



Início este artigo questionando VOCÊ que tem sua vida ligada a EVENTOS:

Qual o PRIMEIRO EVENTO de nossas vidas? Se você pensou “o nascimento”, errou. Foi o momento em que sua mãe soube que estava esperando você. E qual o ULTIMO? Se novamente você pensou na morte, errou de novo. Depois dela, tem as missas de sétimo dia, um mês, um ano e por aí vai. Assim, mesmo antes de nascermos e bem depois de morrermos, nossa vida gira em torno de eventos.

Quando leio os jornais, suas manchetes, seus cadernos e suplementos de cultura, vejo EVENTOS em profusão. Na televisão, os eventos fazem parte das programações diárias. As rádios tornaram-se promotoras de evento. São eventos de moda, científicos, de negócios, públicos, culturais, esportivos, ecológicos, sociais, religiosos, gastronômicos, com temas mas diversos.

É difícil imaginar um dia em nossas vidas sem eventos. Eles constituem a mais nova mídia atuante em nosso meio. Tornaram-se estratégias de comunicação de produtos e marcas de todos os tipos (hoje acontece em Belém a Feira da Indústria). São eventos que mobilizam a opinião pública, geram polêmica, criam fatos, tornam-se acontecimentos, despertam emoções nas pessoas e fazem do entretenimento nimento a nova indústria do terceiro milênio.

Evento é um conceito de domínio amplo. Na verdade, TUDO É EVENTO. De cursos e palestras até shows, jogos e competições esportivas, exposições, festivais, festas, mostras de arte e mesmo campanhas publicitárias criativas. Encontros reunindo pessoas para discutir e debater qualquer tema se tornam nam verdadeiros eventos. Falas, gestos e depoimentos são marcas de eventos.

A mídia não vive sem evento. Cidades ganham novas vidas com eventos. Turistas viajam o mundo para participar de eventos. O evento amplia os espaços para a vida social e pública e conduz as pessoas para a experimentação conjunta de emoções. Participando de eventos, as pessoas educam seus sentidos, aprimoram seu olhar, adquirem uma nova visão do mundo, absorvem novos conhecimentos e vivem novas experiências. Enfim, ultrapassam os limites da vida particular.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

A CRIATIVIDADE EM EVENTOS é uma modalidade de "criatividade artística". Isso significa dizer que a pessoa que cria eventos (assessores e fornecedores de eventos, cerimonialistas) é fundamentalmente um artista. E QUAL É A SUA ARTE? É a arte mais abrangente de todas - a ARTE DO ENTRETENIMENTO, independente da tipologia do evento.

Um evento, independentemente de sua natureza e seus propósitos, é um meio de entretenimento. A CRIATIVIDADE é a arte de fugir de velhos padrões e quebrá-los com imaginação. PADRÃO é algo já conhecido, repetitivo, que alimenta a expectativa. Tudo que for predeterminado segue padrões. São sequências que envolvem regras, procedimentos e processos. CRIAR EVENTOS e gerenciá-los com base em padrões estabelecidos (fazer sempre a mesma coisa) é o caminho mais curto para o INSUCESSO. Ao contrário, um EVENTO DE SUCESSO não segue padrões rígidos, mas cria NOVOS padrões.

CRIATIVIDADE em eventos é um processo de pensar sobre novas formas de diversão para o público. Participar de um evento de sucesso é usufruir algo com elevado valor estético. Isto significa experimentar sensações, viver emoções, sentir-se livre e curtir o clima do evento. Na ocorrência de tal fato o evento adquire elevado recall (leia o artigo "Você sabe o que é recall em eventos? Seu patrocinador está de olho nele" - <http://goo.gl/yryBb1>) entre o público. Muito tempo após a sua realização, ainda é lembrado pelo público. Quem não se lembra das lágrimas do ursinho Misha no final das Olimpíadas de Moscou? Dentre as principais atividades que devem integrar o processo criativo de eventos, podemos citar: imaginar, fantasiar, ousar, perceber e descobrir relações.

Ser criativo em eventos significa transformá-los em grandes espetáculos para o público. O tema constitui a ideia central do evento. É a sua ideia-força, o seu principal núcleo de criação. Dele surgem todas as demais ideias suplementares que dão vida, empolgação, ousadia e petulância ao evento.

E como você vai sobreviver no mercado de eventos atualmente? Criando DIFERENCIAIS, visto que QUALIDADE de produto e serviço, TECNOLOGIA e PREÇO todos conseguem ter. O que vai diferenciar sua empresa de seu concorrente e agregar valor ao seu produto será a qualidade dos serviços prestados, como item principal o ATENDIMENTO.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

E o que devem fazer as empresas de eventos? As empresas que QUEREM VENCER no mercado não são aquelas que PERGUNTAM o que seus cliente querem (os empreendedores “curiosos em eventos”): são aquelas que SURPREENDEM seus clientes com produtos e serviços fundamentalmente novos e DIFERENTES.

Entendam que o cliente NUNCA compra produtos e serviços: ele compra EXPECTATIVAS. Se coloque no lugar dele. Seu cliente não compra uma furadeira, mas sim um quadro na parede. Ele não compra uma lâmpada, mas a luminosidade para sua casa. Ele não lhe contrata para que você COORDENE fornecedores de eventos. Ele lhe contrata para que você produza EMOÇÕES, realize SONHOS e DESEJOS. Sua missão é SURPREENDER, ENCANTAR ENTUSIASMAR seu cliente e não IMPOR aquilo que você ache importante para você e não para ele!

E como definir a satisfação do seu cliente? A Satisfação é a relação entre o que o cliente VÊ (percebe) e o que ELE ESPERAVA VER (expectativa)! Expectativas superadas geram SATISFAÇÃO. Satisfação superada gera ENCANTAMENTO. E é por isso que seu cliente lhe procura.

E continuando as indagações, pergunto a você se devemos satisfazer as NECESSIDADES ou DESEJOS do seu cliente? Entenda que a NECESSIDADE é mais ligada à questões fisiológicas (água, comida, ar, roupa e abrigo, etc.). Já o DESEJO é a forma como as pessoas buscam satisfazer suas necessidades. As pessoas podem satisfazer as mesmas necessidades e desejos de modos diferentes (Você necessita de comida, mas deseja comer uma pizza). Já descobriu a resposta correta?

Agora vamos juntar tudo e é agora que entra a CRIATIVIDADE EM EVENTOS. A criatividade inclui dois aspectos essenciais: a produção de algo NOVO e que este algo novo seja VALIOSO para o cliente. Criatividade é a arte de fugir de velhos padrões e quebrá-los com imaginação. A sua criatividade na execução do evento, tem que satisfazer as NECESSIDADES e DESEJOS do seu cliente ao mesmo tempo. Isso porque seu cliente quer qualidade em produtos e serviços cada vez maior, e um preço cada vez menor. Se o que você faz não é percebido como valioso pelo cliente, então não tem valor mesmo.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Se você ficar só ouvindo o cliente e fazendo só o que ele pede, correrá o risco de aparecer alguém (seu concorrente) e SURPREENDER seu cliente e tomá-lo de você!

Nunca mais VENDA apenas coisas aos clientes: ofereça EMOÇÕES, SONHOS, DESEJOS.

AGREGUE VALOR AOS SEUS EVENTOS: SEJA CRIATIVO.

Augusto Cesar tem MBA em Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos Institucionais (www.augustolima.com.br), professor da UEPA para o curso de Secretariado Executivo Trilíngue, Chefe do Cerimonial da UFRA e Mestre de Cerimônias. CV: <http://lattes.cnpq.br/4932785716921679>