

PROGRAMA ESTRATÉGICO DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS

- PEOF –

COMO ORGANIZAR UMA FEIRA DE A A Z

Apresentação

A principal responsabilidade de um organizador de feiras é contribuir com os eventos que organiza para o desenvolvimento do mercado. Não basta ter uma ideia é necessário validá-la sobre o seu interesse para o mercado e qual o valor acrescido que o mesmo contribuirá para o seu crescimento.

Organizar uma feira com sucesso é uma responsabilidade só ao alcance de profissionais competentes. Requer planeamento, organização, direção e controlo, a responsabilidade de alavancar um setor é enorme assim como de poder contribuir para o crescimento da economia.

De forma a poder capacitar profissionais, associações e potenciais interessados em desenvolver esta actividade criámos um programa de formação, o PEOF – Programa Estratégico de Organização de Feiras, complementado com assessoria técnica de forma a poder responder às necessidades contínuas do promotor na organização do seu evento.

O PEOF é um Programa Estratégico de Organização de Feiras, desenvolvido de forma a poder capacitar profissionais que pretendem organizar uma feira com sucesso, conhecendo as ferramentas para tal, realizado num ambiente *on-site* e de forma proativa, respondendo assim às necessidades do promotor e do mercado em que está envolvido.

Com o PEOF conhecerá em cerca de 12 Etapas os passos de A a Z para organizar uma feira com sucesso.

Objectivo:

Capacitar os profissionais das entidades promotoras com os conhecimentos e a estratégia necessária para organizar e implementar uma feira do setor pretendido com sucesso.

O que vai obter:

As ferramentas, a experiência e o conhecimento dos passos a seguir para planificar, organizar, dirigir e controlar uma feira de negócios.

Forma:

Assessoria e treinamento de equipas de forma presencial e seguimento de apoio on-line ou telefónico permanente.

Recursos:

Equipa de Consultores Seniores em Gestão e Marketing de Feiras e Eventos

Duração: 40 horas, 3-4horas/Dia

Dirigido a:

Associações Sectoriais, Instituições Públicas e Privadas, assim como profissionais de gestão, marketing, comunicação, vendas, administração, envolvidos em organização de feiras do negócio pretendido.

CONTEÚDO E PLANO DE AÇÃO

1º Etapa

- Produto (Feira), sector, conceitos gerais.

2ª Etapa

- Foco, Marca, Posicionamento, *target*, avaliação de mercado, âmbito, análise concorrência, definição de datas, horários, local.

3ª Etapa

- Seleção local, modelos de negociação, relações institucionais, apoios, patrocínios.

4ª Etapa

- Planeamento estratégico de actividades (WBS), Orçamentos, objetivos, seleção de fornecedores.

5ª Etapa

- Preço, Valor percebido, práticas de mercado, documentação, regulamentos.

6ª Etapa

- Pré-Venda:

Base de dados, prospeção de mercado, marketing integrado, imagem.

7ª Etapa

Marketing 1 – Ações de comunicação e Marketing, planeamento de meios com o objetivo de captar expositores.

8ª Etapa

- Operacionalização comercial, constituição de equipas, procedimentos de vendas, objetivos, métodos de avaliação, estratégia comercialização, atendimento ao cliente.

9ª Etapa

Pós-Venda, relacionamento com cliente pós-venda, gestão de expositores a nível organizacional, manuais técnicos e documentação complementar, satisfação do cliente.

10ª Etapa

Marketing 2 - Como captar visitantes, plano de meios, canais de divulgação, gestão de comunicação, base de dados, sistema de registo, comunicação Web.

11ª Etapa

Pré-feira 1 – definição de *layouts*, gestão de fornecedores, processo de localização de expositores, distribuição de responsabilidades pela equipa.

12ª Etapa

Pré-feira – Operações

Processos logísticos, gestão de fornecedores, direção de feira, responsabilidades, constituição e gestão de equipas, CAEX, procedimentos de segurança, gestão de crises, comunicação interna e externa, gestão de expositores e visitantes, controlo de acessos, gestão *on-site* durante a feira, método de análise de resultados e *follow up* pós-feira.