

EVENT POINT

NOTÍCIAS | ENTREVISTAS | OPINIÃO | CASOS DE ESTUDO | REPORTAGENS | DICAS | RADAR | DESTINOS | GALERIAS | EMPRESAS | EMPREGO | FORMAÇÃO | LIFESTYLE | ARQUIVO

IT&CM Asia
Incentive Travel & Conventions, Meetings

24 - 26 September 2019
Bangkok Convention Centre at CentralWorld Bangkok, Thailand



RADAR

Quatro tendências nas ativações na QSP Summit



A área expositiva da edição de 2019 da QSP Summit era maior em termos de espaço – estavam mais 100 marcas presentes -, o que deu a oportunidade às empresas de trabalharem melhor as ativações.

Jogos

A Adclick e a Câmara Municipal de Matosinhos trouxeram à QSP Summit ativações divertidas que envolveram jogos. A primeira optou por um clássico, o Pac-Man, e através de uma aplicação ao jeito de chatbot o jogador preenchia os dados e controlava a pontuação. No stand da Câmara de Matosinhos era possível experimentar um jogo de corrida de automóveis, algo que fez a delícia de várias pessoas. Os jogos são muitas vezes usados pelas marcas para aumentar o engagement com os consumidores. Estes podem ser didáticos, ou seja podem produzir conhecimento, mas também, e apenas, uma experiência divertida.

<http://www.eventpointinternational.com/pt/item/12-radar/2218-jogar-ja-nao-e-so-uma-brincadeira>



adclick building audiences

Todas as empresas fazem tudo o que podem pelos seus clientes. Mas há coisas que só a Adclick pode fazer.

Até ao fim de 12 anos, adclick é a única agência de marketing digital em Portugal que oferece serviços de marketing digital e de comunicação para além de publicidade.



Experiências tecnológicas

Até Stanley Hainsworth, um dos oradores da QSP Summit, quis experimentar os óculos de realidade virtual da Ground Control, um estúdio de jogos com sede no Porto. Uma experiência que ajudou a mostrar todas as potencialidades da empresa nesta indústria, além de ser divertida. Também a Gema apresentou uma activação que consistia no uso de óculos de realidade virtual.

<http://www.eventpointinternational.com/pt/item/11-tips/2691-o-stand-ja-nao-e-o-que-era>



Criatividade, redes sociais e fun

A agência Legendary surpreendeu no evento. A empresa apresentou um stand que era um escritório, mas de pernas para o ar. O resultado? Os participantes eram fotografados em frente, mas o resultado final era bem mais divertido: o escritório na posição correcta e os participantes, eles sim, de pernas para o ar. O convite para a partilha nas redes sociais era quase inevitável. Também a Lexus esteve em alta no evento. Além de mostrar o automóvel, como é aliás tradicional nas marcas de carros, dois robots tiravam fotografias aos participantes, que podiam deixar o contacto e recebê-las posteriormente.

<http://www.eventpointinternational.com/pt/item/9-opiniao/2651-quais-os-beneficios-dos-stands-interactivos>



Criar um conceito e contar uma história

A Lightbox Film & Advertising criou um conceito para o stand, comparando a empresa e a forma de trabalharem com a de um alfaiate. Toda a comunicação obedeceu a essa história da criação à medida. Destaque para os contactos estarem numa fita métrica, o que foi original. O cenário mudava constantemente, criando uma sensação de novidade.

<http://www.eventpointinternational.com/pt/item/3-news/2399-estudo-do-storytelling-ao-storydoing-e-a-importancia-das-historias>

