidade para relacionamento sem necessidade de agendamento prévio.

Saia da feira 15/30 minutos antes do evento encerrar, evitará assim filas para os transportes.

Regresse ao hotel e descanse, não se esqueça foi um longo dia de trabalho e merece repousar.

Aproveite para rever as suas notas e faça um breve relatório da visita e dos seus resultados, anote duvidas, aspetos que lhe merecem relevância, organize a sua base de dados com os contactos que efetuou, relacione estes com as informações que obteve para evitar confusões no futuro, prepare e reveja a agenda do dia seguinte.

Relaxe e caso tenha um jantar ou um evento pós-feira não falte pois permitir-lhe-á num ambiente extra feira relacionar-se e reforçar contactos e também divertir-se um pouco, no entanto seja comedido, pois provavelmente espera-lhe no dia seguinte um dia de viagem ou de trabalho na feira.

Tito Maiorescu dizia **“Tenha cuidado com o dia seguinte ao êxito”**. Nesse sentido lembre-se que após o seu regresso do certame tudo pode cair por terra se não fizer um correto *follow-up* dos contactos e oportunidades geradas.

Após a feira reveja se os seus objetivos foram atingidos, avalie o custo / benefício da sua visita e se a mesma terá um efeito positivo no seu negócio, compare qual o custo e tempo que seria necessário para obter a mesma informação e negócio caso não tivesse visitado a feira.

Planeie agora o que vai fazer com a informação obtida, realize um relatório detalhado da sua visita, organize o material recebido, classifique os contactos por ordem de importância, garanta que irá receber a informação solicitada, agende e confirme as reuniões pós-feira, agradeça as reuniões e envie apresentações da sua empresa, e mantenha-se em contacto periodicamente com todos os contactos gerados durante a feira. Desenvolva e ponha em prática um plano de ação e recorde que só há três coisas na vida que não voltam atrás, a flecha lançada, a palavra pronunciada e a oportunidade perdida.

Concluindo

As feiras de negócios são sem dúvida a melhor ferramenta de marketing que as empresas tem ao seu dispor, no entanto, se não planejarmos criteriosamente a nossa participação não conseguimos obter o retorno desejado e corremos o risco de transformarmos um investimento produtivo em custo desnecessário.

Planeie objetivos e meça resultados e verá que as feiras que visita ou participa serão fundamentais para incrementar os seus negócios e estabelecer relações de longo prazo entre todos.

Boas Feiras e Bons Negócios

António Manuel Brito, CEM, CMP

Consultor Internacional em Gestão e Marketing de Feiras e Eventos