



# Guia Definitivo DE COMO CRIAR UM EVENTO DE SUCESSO

BoraLá

# INTRODUÇÃO

**“Preciso montar um evento. E agora?”**

A produção de eventos não costuma ser tarefa fácil, mas pode ficar se você seguir os passos que criamos para você.

Existem milhares de coisas a serem feitas e parece que o tempo está sempre correndo contra nós mas calma: é só respirar e se organizar! A palavra-chave é **PLANEJAMENTO**, e este será o seu primeiro passo, listando tudo que você precisa fazer. Siga o Check-List abaixo e descubra como :)



# O COMEÇO

*Planeje tudo com razoável antecedência.*

O primeiro passo para criar um evento de sucesso é pensar em cada parte da sua produção, começando com o que você precisa fazer antes de tudo! Afinal, ninguém quer passar o stress de precisar contratar um lugar para realizar uma recepção no dia anterior à mesma, certo?! Se antecipe e garanta que tudo sairá conforme o planejado.





Antes de mais nada, você deve escolher qual é o público que deseja atrair. Com isso em mente, decida o tema do evento e quais assuntos serão abordados, elencando os motivos que os tornam relevantes para o seu público-alvo.

Defina também a forma de apresentação (palestra, workshop, gincana, feira, talk-show, etc). Agora que você conhece seu público e sabe como será a cara do seu evento, podemos ir para a parte prática da produção!



Nesta etapa, você deve listar todas as tarefas a serem executadas. Pense e anote cada detalhe que deve ser incorporado ao processo de execução, para que no dia não dê nada errado!

Vamos falar agora de alguns dos itens que não podem faltar!

# Local do evento

Onde será realizado o seu evento? O ambiente é adequado para a sua audiência? Lembre-se, **em um evento, tudo que faz parte da experiência do público pode contribuir para favorecer ou prejudicar a sua imagem institucional, e a adequação do local escolhido também faz parte disso.** Não se esqueça de considerar as dificuldades de acesso do seu público ao local, a capacidade de lotação do espaço reservado e as condições da estrutura disponível existente.





## Data e horário

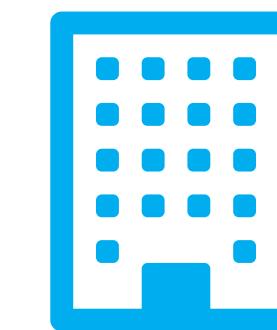
Quando será realizado o evento? Em qual horário? Estas escolhas são adequadas ao público? Este é o melhor dia e momento da semana para o seu público? Há algum outro evento importante marcado para o mesmo dia que poderia interferir na sua audiência?



# Decoração

**Essa é a sua imagem, que impressão que você quer deixar?** Pense na experiência de quem passará algumas horas ali, em cada ambiente do espaço que você irá usar. Desde a entrada, passando pelo palco, banheiros, espaço para café e lounge, todo item é importante e não deve ser esquecido.





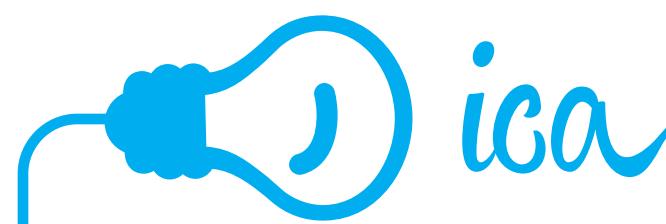
## Infraestrutura

Não basta encontrar o lugar! Garanta que itens como iluminação, banheiros, sistema de som, segurança e recepção estejam funcionando adequadamente para o seu dia. Cheque e verifique se algo precisa de reparos ou ajustes: isso pode impactar diretamente no seu orçamento ou tempo disponível, já que um serviço terceirizado pode vir a ser necessário.



Agora, você deve unir todas essas tarefas em um cronograma geral, que irá te fornecer uma visão panorâmica do evento. Sugerimos que você disponha todos os dados e tópicos anteriores em uma planilha, de modo que consiga visualizar todo a 'janela' do evento, que compreende o antes, o durante e o depois

(pós-evento), bem como os prazos de execução de cada tarefa (como pagamentos e entregas).



*ica*

**Se você não tem facilidade em criar planilhas, não se preocupe: hoje é fácil encontrar diversos modelos prontos e gratuitos, para organização de eventos, na internet.**

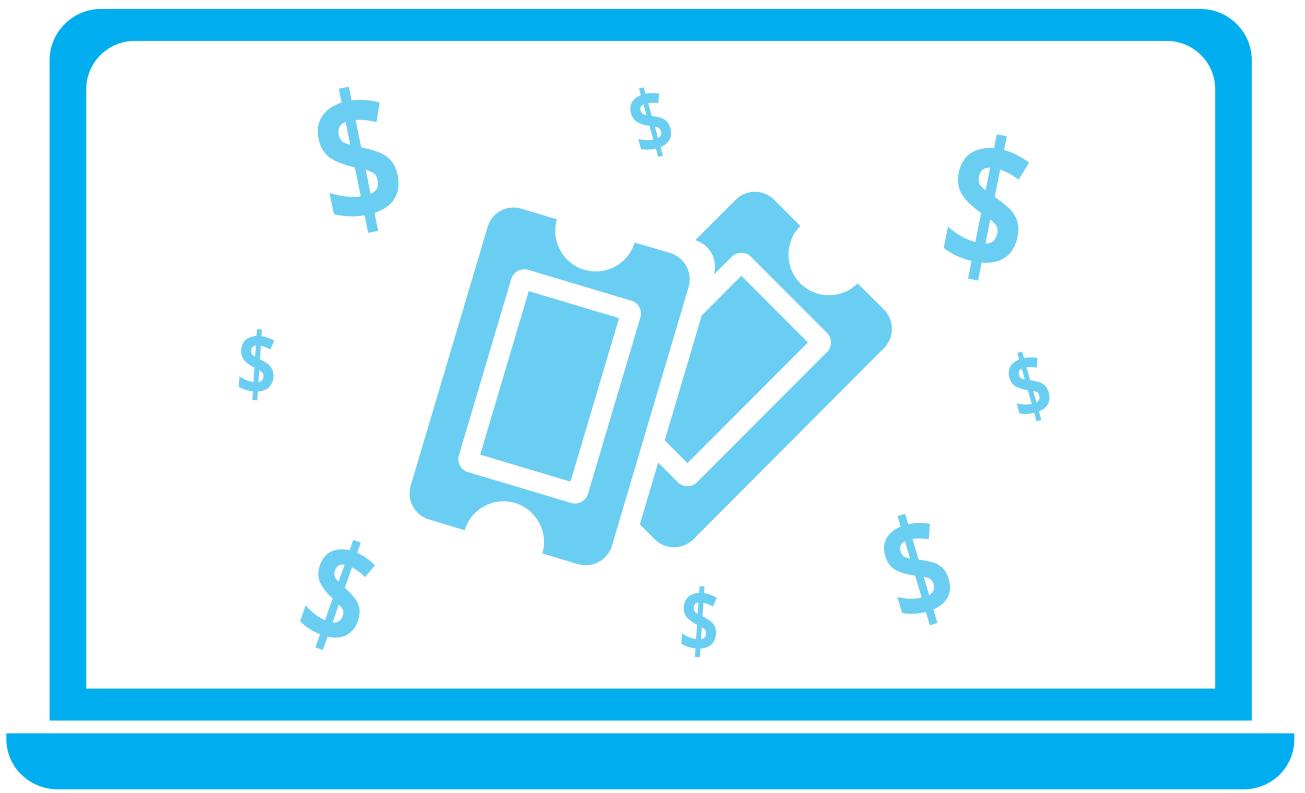


Feito o planejamento do evento, você deverá garantir que cada item seja executado da melhor forma possível (dentro do tempo estrito e do orçamento aproximado estimados). Nesse momento, muita coisa pode dar errado (até porque, nem tudo depende de você), mas aqui a dica é não deixar para verificar se o trabalho de colaboradores externos ou distantes foi executado apenas no dia em que deveria ser entregue; entre em contato alguns dias antes, confirme se tudo está dentro do previsto e reforce a importância de se executar como planejado.

*Seja persistente, é necessário.*

# PARA MELHORAR SEU DESEMPENHO

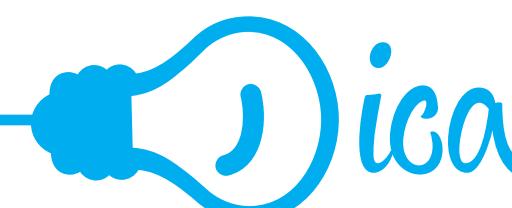
Algumas dicas para você economizar tempo e maximizar suas ações são:



## 1. Venda de ingressos Online

Essa é uma etapa muito importante no processo de decisão do seu evento: você precisa saber qual preço cobrar pelo ingresso e como controlar sua venda. Atualmente, essa tarefa

ficou mais fácil com os sites de venda online, com que se pode alcançar uma faixa de público muito maior e ao mesmo tempo ter melhor controle das vendas. As plataformas de vendas online também costumam ter vantagem sobre os guichês físicos na flexibilização das formas de pagamento.

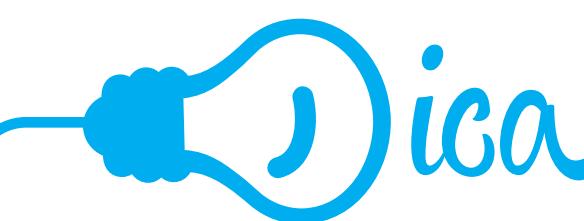


**Lembre-se que toda a organização do evento deve ser feita pensando no seu público, portanto, se a sua audiência tem preferência por venda física você deve dar preferência a essa opção.**



## 2. Divulgação online

A internet trouxe uma oportunidade enorme para quem quer realizar divulgação de seus eventos e não quer gastar muito com isso, além de que ela trás um alcance muito maior para seu evento. São diversas formas de divulgar seu evento, seja comprando anúncios no Google, Facebook, LinkedIn ou então por meio de um site com todas as informações e conteúdo relevante do seu evento.



**Mescle seu orçamento entre divulgação on e off-line para aumentar o seu alcance de público.**

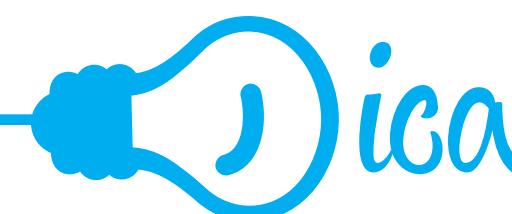


### 3. Contratar uma plataforma de gestão de eventos

Se o seu evento é grande, usar um aplicativo ou plataforma de gestão pode fazer toda a diferença. Isso porque as ferramentas de gestão permitem que você ocupe seu tempo com decisões estratégicas, ao invés de ter que

ficar atento a problemas operacionais ou de manutenção, na execução do evento (como controle de venda dos ingressos, inscrições e controle de pagamentos).

Além disso, essas ferramentas fornecem dados de acompanhamento em tempo real que facilitam a identificação do sucesso ou não das vendas.



*Dica*

**Lembre-se: usando uma ferramenta de gestão online você dá mais liberdade de pagamento ao seu público, além de passar maior credibilidade e segurança.**



## 4. Patrocínios

Os gastos envolvidos na realização de um evento são enormes e nem sempre você precisa arcar com isso sozinho. Além de ajudar nesses custos, patrocinadores podem passar maior credibilidade ao seu evento e atrair mais público.

Você deve pensar no valor estratégico que um patrocinador trará à sua produção. Antes de

convidar qualquer marca para figurar entre os patrocinadores, faça uma lista de empresas que possuem públicos semelhantes ao seu, e envie-lhes algumas opções de propostas, que devem conter sempre: uma breve apresentação do seu projeto, projeções de faturamento e lucro, e expectativas de legados (para trabalho posterior).



**Lembre-se: Patrocínio não é caridade, é uma troca de benefícios, portanto, ofereça algo que a empresa gostaria de ganhar em troca de algo que você precisa.**

# CHEGOU O DIA! E AGORA?

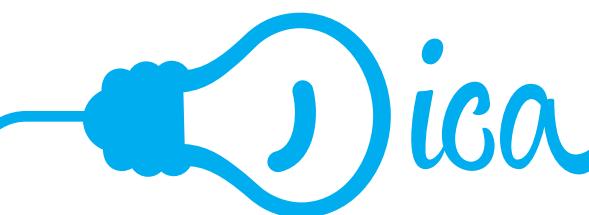
Você executou todas as tarefas e chegou o dia do seu evento! É normal ficar nervoso. Afinal, **tudo parece se resumir ao momento do evento, e o que acontecer durante ele é o que fará o seu sucesso.** Neste momento, chegue com antecedência ao local, revise todos os detalhes e repasse o que cada um precisa fazer, converse com as pessoas que irão trabalhar com você, motive-os e tente fazer com que eles se sintam tão responsáveis pelo sucesso do seu evento quanto você.





Recepçõe seus convidados pessoalmente, ou tenha alguém que se incumba especialmente disso: **lembre-se que a primeira impressão é sempre importante!** Portanto, garanta que os seus convidados tenham a melhor lembrança do seu evento (desde o momento de credenciamento). Estude formas de evitar gargalos no fluxo de circulação das pessoas,

criando um ambiente agradável e organizado para a entrada e saída do público.



**Use código de barras para o credenciamento dos participantes do evento, é um meio rápido e prático de gerar um bom database para uso posterior e ainda evitar filas e desconforto, ao mesmo tempo.**



Atente à qualidade da equipe e de seus fornecedores, para garantir a execução perfeita do evento; teste uma última vez, horas antes, se equipamentos como microfones e iluminação estão funcionando como deveriam. Se estiver preparando uma sequência de palestras, fique atento aos horários da sua programação! É importante começar e terminar dentro do prazo

estipulado, para não prejudicar outros palestrantes e o público.



**Mesmo que você acredite ter tudo sob controle, algo ainda pode dar errado, portanto é fundamental ter jogo de cintura e saber improvisar!**



Por fim, é muito importante receber um feedback do participante do evento para validar se seus objetivos foram atingidos, entender qual foi a percepção do público, avaliar a qualidade geral e também receber sugestões de melhoria. Para tanto, um questionário pode ser aplicado ao público no final do evento, porém, se atente ao

conteúdo do mesmo para que não fique cansativo e muito longo; seja objetivo nas perguntas.



**Você pode realizar uma ação promocional para aqueles que participarem da pesquisa de satisfação, como o sorteio de um prêmio entre eles.**



## **PORQUE NÃO ACABA QUANDO TERMINA**

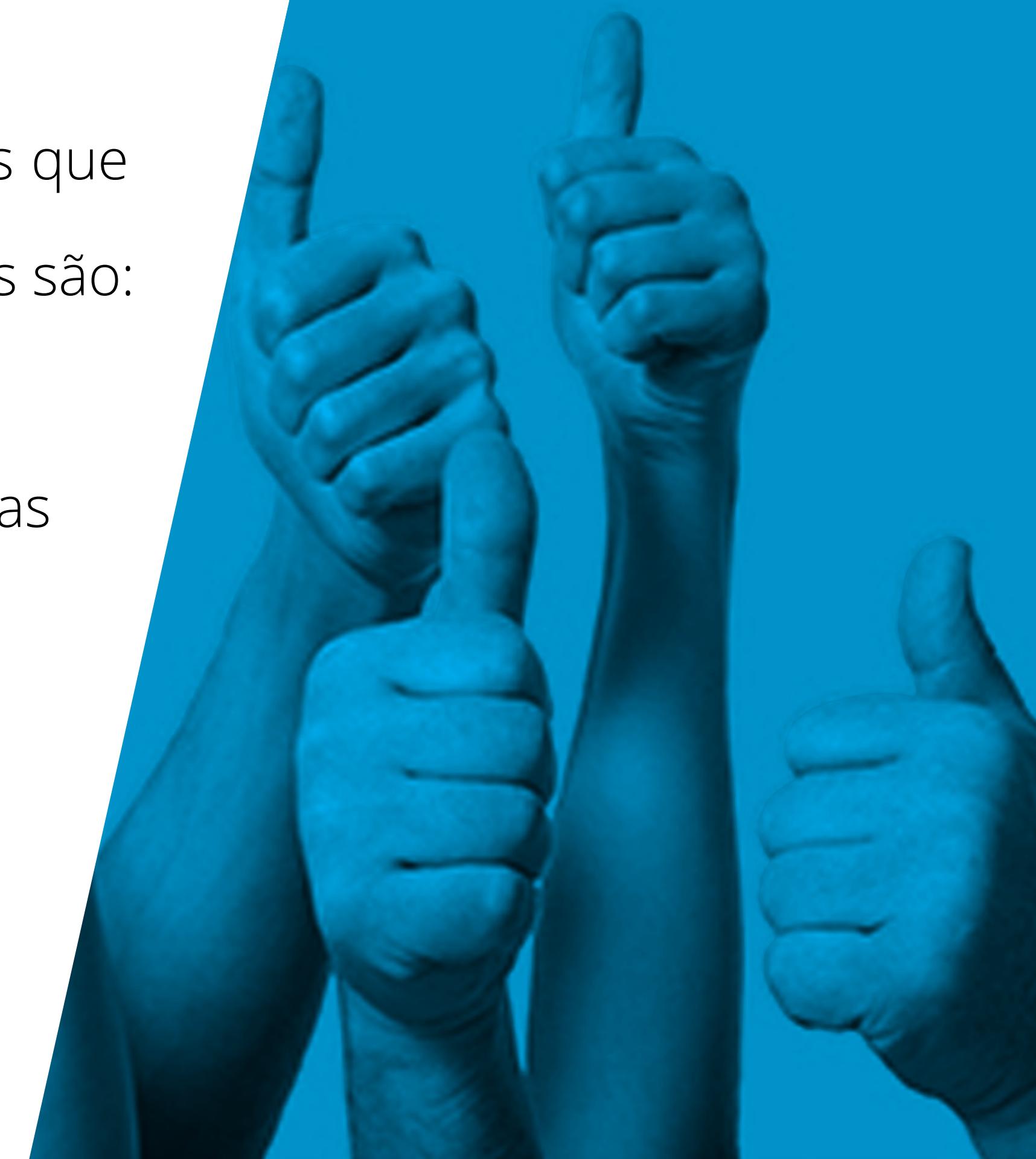
Há ainda algumas atitudes que devem ser realizadas ao final dos eventos, e, dependendo de qual for o seu caso, isso poderá significar, no mínimo, muitas notas de agradecimento.

# Agradecimentos

Assim que acabar o evento, agradeça a todos os que tiveram envolvidos: voluntários, membros da equipe, participantes e, especialmente, patrocinadores. Sem eles você não teria conseguido. Existem várias formas de fazer isso:

Você pode usar diversos meios para fazer o agradecimento, selecione os que mais se adequam ao perfil do seu evento. Normalmente os mais utilizados são:

- ✓ Post público com tagging, nas redes sociais
- ✓ E-mail corporativo, formalizando o agradecimento e mantendo as 'portas abertas' para novas colaborações
- ✓ Nota pública de agradecimento no site ou blog
- ✓ Aprenda a arte do 'gifting': distribua brindes especiais para os envolvidos mais relevantes!





## Certificados

Em muitas ocasiões, o evento oferece um certificado para participantes que buscam complementar o currículo. Analise o perfil do seu público e identifique qual é o melhor modelo com que trabalhar (físico ou digital).

# Modelo

Use um modelo pré-definido e veja quais são as informações relevantes que devem constar do certificado. Importante: não perca de vista os objetivos do seu público.



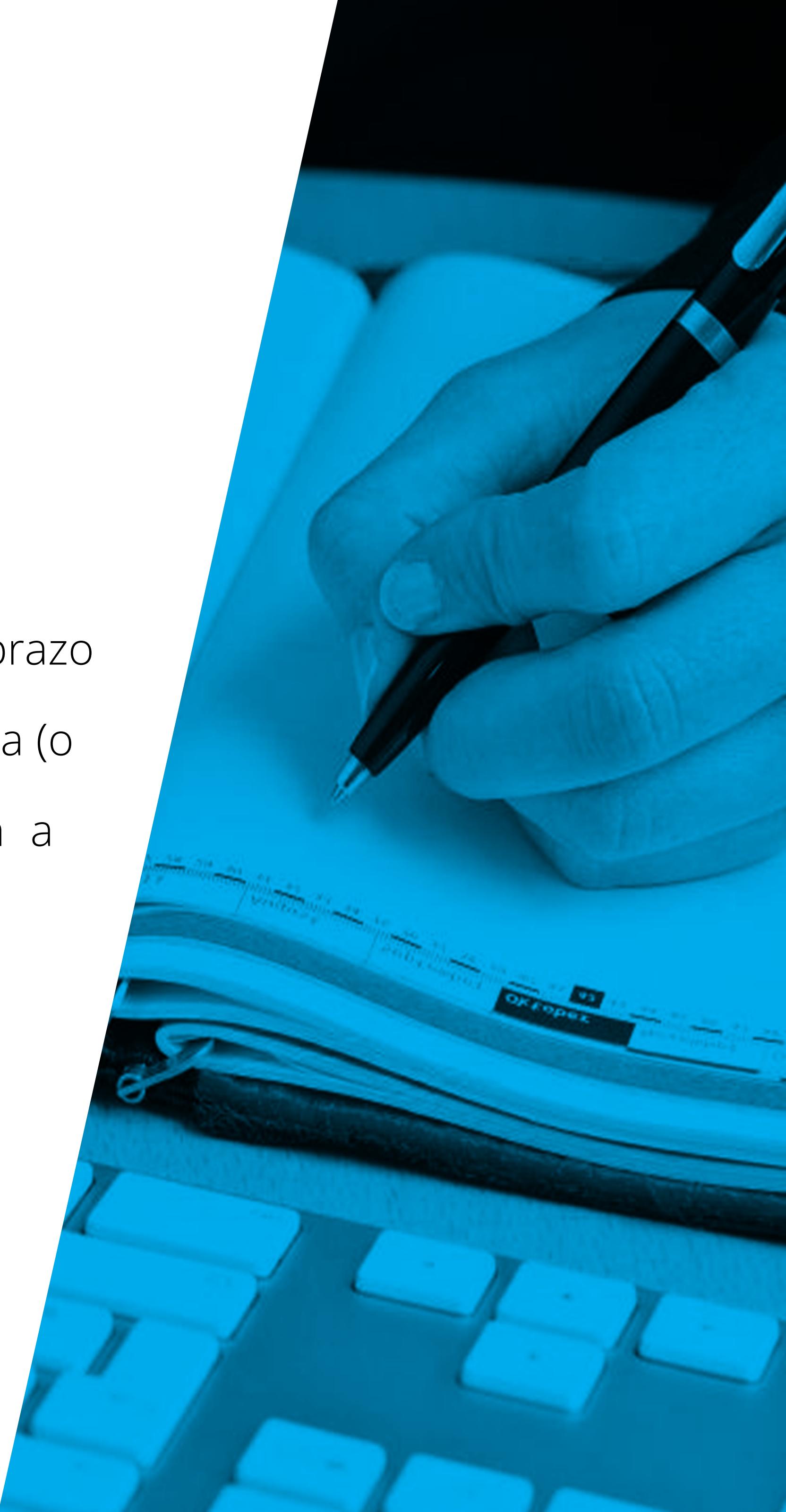


# Entrega

Se o certificado que escolheu é o impresso, pense na forma que será distribuído. Caso seja presencialmente, no final do evento, procure dividir os locais de entrega, assim você evita filas e aglomerações desnecessárias em áreas como portas e corredores (que devem ficar sempre livres). Se o certificado for digital, você pode enviar por email posteriormente ou se valer de uma plataforma online.

# Zerando as contas

- ✓ Pague o que deve a fornecedores, investidores e colaboradores no prazo estipulado. Atrasos geram juros, multas contratuais e dor de cabeça jurídica (o que também pode ser lido como “mais custos”). Estar em dia facilita a contabilidade correta dos seus resultados financeiros.
- ✓ Forneça recibos para patrocinadores e outros. Lembre-se: transparência nos acordos também vende a sua imagem, e é importante sempre.



# Zerando as contas

- ✓ Os patrocinadores vão requerer um relatório para saber se os objetivos foram atingidos. Existem alguns pontos que são obrigatórios nesses casos:

## Finanças

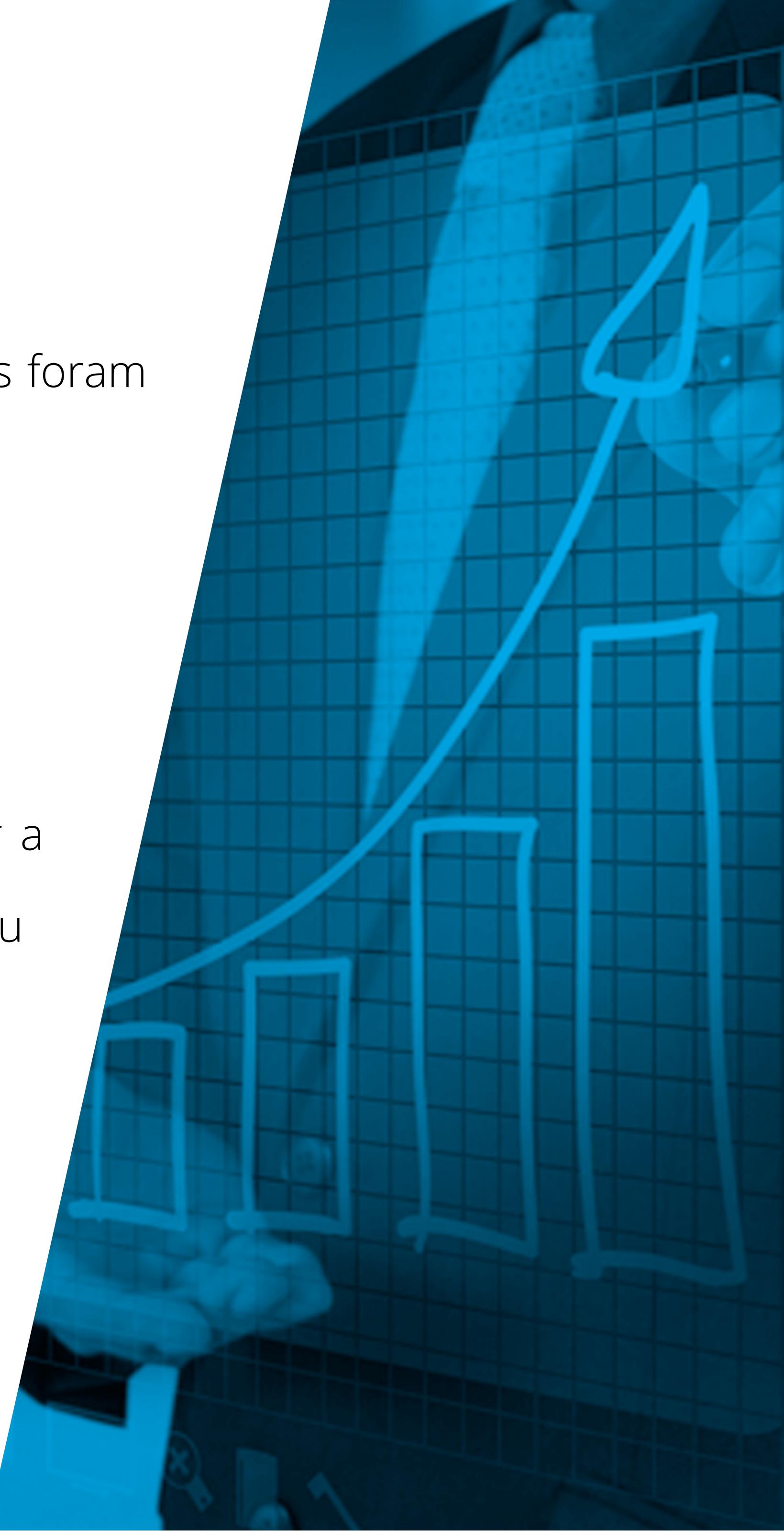
Inclua o que foi angariado com apoios, os custos e as receitas.

## Perfil do participante

Colha essa informação nas inscrições e lembre-se de contabilizar a quantidade de participantes por tipo de inscrição. Conhecer seu público aumenta a sua efetividade na entrega e satisfação geral.

## Resultados

Elenque os pontos fortes e fracos no que se refere ao âmbito interno (equipe, fornecedores e parceiros) e no externo (clientes). Faça propostas de melhorias baseadas nessa análise.





# CONCLUSÃO

A produção de um bom evento não acontece da noite para o dia. Existem diversos detalhes importantes que requerem atenção redobrada, para que o resultado saia conforme o planejado. Pode parecer difícil a princípio, mas ter uma visão abrangente do processo e dominar algumas metodologias e ferramentas de gestão pode simplificar significativamente a viabilização do projeto. Use as dicas apresentadas neste texto como ponto de partida para pesquisas mais abrangentes (confira essa lista de sites importantes que aprofundam os assuntos aqui abordados). Assim, quando chegar o grande dia, você estará pronto para receber os cumprimentos ao seu sucesso.

*Bons eventos!*



## **SOBRE A BORALÁ**

A Boralá Conteúdos Customizados produz informativos compactos e sempre atualizados, trazendo conteúdos práticos relevantes e inovadores, para que você possa criar o seu evento de forma simples, efetiva e bem-sucedida.

**Quer ter acesso a mais conteúdos sobre a produção de eventos? Leia nosso blog.**