

GUIA PARA CRIAÇÃO DE EVENTOS CORPORATIVOS INTERATIVOS E ENGAJADORES



INTRODUÇÃO	1
TIPOS DE SESSÕES PARA EVENTOS CORPORATIVOS	2
COMO ESCOLHER AS ATIVIDADES CERTAS PARA UM EVENTO CORPORATIVO	6
ETAPAS PARA CRIAÇÃO DE UM EVENTO INTERATIVO E ENVOLVENTE	7
PRÓXIMOS PASSOS RUMO AO SUCESSO	10



“

“Uau! Eu achei que seria só mais uma reunião de planejamento trimestral do departamento. Eu não esperava que fosse algo tão único e engajador. Eu me senti em uma conferência do TED e não em um evento corporativo.”

Esse é o tipo de comentário que você quer ouvir quando os participantes saem do evento corporativo que você planejou. Você quer que eles tenham a sensação de terem participado de algo especial. Se o seu evento corporativo estiver recheado com atividades capazes de conquistar o interesse das pessoas e fazer com que elas comentem a respeito por dias e semanas, você atingiu o sucesso. Por outro lado, se a conversa for sobre assuntos do cotidiano – ou pior, se não houver interação – isso significa que não houve engajamento do público.

Este guia foi desenvolvido para ajudar a conquistar o “fator uau” que tornará seu evento memorável. Você aprenderá mais sobre os diversos tipos de sessões que podem incluir: como escolher as opções certas para sua convenção e os passos fundamentais para a criação de um evento corporativo de sucesso.



TIPOS DE SESSÕES PARA EVENTOS CORPORATIVOS



Cada evento corporativo é diferente, mas existem tipos de programações em comum que podem ser encontrados em todos os setores. A maioria dos eventos corporativos inclui uma combinação das seguintes sessões: apresentações, palestrantes, entretenimento ou artistas, passeios e atividades de aprendizagem experiencial.

APRESENTAÇÕES

As apresentações são a parte mais significativa de uma convenção ou evento corporativo. Agora mesmo, enquanto você está lendo isso, deve estar imaginando um salão de convenções de um hotel com um mar de pessoas assistindo a uma pessoa falando em pé em frente a uma tela. Existem inúmeras formas de realizar uma apresentação, mas praticamente todas elas incluem uma plateia sentada em cadeiras enquanto ouve uma pessoa falando e vê imagens e/ou texto em uma tela.

A qualidade de uma apresentação depende de fatores como o tema, o nível de conforto do apresentador e o conteúdo dos slides. A apresentação pode ser “apimentada” com slides dinâmicos, vídeos curtos e imagens poderosas, mas o formato é quase sempre o mesmo. Em muitos casos, a apresentação é realizada por um colaborador interno que tem pouca ou nenhuma experiência como palestrante. Apresentadores externos altamente capacitados são também uma opção dependendo do orçamento disponível para o evento que você está planejando.

Geralmente, você terá pouco controle sobre a qualidade das apresentações durante o planejamento de um evento, a não ser que já tenha assistido previamente à apresentação. Exceto por um título e um pequeno texto descritivo, você geralmente terá poucas informações sobre como o apresentador executará a apresentação até poder assisti-la pessoalmente. Um evento de um ou dois dias repleto de apresentações pode ser não apenas exaustivo para os participantes como estressante para a pessoa responsável pelo evento, que está com os dedos cruzados torcendo para que as apresentações agendadas ocorram com alto nível de qualidade e dentro do cronograma!



PALESTRANTES

A ideia de ter um palestrante é geralmente com o objetivo de definir a estrutura e motivar a plateia no início de uma convenção ou de um evento corporativo. Uma palestra de encerramento pode ser interessante para reforçar as mensagens do evento e causar um efeito mais duradouro.

Os palestrantes podem ser externos ou internos, mas geralmente são pessoas com mais experiência para falar em público e ficam bem confortáveis no palco. Essas pessoas geralmente falam em termos mais gerais, embora ainda relevantes, mas não têm necessariamente uma experiência no setor. Por exemplo: você pode contratar um palestrante para falar sobre como ele transformou a cultura de uma empresa e levou a empresa a conquistar uma lucratividade maior. A experiência dessa pessoa pode ser no setor de artigos eletrônicos e palestrar para colaboradores de um banco, mas os princípios corporativos são os mesmos, e sua história de sucesso pode ser inspiradora para todos os presentes.

A seleção do palestrante certo é fundamental para o sucesso. Considere os objetivos, o orçamento e a plateia de um evento quando estiver na etapa de seleção dos palestrantes.

ENTRETENIMENTO OU APRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS

Não importa o nível de interesse dos participantes em relação ao tema de um evento corporativo, participar de uma série de sessões de treinamento cansa. Esse é um motivo pelo qual você pode integrar algum tipo de entretenimento na programação. A quebra da rotina ajuda a descansar o cérebro dos participantes, dando a eles a oportunidade de retomar as sessões com entusiasmo renovado.

Alguns tipos de entretenimento ou apresentações artísticas que você pode contratar para eventos corporativos são:

- Comediantes
- Hipnólogos
- Músicos
- Grupos de improviso
- Programas de perguntas e respostas
- Apresentações de variedades
- Ilusionistas
- Imitadores de celebridades
- Contadores de histórias

O desafio de selecionar um tipo de entretenimento ou apresentação artística é encontrar a opção apropriada para todo o grupo e relevante para os objetivos do evento. Uma apresentação que não seja agradável para todos os participantes pode ter um impacto negativo quando os participantes retornarem ao trabalho.

Embora uma intervenção com entretenimento tenha seu valor, essa opção não contribuirá necessariamente para os objetivos do evento corporativo. Esse é um fator importante a ser considerado durante a tomada de decisões sobre o investimento de tempo e recursos tão valiosos da empresa.



PASSEIOS PARA EVENTOS CORPORATIVOS

Oferecer aos participantes a oportunidade de respirar ar fresco é sempre uma boa ideia, especialmente se o evento corporativo durar alguns dias. Um passeio pode ou não ter relação com os objetivos do evento. Essa atividade pode ser apenas uma oportunidade de socializar e fortalecer o *networking* ou pode ser uma extensão do próprio evento. Por exemplo: uma empresa de arquitetura pode aproveitar o encontro anual para organizar visitas em projetos recentemente concluídos ou a um museu local que tenha uma arquitetura interessante. O resultado final terá seu valor como ferramenta educativa e também servirá como quebra na rotina do dia. Caso você deseje maximizar o tempo limitado de um evento corporativo, acrescente passeios que ajudem a atingir os objetivos do evento.

Exemplos de passeios para eventos corporativos:

- Torneios de golfe
- Caça ao tesouro
- Atrações locais
- Caminhadas na floresta
- Equitação
- Voluntariado
- *Tours* locais
- Passeios de barco
- *Laser tag*

Um dos riscos associados com atividades ao ar livre é o clima. Se você estiver planejando um evento ao ar livre, tenha sempre um “plano B” para colocar em prática em caso de problemas climáticos. É importante também deixar claro para os participantes se eles devem estar preparados para atividades ao ar livre, para que eles se programem e levem as roupas adequadas.

Outro fator que deve ser considerado durante o planejamento de passeios durante eventos corporativos é se esses passeios serão convertidos ou não em resultados de longo prazo para a empresa. A maioria dos passeios desse tipo não é estruturada para construir habilidades. Como resultado, pode ser necessário desenvolver um elemento de aprendizagem durante o planejamento do evento. Embora seja possível agregar valor com essa abordagem, não será possível mensurar os resultados.

ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL

Exceto pelo exemplo dos passeios, todos os tipos de sessões mencionados acima costumam envolver uma plateia sentada, assistindo e ouvindo. As atividades podem incluir alguma atividade em grupo ou algo para “quebrar o gelo” que pode envolver alguma interação entre os participantes, mas, no geral, a plateia costuma absorver o conteúdo passivamente. Essa rotina deposita uma imensa pressão sobre os ombros dos palestrantes e dificulta a avaliação do sucesso durante o evento.

Incorporar a aprendizagem experiencial em seu evento corporativo é uma forma poderosa de manter a plateia engajada e criar uma experiência única e memorável que se mantenha viva na memória dos participantes muito tempo após o evento. Na prática, a atividade pode envolver a construção de uma ponte em miniatura para transmitir uma mensagem sobre alocação de recursos ou mesmo a solução de um mistério para aprimorar a colaboração. As pessoas aprendem melhor quando aprendem na prática, em vez de apenas lerem, ouvirem ou assistirem a algo. Se você nunca andou de bicicleta, não adianta ler sobre a física envolvida em manter a bicicleta em pé, ouvir alguém explicando como se equilibrar sobre os pedais ou assistir a seus amigos pedalando. Você tem de montar na bicicleta e tentar com as próprias pernas.

A aprendizagem experiencial não é limitada somente a atividades físicas. No mundo corporativo, a aprendizagem experiencial pode ser utilizada para aplicação de diversos conceitos e habilidades diferentes para os colaboradores. Essas opções incluem o desenvolvimento de um ambiente de trabalho mais colaborativo, o aprimoramento do atendimento ao cliente e a criação de uma cultura de produtividade (veja uma lista mais completa abaixo). Pense na sua própria experiência com planejamento de eventos. A primeira vez em que você foi responsável por organizar uma convenção, sua curva de aprendizagem deve ter sido muito íngreme. Mesmo com a presença de um supervisor ou mentor para auxiliar durante a caminhada, o conhecimento somente é absorvido quando você executa todas as etapas por si só.

O mesmo acontece com a aprendizagem de todos os tipos de novas habilidades. Se um dos objetivos de seu evento corporativo for o desenvolvimento de um novo conjunto de habilidades, a aprendizagem experiencial pode ser muito mais eficiente que uma apresentação ou uma palestra. A aprendizagem experiencial também ajudará a incorporar atividades interativas e envolvimento pessoal de forma que os participantes permaneçam engajados durante todo o evento.

HABILIDADES QUE PODEM SER ADQUIRIDAS POR MEIO DE APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL

As habilidades que os participantes podem absorver a partir de um evento corporativo interativo e engajador incluem:

- Escuta dinâmica
- Construção de parcerias
- Otimização de ligações de vendas
- Definição de metas
- *Customer Centricity*
- Otimização da contribuição dos colaboradores
- Utilização de recursos
- Antecipação de necessidades
- Planejamento
- Dar e receber *feedback*
- Quebra de silos
- Cultura de resultados
- Vivência da cultura
- Comunicação de alto impacto
- Desempenho de vendas
- Comunicação organizacional
- Cultura de *accountability*
- Vendas com integridade
- Tomada de decisões
- Solução de problemas
- Gestão do tempo
- Estratégia e táticas
- Maximização de modelo mental
- Dinâmica de equipe
- Aprimoramento de eficácia



COMO ESCOLHER AS ATIVIDADES CERTAS PARA UM EVENTO CORPORATIVO

Geralmente, um evento corporativo incluirá uma combinação de diferentes tipos de atividades, mas, para ter sucesso, você deve se esforçar para atender os critérios a seguir:

Dar suporte ao(s) objetivo(s) do evento corporativo

Manter o engajamento e o interesse dos participantes

Desenvolver um novo olhar ou novas habilidades

Considere todos os tipos de sessões de treinamento que você já experimentou:

TIPO DO EVENTO	APOIO AOS OBJETIVOS?	PROMOÇÃO DE ENGAJAMENTO?	DESENVOLVIMENTO DE HABILIDADES?
Apresentações	Provavelmente	Provavelmente não	Não
Palestrantes	Provavelmente	Provavelmente	Não
Apresentações artísticas	Não	Sim	Não
Passeios durante eventos corporativos	Provavelmente	Sim	Não
Aprendizagem experiencial	Sim	Sim	Sim

Imagine que você esteja planejando um evento corporativo com duração de um dia inteiro para ensinar a utilização de um novo sistema de *software* para a equipe de atendimento ao cliente como parte de uma iniciativa da empresa para aprimorar a experiência dos clientes. Você tem dois objetivos para o evento: 1) garantir que todos os colaboradores tenham domínio sobre o *software* e 2) incentivar uma cultura de *Customer Centricity*. Esses dois objetivos são naturalmente inclinados à aprendizagem experiencial. Isso fica evidente com o treinamento do *software*, mas talvez seja menos apelativo para o objetivo de *Customer Centricity*.

Se a programação incluir sessões matinais com demonstrações do *software* e apresentações na parte da tarde sobre a importância do foco na experiência do cliente, os participantes provavelmente sairão do treinamento com extremo cansaço e levando consigo um pouco de conhecimento que poderá ser aplicado no trabalho no dia seguinte.

Considere uma programação mais eficaz que atenda os critérios anteriormente mencionados.

- Sessões na parte da manhã com uma demonstração rápida e tutoriais interativos do *software* encerrando com um quiz para testar o conhecimento dos usuários.
- Um *workshop* na parte da tarde com atividades interativas que demonstrem a importância de observar as oportunidades e melhorar a experiência do cliente, trazendo a responsabilidade por essas oportunidades e adotando ações para realizar melhorias. O *workshop* é encerrado com um plano de ação visando ao impacto direto no ambiente de trabalho de modo que os participantes saiam do evento sabendo claramente quais devem ser seus próximos passos.

Uma programação que inclua a aprendizagem experiencial será mais eficaz, porque os participantes não ficam apenas absorvendo informações passivamente, mas participam ativamente de exercícios que ensinam novos comportamentos e habilidades, além de permitir a prática dessas habilidades.

ETAPAS PARA CRIAÇÃO DE UM EVENTO INTERATIVO E ENVOLVENTE

Siga estes 5 passos para ver os participantes saírem de seu evento corporativo cheios de empolgação e motivação.

1. PENSE COMO UM EXECUTIVO

Talvez você não seja um executivo da empresa, mas isso não significa que você não possa pensar como um executivo no momento de planejamento de um evento corporativo. Aprenda com seus líderes e defina claramente seus objetivos estratégicos para o evento. Após a definição desses objetivos, determine cada decisão a partir da mesma perspectiva e confirme como cada componente do evento contribui para a conquista desses objetivos.

Durante o desenvolvimento da programação, pergunte a si mesmo:

- Essa atividade oferece suporte aos objetivos da empresa e do evento?
- Você definiu qual habilidade ou mudança de comportamento você deseja conquistar com essa atividade?
- Como é possível mensurar o sucesso de cada atividade e do evento como um todo?

Saber exatamente o que você pretende conquistar, qual é o plano para essa conquista e como verificar que você atingiu os objetivos é o primeiro passo para o planejamento de um evento de sucesso. Quando você atender a esses requisitos, poderá colocar seu plano em ação.



2. USE O ORÇAMENTO COM SABEDORIA

Os orçamentos são uma realidade nos negócios, e a maioria dos executivos quer ver um retorno de seus investimentos, independentemente do tamanho desses investimentos. Profissionais experientes sabem que o retorno não é necessariamente tangível, mas deve haver alguma forma de mensurar os benefícios do investimento de recursos em um evento corporativo.

Alguns dos fatores que devemos considerar ao determinar como investir o orçamento de sua empresa para eventos corporativos são:

- A conquista dos objetivos deve sempre a prioridade número um, portanto fique atento para organizar as atividades de uma forma que facilite a conquista desses objetivos.
- Alimentação, deslocamento, acomodações e entretenimento são despesas claramente necessárias, mas é importante prestar atenção nesses custos para poder dedicar uma parte maior do orçamento às atividades que tornarão seu evento mais relevante.
- O local do evento terá impacto no orçamento e nos resultados do evento. Se você esbanjar em um resort de luxo, o evento terá um clima mais parecido com o de férias. Entretanto, se você escolher o salão de um hotel com preço mais conservador, a atmosfera pode ser mais focada nos resultados.

Quando estiver decidindo como distribuir seus recursos limitados, avalie os benefícios e o custo. Se o investimento levar à possibilidade de conquista dos objetivos, esse será provavelmente um bom investimento. Se não houver uma vantagem real no investimento desse dinheiro em determinadas despesas práticas, reorganize esses recursos para atividades que tragam mais benefícios.

3. OTIMIZE A COMUNICAÇÃO

A boa comunicação com os participantes antes, durante e após o evento é um elemento fundamental para o sucesso. Pense neste conceito quando estiver desenvolvendo sua estratégia de comunicação:

1. **MENTE** – É importantíssimo que os participantes entendam com clareza qual é o objetivo do evento e o que a empresa espera deles. Forneça todas as informações necessárias quanto à logística e aos objetivos da convenção de modo que todos estejam completamente preparados para participar.
2. **CORAÇÃO** – Criar mudanças em uma empresa demanda mais do que apenas a obtenção de novos conhecimentos e habilidades. Os colaboradores devem também internalizar as informações e sentir que são responsáveis pelos resultados. Atividades como apresentações e palestras são úteis para transmissão de fatos e informações, mas a aprendizagem experiencial é muito mais eficaz se você deseja ressoar novos conceitos no longo prazo.
3. **MÃOS** – Existe uma razão para as escolas optarem por uma abordagem prática quando pretende ensinar novas habilidades aos alunos: isso funciona. O mesmo se aplica ao ambiente de aprendizagem corporativa. Se você pretende que seus colaboradores adotem novas habilidades e novos comportamentos, a melhor forma de ensiná-los é incluindo uma abordagem experiencial na prática.
4. **COLHEITA** – Ao atingir seus objetivos, um evento corporativo pode ter efeitos que durarão por toda a vida da empresa, mas isso somente ocorrerá se você praticar uma comunicação eficaz continuamente. Dê aos colaboradores a oportunidade de usar suas novas habilidades no ambiente de trabalho, reconheça quando eles aplicarem esses novos conceitos e encoraje os novos comportamentos que estão sendo adotados.

Quanto mais eficaz for a comunicação quanto aos objetivos, maior será a probabilidade de conclusão desses objetivos. Não confie apenas em textos e gráficos para apresentar a mensagem. Ofereça uma experiência interativa que envolva emoções e intelecto para assim conquistar adesão à mensagem. Continue praticando uma comunicação eficiente após o evento para colher os maiores benefícios por seus esforços.





4. TORNE O EVENTO MEMORÁVEL

A participação em um evento corporativo de sucesso não é como assistir a uma partida de tênis ou a um filme. Você não quer ver as pessoas sentarem e comerem um lanchinho enquanto assistem a algumas apresentações e depois irem para casa para fazer um relatório dos destaques do que viram. Você quer que as pessoas estejam engajadas durante todo o processo – antes, durante e depois – e saiam dessa experiência tomadas de paixão e empolgação em relação ao que acabaram de aprender.

Como fazer isso? Siga estas dicas:

- **POSSIBILITE A IMERSÃO** – Faça de seu evento corporativo uma experiência, e não apenas outra reunião. Crie temas que estejam presentes por todo o evento para manter os participantes permanentemente engajados. Incorporar até mesmo os menores detalhes ao tema manterá os participantes focados em sua mensagem o tempo todo.
- **CRIE UM SENTIMENTO DE UNIÃO** – Quando todas as pessoas estão vibrando na mesma frequência, crescem as chances de retenção da informação e a completa adoção das mensagens que você está apresentando. Crie uma “mini cultura” do evento, definindo imediatamente o clima e demonstrando os comportamentos que você espera observar em todos participantes.
- **EXPLORE OS SENTIDOS** – Não confie apenas em imagens e sons para transmitir sua mensagem e criar um impacto mais intenso. Utilize objetos de cenário, trilhas sonoras e aromas para reafirmar o tema do evento. Quanto maior for a imersão na experiência por meio dos sentidos, maior será a retenção.

A criação de eventos corporativos memoráveis terá impacto duradouro que continuará evoluindo com o tempo, especialmente se todos os eventos forem empolgantes e engajadores. Você acabará percebendo que os colaboradores ficam ansiosos por esses eventos, porque sabem que eles são experiências valiosas e agradáveis

5. TENHA UMA ESTRATÉGIA DE RETENÇÃO

Ao investir tempo e recursos em um evento corporativo, você espera que seus resultados sejam duradouros. Além de criar um evento interativo e engajador, implemente uma estratégia pós-convenção. Essa estratégia ajudará você a garantir que receba o melhor retorno de investimento, mas também verá ocorrer as mudanças que pretende implantar.

Siga estes passos para manter o conhecimento vivo na mente dos participantes:

- Crie ações baseadas no conteúdo apresentado no evento.
- Realize atividades de acompanhamento após o evento para reafirmar as mensagens principais.
- Envolve os líderes da empresa na promoção dos objetivos corporativos.
- Implemente um sistema para avaliar e acompanhar o progresso.
- Reconheça quando observar a aplicação dos comportamentos desejados e encoraje essas ações.

É importante lembrar que um evento corporativo é apenas uma parte dentro de uma estratégia para a conquista de objetivos. Para conquistar o sucesso contínuo, você deve assimilar constantemente as atitudes e os comportamentos que envolvem a cultura desejada para a empresa. Aproveite o entusiasmo gerado nos eventos corporativos por meio de uma boa estratégia de retenção.

PRÓXIMOS PASSOS RUMO AO SUCESSO



A organização de um evento corporativo exige planejamento estratégico e total atenção aos detalhes. Comece definindo seus objetivos para o evento e todas as decisões com esses objetivos em mente. Crie sua programação com sessões que ofereçam suporte aos objetivos do evento, engajem os participantes e permitam a mensuração da eficácia da sessão. Incorpore a aprendizagem experiencial para transmitir novas habilidades e criar mudanças de comportamento que não durem apenas alguns dias ou algumas semanas, mas sim sejam incorporadas à cultura da empresa.

Se você ainda está conhecendo a aprendizagem experiencial ou deseja obter ajuda de especialistas em treinamentos corporativos com décadas de experiência, entre em contato com a Eagle's Flight agora mesmo e solicite um orçamento. Com mais de 50.000 sessões de treinamento apresentadas para milhares de clientes em todos os setores, a Eagle's Flight pode ajudar a transformar um evento corporativo comum em uma experiência para a qual as pessoas digam "UAU" e cujo conteúdo seja lembrado por muito tempo.

SOLICITE UM ORÇAMENTO



+55 (11) 3050-2210 | www.eaglesflight.com | info@eaglesflight.com

