

ANO VII
NÚMERO 24
TRIMESTRAL
JUL, AGO E SET DE 2017
5,00 €

EVENT POINT

**“EM BRAGA É FÁCIL” É O LEMA PARA A MEETINGS INDUSTRY
TRÊS MIL PESSOAS DERAM ASAS AO RED BULL AIR RACE
TAP QUER VOAR MAIS ALTO EM CONGRESSOS E EVENTOS
PRESIDENTE DO JÚRI DOS BEA WORLD QUER VER CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO**

COOL SPONSORS


ARENA
CORPORATE EVENTS





Samsys: 80% Do Orçamento De Marketing É Destinado Aos Eventos

A Samsys é um exemplo de como os eventos têm permitido valorizar e dar notoriedade à marca, chegar a diferentes públicos-alvo, e beneficiar parceiros e clientes.

Fundada em 1997, a Samsys actua na área das tecnologias de informação, prestando serviços de consultoria informática. Ruben Soares, um dos fundadores, e director executivo, explica que o evento mais emblemático é o Dia do Cliente (DDC). Este ano, na 6ª edição, o DDC contou com 1200 pessoas,

que encheram o Pavilhão Multiusos de Gondomar. O Dia do Cliente foi criado para "motivar os empresários nacionais, incentivando-os à acção, a procurar novos mercados, a inovar os seus produtos e serviços e a fazer networking, que é o primeiro passo para se gerar negócio", conta o responsável. "Actualmente

trata-se do evento com maior projecção e impacto que organizamos. O *feedback* que recebemos é que as pessoas reconhecem o crescimento da marca, não só tendo em consideração a dimensão da audiência, mas pela qualidade do próprio evento, desde os oradores, passando pelas animações, pelo espaço, pelo tamanho da área em que damos visibilidade às marcas que nos apoiam neste dia, pela nossa preocupação até com as soluções de almoço no recinto". Segundo Ruben Soares este é o maior evento anual de desenvolvimento pessoal e profissional gratuito em Portugal. A Academia Samsys organiza ainda outras iniciativas. Por exemplo, a Formação de Alto Desempenho Comercial, que esgotou a sala de formações, com cerca de 60 pessoas, ou as Tertúlias, que juntam cerca de 100 pessoas. "Cada vez que batemos mais um recorde surge uma vontade arrebatadora de fazer cada vez mais, unindo esforços para que, não deixando nunca de inovar e surpreender, sejam apresentados eventos bem organizados, por pessoas motivadas e que gostam do que fazem. Isso tem-se refletido nos resultados".

Ruben Soares admite que o peso dos eventos na empresa "é muito grande". "Actualmente, a Samsys despende mais de 80% dos seus fundos de marketing anuais, que têm vindo a aumentar de ano para ano, na realização de dezenas de eventos, promovidos pela sua Academia, que tem o mesmo nome, com objectivos bem definidos". Todos os meses a empresa procura apresentar um novo evento, versando várias temáticas, que podem ir desde segurança digital, redes sociais profissionais (como o LinkedIn), obrigatoriedades de alterações na legislação e como essas afectam as empresas, técnicas comerciais, entre outras. Além disso a Academia tem um outro objectivo e que passa por se "dedicar a outra vertente na área de eventos: o apoio a eventos que se enquadrem na visão que definimos, sejam eles conferências, formações ou outros eventos de grande valor formativo. Assim, estamos atentos a eventos de desenvolvimento pessoal e profissional no país e, ao estabelecer parcerias com a entidade organizadora conseguimos que os nossos clientes e amigos consigam marcar presença por um preço especial, com descontos significativos entre 30% e 60%". O Click Summit é um bom exemplo desse apoio dado a eventos de terceiros.

É o departamento de comunicação da Samsys, constituído por cinco elementos, que operacionaliza tudo o que tem a ver com os eventos. Estes têm necessariamente de reflectir os valores da marca. "Todos os eventos organizados pela Academia Samsys reflectem preocupação com a responsabilidade social, pelo que está bem latente a necessidade de levar à sociedade a oportunidade de desenvolverem competências, pessoais ou profissionais, úteis e realmente direccionadas para o crescimento. Esta visão vai ao encontro da missão da marca, que é ajudar os seus parceiros a crescer". O acrónimo C.O.R.A.G.E.M. (Competentes, Objectivos, Responsáveis, Ajudadores, Genuínos, Empenhados e Motivadores) está presente em tudo quanto fazem.



Duas perguntas a Ruben Soares

Como fazem a vossa escolha de fornecedores? Evento a evento? Por concurso? Têm fornecedores preferenciais?

Alguns dos nossos fornecedores são nossos clientes há muitos anos e fazemos questão de dar primazia a essas mesmas empresas. Faz parte da política da empresa, pois é uma forma de demonstrarmos lealdade e fortalecermos relações. Ainda assim, gostamos de estar atentos ao mercado, temos mente aberta e investimos tempo na procura das melhores soluções. Esta é, inevitavelmente, uma forma de garantir a sustentabilidade da empresa. Às vezes somos surpreendidos de forma positiva quando nos apresentam valores inferiores ao habitual e quando as empresas fornecedoras fazem questão de ter visibilidade enquanto patrocinadores, como aconteceu no DDC com o fornecedor de *merchandising* ou até quando somos surpreendidos pelo profissionalismo e palavra de fornecedores que trabalham em feriados e fins-de-semana para aceder aos pedidos de produção que fazemos. E cumprem-nos, como aconteceu com um novo fornecedor que produziu as letras luminosas que estavam em palco no DDC, produzidas em menos de uma semana.

Como é que a marca vê o sector dos eventos em Portugal, no que diz respeito à qualidade e alternativa de fornecedores?

Portugal tem largas centenas de pessoas verdadeiramente inspiradoras, com lições de vida capazes de nos pôr a questionar a forma como agimos, como lidamos com os desafios. A coragem que as próprias têm tido no sentido de partilhar essas mesmas histórias tem sido notória e todos ficamos a ganhar com isso. Assim surgem eventos com grande qualidade, que contam com personalidades portuguesas e também referências internacionais, como no caso do Web Summit, que já é a maior conferência tecnológica do mundo, o que naturalmente nos enche de orgulho enquanto portugueses, já que é no nosso país que temos a maior conferência do nosso setor de atividade.