

24 → 25.SET.2025

EXPNOR PORTO INTERNATIONAL FAIR PORTUGAL



# ENERH2O

3<sup>RD</sup> ENERGY AND WATER INNOVATION & TECHNOLOGY TRADE SHOW

[enerh2o.com](http://enerh2o.com)

PARTICIPAÇÃO EFICAZ EM FEIRAS



## PARTICIPAÇÃO EFICAZ EM FEIRAS

As feiras profissionais são um dos mais poderosos instrumentos de marketing e comunicação.

De forma a melhor servir os nossos clientes e parceiros desenvolvemos um conjunto de serviços que disponibilizamos através do manual de marketing

Consideramos sempre os três momentos que são a **pré feira, a feira e o pós feira** essenciais e determinantes para que se maximize a presença na feira em termos de geração de leads, aumento de notoriedade e retorno do investimento

A participação em feiras pressupõe sempre um conjunto de questões-chave prévias:

*O que é essencial apresentar? Quais são as novidades?*

*Como vou apresentar a minha empresa?*

*Como e quando vou comunicar?*

*Em que tipo de comunicação devo investir?*

*Que tipo de stand / decoração vou adotar?*

*Quem vai representar a empresa? (...)*



# ÍNDICE

## Breve Guia

0 Pré-Feira .....	4
Durante a Feira .....	5
Pós-Feira .....	6
<b>Contactos</b> .....	<b>8</b>



# Pré-Feira

## 1. Planeamento Estratégico

- Definir objetivos claros:
  - Gerar leads, fortalecer a marca, lançar um produto, ou expandir networking?
  - Estabeleça metas mensuráveis, como número de contactos ou vendas.
- Selecionar a feira certa
- Reservar espaço atempadamente

## 2. Organização da Equipa

- Definir responsabilidades
- Uniformização:
  - Forneça roupas ou acessórios personalizados para identificar a equipa.

## 3. Logística e Planeamento do Stand

- Design do stand
- Materiais promocionais
- Transporte
- Checklist de equipamentos

## 4. Marketing Pré-Feira

- Convites:
  - Envie convites para clientes, parceiros e leads por e-mail ou redes sociais.
  - Use os canais da feira para promover a sua participação.
- Campanhas online:
  - Crie posts, anúncios e hashtags para atrair atenção.
  - Divulgue as atividades que ocorrerão no stand, como demonstrações ou sorteios.
- Landing pages ou QR codes:
  - Prepare páginas específicas para captar o interesse antes da feira.
- Parcerias:
  - Verifique a possibilidade de ações conjuntas com outras marcas ou organizadores.

## 5. Preparação de Produtos e Apresentações

- Produtos:
  - Certifique-se de que os produtos em exposição estejam em perfeitas condições.
- Demonstrações e vídeos:
  - Prepare demonstrações ao vivo ou vídeos que expliquem seu diferencial.
- Discursos curtos (pitches):
  - Tenha falas preparadas para apresentar rapidamente os benefícios dos seus produtos/serviços.

## 6. Gestão de Leads

- Sistemas de captação:
  - Utilize aplicações, leitores de QR codes ou formulários digitais para registar contactos.
- Critérios de qualificação:
  - Defina como priorizar potenciais leads durante e após a feira.

## 7. Sustentabilidade e Responsabilidade Social

- Materiais sustentáveis
- Reduza o desperdício

## 8. Revisão Final

- Checklist do stand
- Simulação
- Confirmação com fornecedores

# Durante a Feira

Durante a feira, o foco deve ser maximizar a interação com os visitantes, promover a sua marca, captar leads e atingir os objetivos estabelecidos.

Aqui estão algumas ações importantes a serem realizadas durante a feira:

## 1. Envolvimento com o Público

- Abordagem ativa
- Apresente soluções, não só produtos
- Demonstrações ao vivo
- Dinamize conferências

## 2. Captação de Leads

- Ferramentas digitais
- Distribuição de brindes
- Qualificação imediata

## 3. Envolvimento Digital

- Publique nas redes sociais
- Transmissão ao vivo:
  - Faça lives de demonstrações ou entrevistas para envolver o seu público online.
- Encaminhe visitantes para landing pages:
  - Use QR codes ou links para oferecer mais informações ou promoções exclusivas.

## 4. Networking

- Visite outros stands
- Interaja com organizadores:
  - Participe em eventos paralelos, como palestras e workshops, para aumentar a visibilidade da sua marca.
- Converse com a concorrência

## 5. Monitore e Ajuste

- Reavalie estratégias ao longo do evento
- Acompanhe o fluxo do stand

## 6. Atraia com Experiências

- Atividades interativas
- Espaço acolhedor

## 7. Cuidados com a Equipe

- Rotação de funções
- Atendimento consistente

## 8. Mensuração em Tempo Real

- Monitorização de KPIs
- Feedback imediato

## 9. Sustentabilidade

- Recolha resíduos
- Distribuição digital

## 10. Encerramento Diário

- Revisão dos resultados
- Organização para o próximo dia

# Pós-Feira

O pós-feira é uma etapa essencial para consolidar os resultados obtidos durante o evento. É nesse momento que transforma leads em clientes, avalia o desempenho da sua participação e planeia melhorias para o futuro.

Aqui está um breve guia para as ações de pós-feira:

## 1. Organização e Análise dos Leads

- Centralizar informações
- Classificação dos leads
- Ferramentas de CRM

## 2. Follow-Up

- Contacto personalizado:
  - Envie um e-mail ou mensagem personalizada para cada lead dentro de 48 horas após o evento.
- Inclua:
  - Agradecimento pela visita.
  - Material informativo (brochuras digitais, links para seu site, etc.).
  - Proposta ou agendamento de reunião, se aplicável.
- Ligações ou reuniões:
  - Priorize os potenciais leads para uma abordagem mais direta, como uma ligação ou reunião presencial/online.
- Ofertas exclusivas:
  - Envie promoções ou condições especiais para os contactos obtidos na feira.

## 3. Avaliação Interna

- Reunião de feedback
- KPIs da feira
- Custos x Benefícios

## 4. Análise da Competição e Tendências

- Observação de mercado
- Feedback dos visitantes

## 5. Comunicação Pós-Feira

- Redes sociais:
  - Publique um agradecimento aos visitantes e partilhe momentos marcantes da feira.
  - Mostre resultados positivos (ex.: número de visitantes no stand, lançamento de produto).
- Boletim informativo:
  - Envie um e-mail marketing para toda a base de contactos, incluindo novidades e destaques do evento.

## 6. Planeamento para Futuras Feiras

- Registrar experiência
- Renovação de participação:
- Caso a feira tenha sido um sucesso, considere reservar espaço para a próxima edição com antecedência.

## 7. Manutenção do Relacionamento

- Nurture Marketing:
  - Envie conteúdos relevantes para os leads “distantes” para mantê-los envolvidos.
- Convites para visitas ou demonstrações
- Monitorização contínuo.

# Pós-Feira

## 8. Sustentabilidade no Pós-Feira

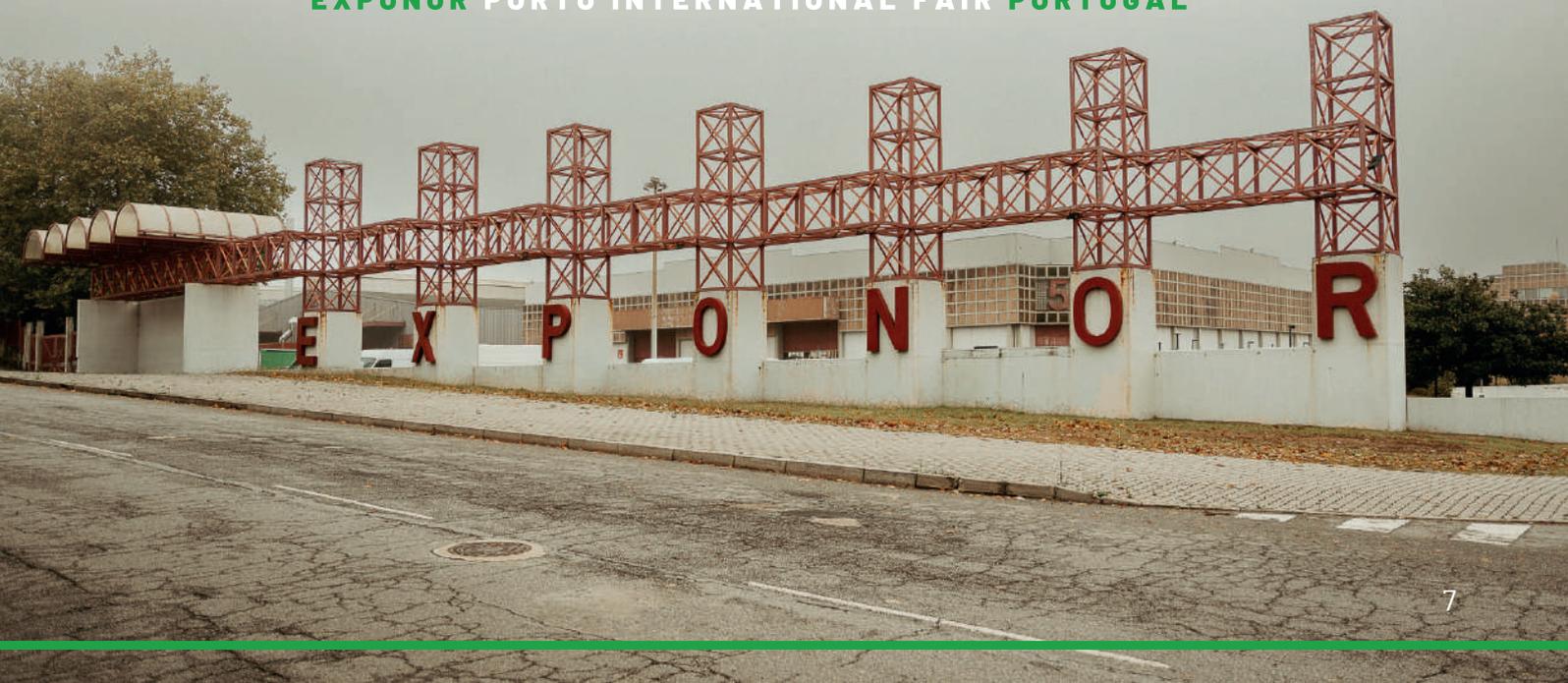
- Reaproveitamento de materiais
- Feedback sobre sustentabilidade

## 9. Mensuração Final

- Relatório de resultados
- Partilhar com a equipa

24 → 25.SET.2025

EXPONOR PORTO INTERNATIONAL FAIR PORTUGAL



# CONTACTOS

Para mais informação  
[expositor@enerh2o.com](mailto:expositor@enerh2o.com)



PORTUGAL

Filipe Gomes  
[filipe.gomes@enerh2o.com](mailto:filipe.gomes@enerh2o.com)  
+351 966 304 710



ESPAÑA

Ferran Simón  
[ferran.simon@enerh2o.com](mailto:ferran.simon@enerh2o.com)  
+34 932 386 868

