

O que levar em conta para escolher os melhores brindes corporativos.

Sabemos que não é novidade a importância que os brindes corporativos dispõem, pois além de transmitir uma boa impressão ao público, são ótimos recursos para preservar e suscitar o interesse de novos clientes.

Os sentimentos ocasionados ao receber um brinde inesperado são oportunos e favorecem o *marketing* da marca. A publicidade é imediata, pois queremos contar aos nossos amigos o que ganhamos e de onde ganhamos, certo?

Contudo, ao visar tais benefícios, tem-se certas preocupações, como escolher o que presentear e para quem, de forma sensata. Então surge a pergunta: Por onde começar? E qual é o melhor brinde, articulando o melhor custo e benefício?

Nós, da Hakuna Matata, preparamos um checklist especial para ajudar você a se destacar com o seu brinde. Confira abaixo!

Planejamento

Um planejamento antecipado, com objetivos definidos ampliará a ligação da sua empresa com os colaboradores e consumidores e conseqüentemente, facilitará na escolha do brinde de forma estratégica.

Com isso, o que deve ser levado em conta no planejamento? Iremos a partir de agora, apresentar pontos que mostram a importância de definir quem é o público-alvo, a qualidade do brinde e a sua utilidade.

Público-alvo

É relevante um apuramento das características tanto dos servidores quanto dos usufruidores dos produtos. Seguindo questionamentos como: Qual é o perfil do meu público? Do que gostam? Utilizarão o brinde escolhido? Esse brinde reflete a identidade da minha empresa?

As respostas o auxiliarão para uma boa escolha!

Brinde - Qualidade e utilidade

Atualmente, encontra-se uma grande variedade de ideias para brindes e ao analisar e pesquisar o custo de cada um, você encontrará algo financeiramente vantajoso e de acordo com sua identidade, trazendo assim, um *feedback* satisfatório.

Pesquisas apontam que é vantajoso escolher itens úteis ao dia a dia do público, pois geram associações e vínculos à marca da empresa. Todos nós concordamos que é difícil utilizar um determinado brinde e não observar a marca personalizada, não é?

Desse modo, o cliente recordará de forma favorável da empresa que pensou em agradá-lo com um mimo tão útil.

Dicas de brindes

Para que o custo não ultrapasse os benefícios resultantes, tente montar um brinde que se encaixe no orçamento disponível e estabeleça estratégias de divulgação. Separamos então, ideias de brindes corporativos. Veja só!

Você pode apresentar com chaveiros, copos, canecas, garrafinhas, lápis, canetas, calendários, agendas, cadernos, mochilas, lanternas, aromatizador, calculadoras, *nécessaires*, sacolas sustentáveis, chinelos, brindes ecológicos, porta cartão ou caneta, marcador de página, toalhas, bonés, cupons de desconto, entre outros.

Ao oferecer um brinde personalizado mostramos o valor da nossa marca e garantimos uma ligação forte entre empresa e consumidor e por consequência, vamos garantir a satisfação e a marca em alta na região.

Lembrando que todos devem ser personalizados de acordo com a sua identidade e úteis ao seu público-alvo. Se assim fizer, seu *marketing* será próspero. Pense também em como fará a entrega do brinde, pois o modo como agirá influenciará no conceito de quem receberá. Pronto então para começar?

Assine nosso *newsletter* e tenha acesso a mais conteúdos oportunos como esse!

Organização de eventos: Dicas para um planejamento sem erros.

Atualmente, para um evento satisfatório, um bom planejamento é a chave para o sucesso, mas decorrente a organização, surge então grandes desafios como: estruturação do evento, cronograma, controle das finanças e a difícil escolha de brindes e fornecedores.

Eventos bem organizados causam boa impressão aos convidados, transmitindo de certa forma, seriedade e comprometimento por parte da empresa. Nós, da Hakuna Matata separamos a você algumas orientações práticas para um evento bem-sucedido. Confira já!

Controle de finanças

Antes de tudo, é essencial que você analise e considere o orçamento disponível. Respeite seus limites para que o evento tão sonhado não se torne algo pesaroso!

Busque e negocie os melhores serviços, mas com condições acessíveis, procurando assim, não extrapolar do valor destinado ao evento. Para isso, você precisa de um bom planejamento, não acha?

Planejamento estratégico

Para que o planejamento seja estratégico, é indispensável que seja realizado com antecedência elencando os objetivos principais da realização do evento, incluindo uma pesquisa minuciosa de fornecedores, visando o público em questão.

Lembrando que o público é o maior alvo que devemos suprir e conquistar, devemos nos atentar à: local, quantidade de convidados, decoração, impressão de materiais de divulgação, alimentação, locação de equipamentos, recepção e direcionamento de palestras disponibilizadas.

Com isso, um cronograma onde podemos fazer toda essa organização de forma sensata e realista é fundamental.

Cronograma do evento

A antecipação de problemas possíveis no evento deve ser levada em consideração para presumíveis imprevistos e garantir resultados significativos.

Com isso, atribuímos como dica: a tecnologia.

Usar a tecnologia a nosso favor é uma ótima escolha, pois as redes sociais possuem uma vasta possibilidade de divulgação, além de ser uma ferramenta útil para que se tenha um amplo número de clientes. Lembre-se que a divulgação é o *marketing* do seu evento!

Visa o custo benefício, sendo possível divulgar por diversas formas o evento com um orçamento baixo. Não é demais?

Podemos usufruir de outros métodos online de divulgação, como: *facebook, instagram, sites*; campanhas de *e-mail*, aplicativos e planilhas de organização para conferência de dados do evento.

Escolha de fornecedores

É interessante pesquisar e conhecer bem os possíveis fornecedores do seu evento, pois são eles que irão disponibilizar os produtos e prestar serviços importantes antes e durante a ocasião.

Dica: Valorize as recomendações.

E lá vai outra dica! Diga a eles quais são seus objetivos e seja franco a respeito do que espera.

Assim, você conseguirá comparar valores, serviços e produtos e achará o que mais lhe agrada e principalmente, que se enquadra no seu orçamento. Não é? Saiba que ainda é possível realizar um evento com patrocinadores, onde muitas vezes são fornecidos brindes legais, entre outras regalias.

Para concluir, vamos relembrar juntos as importantes orientações desse artigo?

Planeje seu evento antecipadamente respeitando o orçamento disponível; invista na criatividade e no tempo escolhendo o fornecedor adequado ao que precisa; elabore um cronograma minucioso e abuse da tecnologia atual para a divulgação do evento.

Gostou das nossas dicas? Assine nosso *newsletter* e tenha acesso a mais dicas para o seu evento corporativo!

Ações de endomarketing para sua marca se destacar.

As ações de endomarketing devem visar dois diferentes tipos de público. Os consumidores; para manter e conquistar novos clientes, destacar a marca da empresa e com isso, aumentar as vendas.

Também os colaboradores; tendo como objetivo: criar um ambiente “respirável” no trabalho, para que se sintam bem e produzam mais.

Quando os colaboradores estão satisfeitos com o que veem dentro da empresa, ficam estimulados e esse sentimento trasborda e afeta outros funcionários, familiares e amigos. Isso agrega energias positivas para eles e para outros, aumentando assim, a vontade de crescer e agir em prol da marca.

Para isso, pode-se utilizar as ferramentas de relacionamento. Mas como? Vamos descobrir!

Ferramentas de relacionamento

Quando pensamos em ferramentas de relacionamento, falamos de muitas formas de ações disponíveis. É interessante utilizar ferramentas de relacionamento como marketing promocional da sua marca.

Os brindes, por exemplo, estreitam vínculos à sua empresa; pois além de agradar os clientes, faz com que sua marca fique evidente.

Usar como ferramenta os brindes é uma boa estratégia, pois trazer novos clientes para a empresa não é fácil, devido à concorrência no mercado. Mas o marketing é uma garantia de que é possível se destacar se o grupo corporativo se unir em prol de novos clientes através de interação entre empresa e colaborador.

O brinde tem o poder de mudar o conceito do cliente, pois demonstra interesse da empresa no consumidor.

Além disso, nós da Hakuna Matata, separamos a você mais três dicas de ferramentas de relacionamento. Confira já!

Outbound Marketing

O Outbound marketing é uma forma de divulgação direta para o público em geral. Se baseia em ir atrás dos possíveis clientes. Pode ser através de:

- Banners,
- Anúncios em redes sociais,
- E-mails,
- Comerciais e propagandas de TV e rádio,
- Panfletos e cartões de visita,
- Links patrocinados.

Com isso, as pessoas ficam familiarizadas com a sua marca e falam dela para outros. Também, o que pode ajudar é: ter uma boa lista de contatos, parcerias, estratégias de divulgação, apresentações e palestras.

Inbound Marketing

Essa modalidade é voltada para o marketing de atração e por consequência, a fidelização do cliente. Diferente do *Outbound marketing*, essa técnica não visa ir atrás dos clientes e sim chamar a atenção deles para o que está sendo anunciado.

É vista como uma ótima estratégia atualmente, pois chama atenção de forma orgânica, sem ser algo forçado, já que é o público que vai atrás da sua mensagem. Se baseia na ideia de compartilhamento de conteúdo com qualidade e direcionado ao público-alvo.

Vale destacar também que o custo é baixo comparado ao *Outbound marketing*.

Live Marketing

O *Live marketing* é o “fazer ao vivo”, é um meio de comunicação que proporciona interação com o público-alvo, vendas e fidelização. Faz com que o comprador e a marca conversem entre si, proporcionando assim, a aproximação com os produtos.

Também, é um jeito de atrair o público que infelizmente não pode estar presente ao evento.

Gostou do conteúdo? Siga-nos nas redes sociais e fique atualizado com a gente! Estamos sempre disponibilizando assuntos pertinentes a sua empresa.

Principais datas comemorativas e como presentear os colaboradores.

Quando somos reconhecidos por nosso trabalho e esforço, ficamos mais motivados a continuar a fazê-lo do melhor modo possível, buscando sempre um diferencial, não é mesmo?

O que motiva as pessoas a continuar fazendo um bom trabalho dentro de uma empresa é justamente isso, o reconhecimento. Do contrário, as empresas que não procuram meios de prestigiar e reconhecer o trabalho dos colaboradores acabam sofrendo perdas.

Todos nós, seres humanos, possuímos a necessidade de ser notados e incentivados. Sem isso, podemos ficar desanimados por cair na rotina de ser sempre a mesma coisa, com cobranças e pressões, sem nenhuma valorização.

Nós, da Hakuna Matata, preparamos um checklist especial sobre o que oferecer aos seus colaboradores em algumas datas comemorativas, entre outras informações oportunas. Confira abaixo!

Aniversariantes

Gostamos de ser lembrados, principalmente em uma data tão especial como nosso aniversário, não é mesmo? Com isso, surge uma boa oportunidade de a empresa agradecer os seus funcionários.

A mesma pode elaborar algo diferente para os aniversariantes do mês, como: reconhecimento em um mural, bolo, mensagem motivadora, mimos personalizados, entre outros.

Dia das mães e dos pais

É um momento para prestigiar as funcionárias que são mães. Com isso, podem ser sorteados: maquiagens, massagens e cortes de cabelo. Também, presentes personalizados como: camisetas, canecas e flores. Elas com certeza irão amar!

Já no dia dos pais, pode-se preparar uma partida de futebol, vôlei e xadrez. Em ambos, palestras e cuidados especiais são bem-vindos!

Aniversário da empresa

Essa data com certeza, não pode passar em branco. Transmite a mensagem de que todos são importantes para o bom desenvolvimento da empresa. É um bom momento para: promoções, palestras motivacionais, homenagens, almoço especial.

Natal

A época do natal é uma data muito aguardada dentro da empresa pelos colaboradores. É uma época festiva onde todos ficam no aguardo por algo diferente. Além disso, é uma boa oportunidade para conhecer melhor nossos parceiros de trabalho e fazer novas amizades.

Em situações assim, as pessoas ficam mais motivadas a pensar no futuro com expectativas e objetivos firmados em crescer dentro da empresa.

É uma época aguardada durante todo o ano, por isso precisa ser lembrada dentro da empresa através de um dia ou semana especial. Deve ser bem programada com antecedência para deixar todos felizes e com o gostinho de “quero mais”.

Páscoa

A páscoa é outra celebração que sempre marcou a infância de todos e entre os funcionários de uma empresa não seria diferente. Quem, seja criança ou adulto não fica esperando um delicioso chocolate?

Para todos, a Páscoa é sinônimo de empatia e mimos deliciosos. E se essa data for comemorada dentro da empresa com criatividade levando em conta os sentimentos de todos, ficará marcada em suas vidas.

Isso causará um impacto positivo em todos e dará estímulos para continuar produzindo, por saber que foram lembrados e que essa data não passou despercebida por todos da direção. Poderá presentear-los com: bombons, ovos de chocolate, mensagens motivacionais e uma bela decoração na empresa. Amigo secreto também é uma opção!

Comemorar essas datas dentro da empresa produz um achemo entre os colaboradores e irá proporcionar um clima agradável.

Gostou? Assine nosso *newsletter* e tenha acesso a mais conteúdos como esse.

Quais são as tendências em eventos corporativos?

Os eventos corporativos são essenciais para o marketing da empresa e tem conquistado seu lugar cada vez mais nos últimos anos, pois é visto como uma boa oportunidade para fortalecer vínculos entre colaboradores e consumidores, alinhando assim, novos saberes.

É uma ocasião que dissemina a identidade da marca na região e gera um retorno financeiro significativo para a empresa. Esse também pode ser um momento propício para unir o público-alvo e apresentar qual é a identidade da marca e seus objetivos.

Mas para que o evento abranja tais benefícios, se faz necessário um planejamento com antecedência. Outro fator que pode te ajudar é saber o que está em alta na área; meios que atinjam mais pessoas de forma estratégica.

Nós, da Hakuna Matata separamos a você alguns elementos em alta no mercado que são próprios de levar em conta para que o seu evento alcance resultados significativos. Acompanhe com a gente!

Eventos de pequeno porte

Elaborar um evento para um público de pequeno porte tem se mostrado benéfico para todos, tanto para a empresa como para os colaboradores, não se esquecendo também, de outros convidados. Além da economia, os participantes se sentirão mais à vontade no evento e privilegiados por estarem ali.

Reunir pequenos grupos traz soluções mais rápidas sem grandes questionamentos e em eventos assim, trocar experiências se torna mais fácil, pois a observação sensorial se torna mais clara aos participantes.

Uso de tecnologias

A tecnologia está sempre presente em nosso dia a dia e é uma ferramenta muito usada nos eventos corporativos. Isso ajuda os colaboradores a tirarem proveito desses eventos. Com a ajuda dessa plataforma, todos podem se programar para estarem presentes nestes eventos, além de estarem atualizados com horários ou palestras.

Essas plataformas ajudam e proporcionam rapidez e custo baixo, ajudando os possíveis participantes a se engajarem nas suas programações.

Ainda sobre tecnologia, temos uma opção que cresce a cada dia que passa nos eventos corporativos, a transmissão simultânea do evento, alguns gostam de “estar presentes” em todas as palestras e *wokshops* e não perder nada, por isso essa é uma opção tão convidativa e que pode fazer parte do seu evento.

App e site próprio

Os aplicativos e sites próprios são uma excelente ferramenta para usar a favor de eventos e podem ser usados em todos os setores imagináveis. Eles estimulam as pessoas a interagirem umas com as outras, fornecem cruzamentos de informações e podem criar interesses novos, aumentando assim, o *glamour* do evento.

Os aplicativos e *sites* estimulam novas experiências e novas funções.

Sustentabilidade

Observar as tendências é muito importante e quando se refere a isso, o ramo corporativo se torna ainda mais competitivo. Ultimamente, tem-se falado muito sobre a conscientização da sustentabilidade e decorrente disso, as empresas possuem um papel influente sobre os associados.

Devem pensar nos seus recursos disponíveis para evitar o desperdício da natureza ou até mesmo, prejudicá-la. A reciclagem também se faz fundamental. Isso ajudará os colaboradores a ter consciência do não desperdício e a conservação do meio ambiente.

Gostou das nossas dicas? Assine nosso *newsletter* e tenha acesso a mais dicas para o seu evento corporativo!

Coffee break corporativo: saiba como organizar e o que servir

Planejar e organizar eventos corporativos podem parecer um bicho de sete cabeças, não é mesmo? É tanta coisa para pesquisar, analisar e negociar para que tudo ocorra bem! São objetivos a serem alcançados, local para realização, data e horário, formas de divulgação, profissionais para fotografia, entre outros fatores importantes.

Então finalmente você consegue um programa perfeito para os seus convidados. Mas, vendo com clareza, você percebe que esqueceu algo importante. O *coffee break*!

Isso mesmo, ele é tão importante quanto qualquer coisa citada acima. Mas por quê? O que é exatamente? Calma, que nós vamos te ajudar!

Coffee break - O que é? Qual a sua importância?

Coffee break ou "pausa para o café" é um tempo reservado para descontração e relaxamento durante diversos tipos de reuniões, eventos, treinamentos e outras ocasiões. É um modo de deixar o ambiente mais "respirável" aos convidados.

Possibilita a troca de experiências, informações e impressões entre as pessoas. É um tempo reservado para expandir o círculo de amizades e principalmente, “fazer uma boquinha”.

Existem vários estilos de *coffee break*, por exemplo, para eventos corporativos existe o coffee break filosófico que é uma curta pausa para discussões sobre trabalho. Também o coquetel, que é realizado após palestras, onde é servido café e lanche. E encontros combinados previamente para integração da equipe, dispondo de alguma refeição do dia, como almoço ou janta.

Vantagens

- Promove interação entre os convidados.
- Recarrega as energias.
- Facilita a assimilação do que foi e será abordado.

Alguns pontos devem ser levados em consideração, como a qualidade do que será servido e se a quantidade será suficiente para todos os convidados.

Separamos então, algumas dicas oportunas. Confira abaixo!

Defina o horário e tempo de intervalo.

É imprescindível definir o horário em que será realizada a pausa, se será no intervalo durante a manhã, tarde ou noite, para a partir disso, não cometer erros na escolha do que será servido.

A duração é relativa à quantidade de pessoas, mas na grande maioria, são momentos de curta duração. Podendo ocorrer por volta de 40 minutos.

Escolha o cardápio ideal.

Coisas como café, bolacha doce e salgada, pão de queijo, cereais, torradas, geleias, leite, iogurtes, sanduíches, bolos, biscoitos, água, sucos, chás, frutas e croissants podem ser servidos. Diversas combinações podem ser feitas, mas sempre levando em conta o horário.

Não esqueça do adoçante, açúcar e gelo!

Avalie a estrutura do espaço.

Como a intenção é aproximar e descontraír os convidados, o ambiente não pode ser muito amplo. Por isso, invista em ambientes agradáveis, aproveitando cada espaço e abusando na criatividade.

Toalhas limpas e apresentáveis, copos para água e café, pratinhos, garfinhos e guardanapos devem ser fornecidos aos participantes.

Escolher fornecedores de confiança.

Escolha fornecedores capazes e de confiança. Procure saber dos trabalhos realizados, se houve elogios ou reclamações.

Com o *coffee break*, seu planejamento finalmente estará perfeito!

Gostou das nossas dicas? Deixe um comentário e compartilhe conosco sua opinião e ideias sobre o assunto. Seu comentário é muito importante para nós!

Customer Experience: o que significa e qual a sua importância?

Dados informativos apontam, que dentre os principais motivos para uma empresa sair do mercado comercial, destaca-se a falta de clientes. Observamos então, que em meio a tanta concorrência, o bom atendimento se tornou um diferencial.

Todos nós, já fomos e seremos clientes em diversos momentos da vida e o sentimento ocasionado através de um atendimento ruim nos faz desistir de querer comprar o produto que tanto queríamos. E ainda vai além, falamos a outros da experiencia que passamos como clientes.

Em contrapartida, quando recebemos um atendimento de qualidade. Qual é a sensação? Boa, não é? Sentimos que somos valorizados, que a empresa está interessada no nosso bem-estar. A consequência é que em uma outra oportunidade, voltaremos a comprar e incentivaremos outros a fazer o mesmo.

A partir disso, para ajudar sua empresa a se destacar entre os clientes, falaremos sobre Customer Experience. Por que é importante investir nessa estratégia? Quais as vantagens? Descobriremos agora!

O que é Customer Experience?

Customer Experience (CX) significa Experiência do Cliente e nada mais é do que a gestão da experiência do consumidor. Está associado as interações entre consumidor e empresa. É a imagem que a empresa transmite aos clientes durante todas as etapas, seja por contato físico ou virtual.

As empresas que buscam aderir a essa estratégia buscam ações para colocar o cliente no centro do plano da empresa. E você? O que a sua empresa tem feito para garantir isso?

Se você quer aumentar a lucratividade do seu negócio é primordial valorizar a Customer Experience.

O que está inserido na estratégia de Customer Experience?

Inclui toda interação positiva com o cliente entre:

- Pré-venda.
- Pós-venda.

Também, pontos de contato estratégicos, para envolver diretamente ou indiretamente os atuais consumidores e possíveis clientes.

- Divulgação online e física.
- Propagandas e promoções.

Quais as principais vantagens?

Os benefícios dessa nova visão chamam a atenção, pois:

- Conquista novos clientes e fideliza.
- Agrega valor a imagem da empresa.
- Incorpora vantagem e credibilidade no mercado.

Após um bom atendimento, o cliente pensará em retornar a sua empresa em uma nova oportunidade, além disso, poderá indicar para os colegas.

Por que é importante investir nessa estratégia?

Os clientes hoje, tem grande poder diante das empresas. Com o mundo virtual, os consumidores conseguem interagir com as marcas, procurando vantagens melhores e atendimentos de qualidade. Sendo assim, para cativar o público, é fundamental que invista em Customer Experience.

Importância de medir os resultados.

Para sucesso a longo prazo, você precisa saber como tem sido as experiências dos clientes em relação a sua marca. Por isso:

- Treine e mantenha os funcionários preparados.
- Por meio de um bom atendimento, demonstre a importância que possuem.
- Conheça seu público-alvo.
- Dê atenção aos feedbacks e permita melhorias.

Ao colocar esses pontos em prática, sua empresa com certeza se destacará!

Esperamos que tenha gostado do conteúdo. Siga-nos nas redes sociais e fique por dentro de outros assuntos pertinentes a sua empresa.

Fotos para eventos: saiba como escolher e orientar os profissionais

Dizem que uma imagem vale mais que mil palavras e quando se trata de um evento corporativo, os registros fotográficos falam muito sobre a empresa organizadora.

Além disso, se as imagens forem de qualidade e divulgadas nos ambientes corretos, podem se tornar uma excelente estratégia de marketing para o nome da sua empresa.

Para isso, tudo deve ser planejado e analisado com antecedência. Principalmente quem irá ser o responsável por capturar em fotos, os momentos mais importantes do seu evento.

Lembre-se também, que quanto mais profissional forem as fotos, melhor será a influência deste evento aos olhos e a boca do público.

Por isso, preparamos um checklist especial, para ajudar você a escolher um fotógrafo que o auxilie a enaltecer a imagem do seu evento. Veja abaixo!

Currículo do profissional

Com a facilidade de acesso a dispositivos que tirem fotos, muitas pessoas se julgam fotógrafas. Por isso, investir em quem não possui experiências profissionais na área se torna um risco em potencial. Se faz necessário então, verificar os cursos do candidato, especializações e experiências em eventos.

Dica: Procure fotógrafos com postura profissional, com boas indicações e que possam lhe apresentar trabalhos anteriores, como por exemplo, portfólios.

Equipamentos

A boa qualidade das fotos transmitirá uma mensagem significativa do seu evento. Então, é preciso dispor de equipamentos profissionais que permitam tirar fotos a qualquer distância e em sequências, para que dessa forma, não se perca nenhum momento.

Dica: Certifique-se que o profissional possui equipamento adequado ao seu evento e redija no contrato de prestação de serviços. Dessa forma, qualquer imprevisto com equipamentos inadequados é de responsabilidade do profissional.

Objetivo

Com o objetivo definido, o fotógrafo conseguirá alcançar suas expectativas referente ao que se espera do seu trabalho. Ele saberá aonde se concentrar para tirar as fotos e que mensagem transmitir por meio delas.

Dica: Quando conversar com o prospectivo fotógrafo, deixe bem claro o que espera do seu trabalho e qual é a intenção para o destino das fotos.

Orçamento

É essencial que você considere o profissional da fotografia no orçamento disponível para o evento corporativo. Pesquise e negocie os melhores serviços.

Dica: Deve ser levado em consideração a proporção do evento e quantos fotógrafos serão precisos.

Apresentação

O fotógrafo deve estar vestido de acordo com o tipo de evento, de modo discreto. Trajes sociais são mais adequados e demonstram respeito e profissionalismo, além disso, será mais fácil identificar o profissional da fotografia em meio as pessoas.

Dica: Fornecer crachá de identificação para os fotógrafos do seu evento garantirá a segurança contra penetras mal-intencionados.

Tratamento das fotos

É responsabilidade do fotógrafo cuidar da qualidade das imagens que serão entregues. Tendo em mente que fotos com olhos vermelhos, pouca iluminação ou em demasia prejudicam a imagem da empresa.

Dica: Não aceite fotografias sem tratamento e de má qualidade.

A presença de fotógrafos e as fotos disponibilizadas fornecem prestígio ao evento; é uma excelente estratégia de divulgação e atrai a atenção dos convidados de forma positiva.

Gostou das dicas? Assine nosso *newsletter* e tenha acesso a mais assuntos como esse! Não fique de fora!

Live streaming para eventos: vale apostar nessa prática

Live streaming é uma estratégia de marketing que tem crescido muito nos últimos anos, pois tem sido comprovado que favorece principalmente, a comunicação entre empresa e público; marca e consumidor.

O que é Live streaming?

De forma clara e direta, se trata de uma transmissão ao vivo. Além dos sites, podemos encontrar principalmente nas redes sociais, como:

- *Instagram*
- *Facebook*
- *Snapchat*, entre outros.

São vídeos interessantes que por serem de curta duração nos incitam a curiosidade de clicar e saber o que está acontecendo.

Você com certeza, já deve ter notado que cada vez mais pessoas estão aderindo a essa ferramenta. Portanto, vendo que é um assunto em alta, procuramos saber quais são os benefícios da utilização do *Live streaming* em eventos.

Continue a leitura e fique atualizado com a gente!

Benefícios de aderir ao *Live streaming*

O recurso proporciona acessibilidade aos participantes, pois podem acessar o que está sendo transmitindo de qualquer lugar, basta apenas dispor de conexão com a *internet*, algo que atualmente, a grande maioria das pessoas já desfruta.

Encontramos diversas vantagens interligadas entre si, mas dentre elas, separamos as três principais, como:

Alcance

Transmitir ao vivo possibilita que o alcance seja muito maior do que teria somente com o evento. Seria limitado a um número de convidados e dentre esses, alguns ainda podem não comparecer devido à imprevistos.

O legal é que até mesmo aqueles que não conseguiram acompanhar a transmissão ao vivo, podem acessar depois e ficar por dentro do conteúdo disponibilizado.

Engajamento

Os participantes, durante a transmissão podem:

- Dar sugestões.
- Tirar dúvidas.
- Trocar mensagens em tempo real.

Por ser um modo de envolver os clientes, os vínculos são construídos, destacando assim, a sua marca. O público aprecia essa facilidade de interação, pois é algo que transmite a realidade para quem está assistindo.

Dependendo da preferência, quem está falando consegue ler os comentários e conduzir o assunto de um modo que sane as dúvidas e cativa a atenção do público.

Financeiro

Através do recurso de transmissão ao vivo, o potencial de alcance é ampliado grandemente e os custos são bem baixos em comparação a um evento abrangendo o mesmo público.

O vídeo fica disponível para aqueles que não conseguiram assistir, podendo assim, ter diariamente mais acessos.

O uso de *lives* é um ótimo método de divulgação!

Como se não bastasse as vantagens citadas, o Live streaming ainda pode gerar:

- Aumento das vendas.
- Boa imagem à empresa.
- Transparência e visibilidade.
- Captura de *leads*.
- Economia.

Mas do que você precisa para começar a fazer bom uso do *Live streaming*?

Equipamentos

- Câmera com ótima qualidade de imagem e som.

As pessoas precisam ver e ouvir bem, para não desistirem de sua transmissão.

- Conexão com a *internet*.

A conexão precisa ser boa e rápida para evitar interrupções.

Equipamentos de qualidade farão toda a diferença!

Gostou do conteúdo? Siga-nos nas redes sociais e fique atualizado com a gente! Estamos sempre disponibilizando assuntos como esse.

Marketing de relacionamento: quais as vantagens dos brindes?

Observamos que na grande maioria, o atendimento recebido possui sim, a mesma importância que a qualidade dos produtos fornecidos. Os consumidores buscam diferenciais, recompensas por escolherem a sua marca.

Com isso, o *marketing* de relacionamento vai muito além de oferecer suporte aos consumidores, essa estratégia foca em ações que fidelizem e aproximem novos clientes. Pensando nisso, é nítido e comprovado que os brindes corporativos acarretam às ações de vendas, satisfação e sucesso.

Na pré-venda, você pode criar um relacionamento com os possíveis clientes para que possam visualizar a marca e futuramente comprar o seu produto. E mesmo após a compra, é muito importante que esse relacionamento próximo seja mantido, pois se o cliente gostar do seu atendimento, as possibilidades de que compre novamente e fale a outros são realmente grandes.

A ação de presentear é uma excelente ferramenta de *marketing* de relacionamento, pois gera:

- Satisfação e boa impressão.
- Agrega valor à marca, destacando os produtos.
- Preserva e suscita vantagens.
- Reflete a personalidade da marca/empresa.
- Fortalece vínculos entre marca/consumidor.
- Proporciona novas experiências ao cliente.

E ao mesmo tempo, resulta em lucros!

Portanto, nós preparamos um *checklist* prático para mostrar a você, os benefícios de aderir a essa ferramenta de relacionamento. Confira com a gente!

Pesquise e entenda seu público-alvo

Você precisa, antes de tudo, definir seu público-alvo e conhecer bem o perfil deles.

Questione-se: Qual é o meu público-alvo? Do que gostam? Qual é a mensagem que quero transmitir? Utilizarão o brinde?

A partir disso, estabeleça um planejamento estratégico claro e objetivo, não se esquecendo da criatividade para surpreender e encantar. O planejamento antecipado levando em consideração as respostas desses questionamentos levarão a eficácia da sua estratégia de *marketing*.

Opções de brindes

A variedade de opções é grande. Dentre muitas, você pode presentear: cupons de desconto, toalhas, copos, lápis, canecas, marcador de página, calculadoras, mochilas, *nécessaires*, sacolas sustentáveis, chinelos, brindes ecológicos, bonés, canetas, porta cartão ou caneta, aromatizador, cadernos, agendas, garrafinhas, calendários, entre outros.

É interessante personalizar os brindes, estampando o nome da empresa e informações de contato, deixando assim, visível aos possíveis interessados.

Outra dica importante é procurar escolher brindes que possam ter um alcance maior. Por exemplo, uma caneca personalizada será bem utilizada, entretanto, dentro de casa, onde será limitado o alcance de divulgação por meio do brinde.

Já uma garrafinha de água terá um maior alcance, pois o consumidor a levará para outros lugares como: trabalho, transporte, instituições de ensino, entre outros. Desse modo, a marca ficará visível a outras pessoas.

Vantagens

Hoje, podemos usufruir de uma grande variedade de ideias para brindes corporativos e com certeza você encontrará algo que transmita sua personalidade e ao mesmo tempo, vantajoso financeiramente.

Índices informativos apontam que é proveitoso escolher itens úteis ao cotidiano do público-alvo, pois: acarretam *feedbacks* satisfatórios; geram vínculos à marca da empresa e o cliente recordará de forma positiva a empresa que o presenteou.

O que acha então de começar a investir nessa valiosa ferramenta de relacionamento?

Gostou do conteúdo? Compartilhe com outros nas redes sociais! Estamos sempre disponibilizando assuntos pertinentes a sua empresa.

Você conhece os bons princípios de um bom atendimento ao cliente?

Não temos dúvidas que um bom atendimento fideliza clientes, não é mesmo? E toda equipe de vendas sabe que um bom atendimento é essencial ao negócio. Contudo, na prática isso se torna mais difícil do que o esperado.

Os consumidores estão mais exigentes e críticos no que diz respeito ao atendimento. Diariamente, surgem cada vez mais, reclamações de atendimentos ruins fornecidos pelas empresas e colaboradores.

E o que dizer daqueles sites de reclamações? Quem de nós, nunca deu uma olhadinha antes de efetuar uma compra? É nítido que o atendimento é um dos principais fatores para um negócio se manter ativo. Eles são a razão de qualquer negócio!

Nós, da Hakuna Matata, separamos a você algumas dicas para que o atendimento da sua empresa seja reconhecido de forma positiva. Vamos ver?

O que constitui um bom atendimento?

Um bom atendimento vai além do é considerado educação, é respeitar o espaço, tempo e decisão do possível consumidor. É preciso fazer com que o cliente se sinta importante e especial.

Para que esse atendimento seja um diferencial diante da concorrência, a realização da pesquisa de satisfação se faz necessária. Com isso, o cliente notará que a empresa está preocupada com a sua opinião e satisfação.

A tecnologia também pode ser um suporte nesse aspecto. Você pode utilizar as redes sociais, e-mails e SMS para demonstrar o interesse da marca no consumidor.

Quais as principais estratégias para a realização de um atendimento com qualidade?

Um dos fatores que mais afastam os clientes das empresas, são atendentes mal-educados e estressados, então é muito importante que seus colaboradores sejam atenciosos, que tirem dúvidas com paciência. Disponha um atendimento de qualidade, mas como?

- **Demonstre empatia.**

Questione-se: Ao ser atendido em algum estabelecimento, o que você gosta e o que não gosta? O que é desagradável? O que lhe chama a atenção no atendimento?

Lembre-se que o cliente precisa ser muito bem acolhido, mas sem exageros! Os atendimentos não podem ser iguais, porque cada cliente é diferente. Um pode ser mais retraído e outro mais extrovertido. Cabe então, uma análise individual do que cada cliente transmite.

- **Seja transparente**

Ao realizar uma venda, procure não deixar nada oculto ao cliente, para que ele não descubra sozinho e principalmente, que ele não tenha uma surpresa desagradável. Forneça todas as informações e condições, para que assim, ele não se sinta prejudicado ou lesado em nenhum tipo de situação.

- **Mantenha uma equipe treinada**

Os atendentes devem conhecer as características técnicas do produto para que eles possam fornecer as informações corretas. Por isso, não economize em treinamentos atualizados com técnicas de bom atendimento.

Quais os riscos que a empresa e marca correm com um atendimento mal executado?

Nessa competição do mercado, o bom atendimento é estratégico e pode definir se o cliente negociará ou não. O atendimento pode alavancar as vendas, como também pode prejudicá-la.

Muitas empresas deixam de vender por não se atentarem ao bom atendimento aos seus clientes. E você com certeza não quer que isso aconteça. Por isso, invista nos princípios do bom atendimento!

Gostou do conteúdo? Curta nossa página no *Facebook* e tenha acesso a mais assuntos como esse.

Entenda o que é *trade marketing* e quais os seus benefícios.

A competitividade no mercado comercial está cada vez maior nesse momento de crise econômica em que vivemos e através disso, o *trade marketing* tem se destacado como um bom recurso para ganhar vantagens.

Essa modalidade tem crescido muito entre as indústrias e é nítido o investimento que estão dispondo com estratégias de marketing e capacitação de seus colaboradores.

Portanto, é necessário saber quais são as estratégias em alta para estar à frente e desfrutar da melhor forma os canais de distribuição e assim, chamar a atenção do consumidor. Prepare-se então, para descobrir tudo o que você precisa saber sobre *trade marketing*!

O que é - Como funciona?

Entende-se como um processo de gestão entre o consumidor e marca. Busca gerar um impulso no aumento significativo de vendas, por meio dos canais de distribuição e pontos de venda.

Falando sem rodeios, *trade marketing* é tudo que a empresa faz para atrair o consumidor para seus produtos.

Se você está lendo o artigo, provavelmente já se fez alguma das seguintes perguntas: Qual é a diferença entre o *trade marketing* e o *marketing* de produtos? Quais são os benefícios dessa estratégia de *marketing*? Como posso implementar *trade marketing* na minha empresa?

Nós, da Hakuna Matata queremos sanar suas dúvidas sobre esse tema oportuno. Então, você descobrirá as respostas nas próximas linhas desse artigo. Acompanhe com a gente!

Marketing* de produtos X *Trade marketing

O *marketing* envolve um trabalho de elaboração e criação dos produtos, é focada em satisfazer o consumidor e incorporar valor através dos produtos e/ou dos serviços.

Já o *trade marketing* é a busca pelo aumento da eficiência de distribuição e venda, se caracteriza em despertar o desejo dos consumidores pelo produto.

Benefícios de conhecer e investir nessa estratégia.

- É um dos pilares essenciais para o sucesso comercial de qualquer marca, pois estabelece relações lucrativas entre indústrias, fabricantes e canais de vendas.
- Agrega valor à marca/empresa.
- As empresas estão valorizando cada vez mais os profissionais que se empenham pelo *trade marketing*.
- Conquista o cliente, pois garante que a empresa, além de expor os produtos, consiga manter as estratégias de marketing atrativas ao consumidor.
- Fortalece a relação entre fornecedor/revendedor e marca/cliente.

Quando isso acontece, os atuais consumidores ficam satisfeitos e continuam comprando seus produtos. Por consequência, falam bem a outros e novos clientes são atraídos aos seus produtos.

A partir desse conceito sobre *trade marketing*, você com certeza quer saber como implementar à sua marca, certo? Mas como? Vamos descobrir!

Por onde começar? O que fazer?

Separamos abaixo algumas sugestões:

- Anúncios e *links* patrocinados.
- *Banners*, panfletos e cartões de visita.
- Comerciais e propagandas de TV e rádio
- Multimídias.
- Eventos e *networks*
- Redes sociais.
- Amostras grátis e brindes.
- Campanhas de incentivo e promoções.
- Capacitação de profissionais.

Gostou do conteúdo? Então leia também sobre o que é *Live marketing*. Temos certeza que lhe será útil. Estamos sempre disponibilizando assuntos pertinentes a sua empresa.

Conheça as vantagens de um evento corporativo fora da empresa

Está percebendo que seus funcionários estão caindo na rotina, e não sabe exatamente o que fazer para animá-los? Bom, temos a solução. Eventos externos!

Isso mesmo! Sabemos que todos os tipos de eventos corporativos são importantes tanto para a empresa, como para os participantes. Pois olhando pela visão do *marketing*, os benefícios são muitos.

- Aumenta a motivação, a produtividade e o engajamento entre os funcionários.

São momentos onde os colaboradores são lembrados do seu valor, por prestarem serviços diariamente para a empresa. É um modo de incentivá-los, atualizá-los, mas também de fornecer descontração e relaxamento.

Mas por que necessariamente precisa ser fora da empresa, como mencionado no início? É simples! Porque um ambiente assim os tirará da rotina maçante que o trabalho proporciona.

Por isso, preparamos a você um artigo especial e note como esses eventos corporativos externos podem fazer a diferença na sua empresa. Separamos três benefícios, dentre muitos, para lhe ajudar a entender as vantagens da realização do evento fora do ambiente de trabalho. Confira com a gente!

Identidade da empresa

Eventos corporativos reforçam os valores e missão da empresa, também transmite uma mensagem positiva aos colaboradores. Além disso, contribui para melhorias na:

- Comunicação entre os funcionários.

- Trabalho em equipe.
- Aumento de resultados, entre outros.

Integração e engajamento dos funcionários

Eventos assim fornecem boas oportunidades para integração de todos os funcionários, pois no dia a dia, devido a posição hierárquica que cada um ocupa na empresa, ficam sem ter a oportunidade de conhecer todos os colaboradores.

O objetivo é que o distanciamento existente termine e que haja troca de experiências.

Dica: Aproveite para sugerir gincanas, dinâmicas e roda de conversa com os participantes.

Valorização dos colaboradores

Ao sair da rotina e poder usufruir de um dia preparado para o seu bem-estar, o funcionário se sentirá importante e valorizado. Notará que a empresa se preocupa não só com a produção, mas também com os sentimentos dos operários.

Além passar uma boa imagem aos convidados, transmite seriedade e comprometimento.

Dica: Prestigie os que foram destaque durante o ano; presenteie com brindes personalizados.

Mas para que o evento abranja tais benefícios, se faz necessário um planejamento com antecedência.

Planejamento de forma estratégica

Após definir o tipo de evento, é primordial que faça alguns questionamentos, como:

- Quantas pessoas serão convidadas?
- Como será a programação do evento?
- O local é apropriado para a proporção do evento?
- Qual a melhor data e horário, visando o calendário próprio da empresa?
- Com será a decoração e o que será servido para os convidados?
- Que tipo de transporte será necessário?

O planejamento antecipado prevenirá que imprevistos ocorram, também garantirá que o evento programado atinja o sucesso.

Agora que sabe das vantagens, o que acha então, de começar a planejar um evento para sua equipe? Dispor de um momento fora do local da empresa fará toda a diferença!

Gostou do conteúdo? Assine nosso *newsletter* e veja mais assuntos como esse!
