

O Modelo Completo de Planejamento de Feiras

Contagem regressiva de 12 semanas · planilhas de orçamento · checklists diários
captura de leads · follow-up pos-feira · medição de ROI

Tudo o que você precisa para planejar, executar e medir
sua próxima feira — da reserva do estande ao relatório de ROI.

Conteudo

- 1 Contagem Regressiva de 12 Semanas**
Plano de acao semana a semana, da reserva ao dia da feira
- 2 Planilha de Planejamento de Orcamento**
Orcamento detalhado com rastreamento de custos e analise de variacoes
- 3 Checklist de Marketing Pre-Feira**
Campanhas de email, redes sociais, agendamento de reunioes
- 4 Checklist de Design e Montagem do Estande**
Layout do estande, sinalizacao, tecnologia, inventario
- 5 Treinamento e Funcoes da Equipe**
Atribuicao de tarefas, elevator pitch, qualificacao de leads
- 6 Guia de Configuracao de Captura de Leads**
Ferramentas, fluxos de trabalho, criterios de qualificacao, integracao com CRM
- 7 Checklists do Dia da Feira**
Rotinas diarias de abertura, meio-dia e encerramento
- 8 Cronograma de Follow-Up Pos-Feira**
Planos de acao de 48 horas, 1 semana e 1 mes
- 9 Planilha de Medicao de ROI**
Custo por lead, pipeline gerado, receita fechada
- 10 Notas e Contatos**
Paginas para anotacoes durante a feira

1

Contagem Regressiva de 12 Semanas

Seu plano de ação semana a semana, da reserva do estande ao dia da feira

Semana 12 — Fundamentos

- Confirmar tamanho, localização e contrato do estande
- Definir metas da feira (leads, reuniões, demos, meta de receita)
- Elaborar orçamento preliminar (ver Seção 2)
- Identificar membros-chave da equipe e atribuir funções
- Pesquisar dados demográficos dos participantes e contas-alvo

Semana 11 — Design e Fornecedores

- Passar briefing ao designer do estande / selecionar pacote
- Encomendar materiais com marca (banners, toalhas de mesa, displays)
- Reservar hotel e passagens para a equipe
- Iniciar plano de marketing pre-feira (ver Seção 3)
- Registrar-se no portal de expositores / enviar perfil da empresa

Semana 10 — Conteúdo e Material

- Finalizar layout do estande e design da sinalização
- Criar roteiros de demo e fichas de produto
- Preparar ativos digitais (vídeos, apresentações, QR codes)
- Projetar e encomendar brindes / material promocional
- Configurar ferramenta de captura de leads e testar o fluxo

Semanas 8-9 — Impulso de Marketing

- Lançar campanha de email pre-feira (sequência de 3 envios)
- Publicar teasers nas redes sociais (bastidores da preparação)
- Agendar reuniões com contas-alvo via app da feira
- Publicar post no blog / press release sobre sua participação
- Coordenar com parceiros co-expositores ou palestrantes

Semanas 6-7 — Treinamento e Ensaio

- Treinar a equipe do estande nos critérios de qualificação de leads
- Praticar o elevator pitch (versão de 30 segundos)
- Ensaiar demos do produto — lidar com objeções comuns
- Testar toda a tecnologia (telas, tablets, hotspot WiFi, carregadores)
- Confirmar logística de envio dos materiais do estande

Semanas 4-5 — Preparacao Final

- Imprimir crachas e cronogramas da equipe
- Embalar kit do estande (ver checklist de embalagem abaixo)
- Finalizar fluxo de captura de leads: capturar → qualificar → CRM
- Preparar templates de email de follow-up pos-feira
- Confirmar todas as entregas e prazos dos fornecedores

Semanas 2-3 — Ultima Milha

- Enviar email final pre-feira: 'Visite-nos no estande #___'
- Carregar todos os dispositivos, testar app de captura offline
- Revisar planta do pavilhao — localizar concorrentes, parceiros, saidas
- Preparar pauta para briefing diario da equipe
- Enviar materiais do estande (prever 5+ dias para o frete)

Semana 1 — Semana da Feira

- Chegar cedo para montagem do estande — testar tudo
- Briefing da equipe: metas, funcoes, processo de leads, cronograma diario
- Registrar cada conversa — nao confiar na memoria
- Debrief diario: melhores leads, aprendizados, ajustes
- Desmontar e conferir todos os materiais

DICA PRO

Nao espere ate a semana da feira para testar sua captura de leads. Faca uma sessao de simulacao com sua equipe na Semana 6 — pratique capturar, qualificar e sincronizar leads com seu CRM. As equipes que ensaiam capturam 2-3x mais leads qualificados.

2

Planilha de Planejamento de Orcamento

Registre cada custo — saiba seu custo por lead antes da feira acabar

Categoria	Item	Estimado	Real	Variacao
Estande	Aluguel do espaco			
Estande	Design e construcao do estande			
Estande	Sinalizacao e graficos			
Estande	Aluguel de mobiliario			
Estande	Eletricidade e WiFi			
Estande	Carpete / piso			
Viagem	Passagens aereas			
Viagem	Hotel (__ noites x __ quartos)			
Viagem	Transporte terrestre			
Viagem	Diarias / refeicoes			
Marketing	Campanha de email pre-feira			
Marketing	Anuncios em redes sociais			
Marketing	Material impresso			
Marketing	Brindes / material promocional			
Tecnologia	Software de captura de leads			
Tecnologia	Monitores / telas			
Tecnologia	Hotspot WiFi / conectividade			
Equipe	Tempo da equipe (__ pessoas x __ dias)			
Equipe	Equipe temporaria / recepcionistas			
Envio	Frete de ida			
Envio	Frete de retorno			
Envio	Movimentacao (entrega no pavilhao)			
Outros	Seguro			
Outros	Listagem no guia / patrocinio			
Outros	Jantares com clientes / entretenimento			

Resumo do Orcamento

Orcamento Total Estimado: \$ _____
Gasto Real Total: \$ _____
Leads Capturados: _____
Custo Por Lead: \$ _____

REFERENCIA

Custo medio de uma feira: \$30K-\$50K para um estande de 3x3m. Custo medio por lead: \$150-\$400. Se seu CPL ultrapassar \$500, revise o trafego do estande e a eficacia da captura de leads antes da proxima feira.

3

Checklist de Marketing Pre-Feira

Gere trafego para seu estande antes das portas abrirem

Campanha de Email (Sequencia de 3 Envios)

Email 1 — 6 semanas antes

Anuncie sua participacao. Numero do estande, o que voce vai mostrar, por que devem visitar.

Email 2 — 3 semanas antes

Ofereca agendamento de reunioes. Inclua link do calendario. Antecipe uma demo exclusiva ou brinde.

Email 3 — 3 dias antes

Lembrete final com mapa do pavilhao, seu estande destacado. Crie urgencia.

Plano de Redes Sociais

- Publicar anuncio 'Estaremos na [Show Name]' com numero do estande
- Compartilhar fotos / videos da preparacao do estande (bastidores)
- Criar hashtag especifica do evento e usar a hashtag oficial da feira
- Lancar concurso pre-feira: 'Visite nosso estande para ganhar ___'
- Marcar palestrantes, parceiros e contas-alvo nas publicacoes
- Fazer live do pavilhao (energia do Dia 1, demos de produto)
- Publicar resumo diario nos stories com melhores momentos e citacoes-chave

Agendamento de Reunioes

- Exportar lista de participantes do portal do organizador
- Identificar 20-50 contas-alvo na lista de participantes
- Enviar solicitacoes de reuniao personalizadas via LinkedIn / email
- Agendar reunioes em blocos de 30 min com intervalos de 15 min
- Registrar todas as reunioes confirmadas no calendario compartilhado da equipe
- Preparar um briefing de 1 pagina para cada reuniao agendada

Conteudo e PR

- Publicar post no blog: 'O que estamos levando para a [Show Name]'
- Enviar press release para publicacoes do setor
- Preparar pontos-chave e FAQ para entrevistas com a midia
- Criar um folheto digital compartilhavel (PDF, nao apenas impresso)

4

Checklist de Design e Montagem do Estande

Tudo o que voce precisa no pavilhao

Layout do Estande

- Confirmar dimensoes do estande e horarios de montagem/desmontagem
- Criar um croqui do layout (exposicao de produtos, area de reunioes, armazenamento)
- Planejar o fluxo de trafego: pontos de entrada, estacoes de demo, saida para o corredor
- Posicionar elementos visuais-chave na altura dos olhos, voltados para o corredor de maior trafego
- Designar um canto privado para reunioes com leads qualificados

Sinalizacao e Branding

- Banner principal com nome da empresa + tagline (legivel a 6 metros)
- Mensagens de beneficios do produto/servico (3-5 pontos-chave)
- Precos ocultos — usar 'Pergunte-nos' ou 'Veja a demo' no lugar
- QR code direcionando para landing page / formulario de captura
- Cores e fontes da marca consistentes em todos os materiais

Checklist de Tecnologia

- Tablets / iPads (carregados, apps instalados, modo offline testado)
- Monitor portatil / tela para demos ou video em loop
- Hotspot WiFi (nao depender do WiFi da feira — sempre falha)
- Reguas e extensoes (minimo 6 tomadas)
- Carregadores de celular para a equipe
- App de captura de leads instalado em todos os dispositivos, testado offline
- Backup: formularios de leads em papel + recipiente para cartoes (por garantia)

Checklist de Embalagem

Categoria	Itens	Qtd.	Embalado
Sinalizacao	Banners roll-up, posters, capas de mesa		
Material	Folhetos, fichas de produto, cartoes de visita		
Tecnologia	Tablets, monitor, cabos, carregadores		
Brindes	Brindes, itens com marca, roleta de premios		
Ferramentas	Fita, abracadeiras, tesoura, kit de ferramentas		
Suprimentos	Canetas, blocos de notas, balas, alcool em gel		
Mobiliario	Toalha de mesa, almofadas, tapete		

Pessoal

Sapatos confortaveis, lanches, garrafas de agua

5

Treinamento e Funcoes da Equipe

Cada membro da equipe deve conhecer sua funcao, seu pitch e como capturar leads

Atribuicao de Funcoes

Funcao	Pessoa	Responsabilidade Principal	Backup
Capitao do Estande		Coordenacao geral, cronogramas, escalacoes	
Lider de Demos		Demonstracoes de produto, Q&A tecnico	
Recepcionista		Atrair visitantes, qualificar, direcionar para demo	
Anfitriao de Reunioes		Reunioes 1:1 agendadas, prospects seniores	
Gestor de Leads		Capturar, qualificar, classificar todos os leads em ...	
Redes Sociais		Publicacoes ao vivo, fotos, stories do pavilhao	

Elevator Pitch (30 segundos)

Cada membro da equipe deve memorizar e praticar esta estrutura:

Gancho (5 seg) — Um dado surpreendente ou pergunta que os faça parar

Problema (10 seg) — O ponto de dor que voce resolve — seja especifico

Solucao (10 seg) — O que voce faz de diferente — seu angulo unico

CTA (5 seg) — O que voce quer que eles facam em seguida (ver demo, escanear cartao, agendar chamada)

Escreva seu pitch aqui:

Critérios de Qualificacao de Leads (BANT)

Budget: Eles tem orcamento alocado para esse tipo de solucao?

Authority: Sao tomadores de decisao ou influenciadores?

Need: Tem uma dor clara que voce resolve?

Timeline: Estao comprando nos proximos 3-6 meses?

CLASSIFICACAO DE LEADS

Hot (A): tem todos os 4 criterios BANT → fazer follow-up em 24 horas. Warm (B): tem 2-3 criterios → fazer follow-up em 48 horas. Cold (C): tem 1 ou menos → adicionar a sequencia de nurturing. Classifique cada lead como A/B/C antes de sair do estande.

6

Guia de Configuracao de Captura de Leads

Capture cada conversa, nao apenas cada cracha

Fluxo de Captura de Leads

Projete seu fluxo de captura ANTES da feira. Cada membro da equipe deve seguir o mesmo processo:

1. **Abordar** Cumprimente o visitante, faca uma pergunta aberta, avalie o interesse.
2. **Qualificar** Repasse os criterios BANT (mentalmente). Determine se e lead A/B/C.
3. **Capturar** Registre a conversa — nome, empresa, pontos de dor, proximos passos.
4. **Classificar** Marque o lead como Hot (A), Warm (B) ou Cold (C) imediatamente.
5. **Anotar** Adicione contexto: o que importa para eles, objecoes, pedidos especificos.
6. **Sincronizar** Garanta que os dados do lead sejam sincronizados com o CRM em 24 horas (automatizado se possivel).

O Que Capturar de Cada Lead

Campo	Exemplo	Prioridade
Nome completo	Jane Smith	Obrigatorio
Empresa	Acme Corp	Obrigatorio
Cargo / Funcao	VP de Vendas	Obrigatorio
Email	jane@acmecorp.com	Obrigatorio
Telefone	+1-555-0123	Desejavel
Ponto de dor	Perdem leads apos as feiras	Critico
Solucao atual	Usam planilhas	Importante
Faixa de orcamento	Buscam investir \$5K-\$20K	Importante
Prazo	Comprando no Q3 2026	Importante
Proximo passo acordado	Agendar demo na proxima terca	Critico
Classificacao do lead	A (Hot)	Obrigatorio
Notas da conversa	Citacoes-chave, interesses especificos	Critico

DICA EXPORB

Leitores de cracha tradicionais capturam COM QUEM voce se reuniu. Mas perdem SOBRE O QUE voce conversou — e isso que fecha negocios. Exporb grava as conversas do estande, escaneia cartoes de visita e usa IA para extrair pontos de dor, sinais de compra e acoes de follow-up automaticamente. Sua equipe captura contexto, nao apenas contatos. Experimente gratis em exporb.com.

7

Checklists do Dia da Feira

Rotinas diárias para uma feira tranquila e produtiva

Abertura Matinal (30 min antes das portas abrirem)

- Chegar 30 minutos antes da abertura do pavilhão
- Ligar todas as telas, carregar dispositivos, testar WiFi / hotspot
- Verificar se o app de captura de leads está rodando e sincronizando
- Reabastecer folhetos, brindes, cartões de visita
- Reunião rápida da equipe: meta do dia, reuniões agendadas, alvos-chave
- Limpar o estande — organizar cabos, limpar superfícies, alinhar sinalização
- Verificar estandes dos concorrentes — alguma mensagem ou oferta nova?

Verificação do Meio-Dia (rodizio para almoço)

- Revisar leads capturados até agora — está no ritmo da meta diária?
- Verificação rápida de qualidade: quantos leads A hoje?
- Rodizio da equipe — enviar 1-2 pessoas para almoçar, manter o estande coberto
- Percorrer o pavilhão — visitar parceiros, verificar concorrentes, fazer networking
- Publicar atualização nas redes sociais direto do pavilhão
- Carregar dispositivos, reabastecer suprimentos

Debrief de Encerramento (15 min após o fechamento)

- Contar leads capturados hoje: __ Hot, __ Warm, __ Cold
- Revisar os 5 melhores leads — atribuir responsáveis pelo follow-up
- Enviar emails de follow-up 'do mesmo dia' para leads Hot (A)
- Compartilhar aprendizados-chave: quais mensagens ressoaram? Objeções comuns?
- Proteger o estande: guardar objetos de valor, cobrir displays, carregar dispositivos durante a noite
- Definir metas para amanhã — o que melhorar?

Rastreador Diário de Leads

Dia	Meta de Leads	Hot (A)	Warm (B)	Cold (C)	Total	Reuniões
Dia 1						
Dia 2						
Dia 3						
Dia 4						
TOTAL						

8

Cronograma de Follow-Up Pos-Feira

A regra das 48 horas: velocidade fecha negocios

Dentro das Primeiras 24 Horas

- Exportar todos os leads da ferramenta de captura para o CRM
- Enviar follow-up personalizado para TODOS os leads Hot (A)
- Fazer referencia a topicos especificos da conversa ("Voce mencionou que esta com dificuldade em...")
- Incluir um proximo passo claro: agendar chamada, enviar proposta, compartilhar case de sucesso
- Conectar-se com leads A no LinkedIn com nota personalizada

Dentro de 48 Horas

- Enviar follow-up personalizado para todos os leads Warm (B)
- Incluir conteudo relevante: case de sucesso, whitepaper ou post do blog
- Propor uma data/horario especifico para reuniao (nao diga 'me avise quando puder')
- Reuniao interna de debrief: o que funcionou, o que nao funcionou, aprendizados-chave

Dentro de 1 Semana

- Adicionar leads Cold (C) a sequencia de email de nurturing
- Criar relatorio interno da feira: leads, reunioes, pipeline gerado
- Compartilhar principais conquistas e aprendizados com a lideranca
- Agradecer parceiros, vizinhos de estande e organizadores da feira
- Publicar um 'resumo da feira' nas redes sociais com fotos e conclusoes-chave

Dentro de 1 Mes

- Fazer follow-up novamente com leads que nao responderam
- Mover leads inativos para nurturing de longo prazo
- Calcular ROI preliminar (ver Secao 9)
- Decidir: devemos participar desta feira no proximo ano?
- Reservar estande com tarifa early-bird para o proximo ano (se sim)

Template de Email de Follow-Up

Assunto: Prazer em conhecer voce na [Show Name] — [topico especifico]

Corpo: Ola [Name],

Foi um prazer conversar com voce na [Show Name] ontem. Gostei muito da nossa conversa sobre [ponto de dor especifico que mencionaram].

Como combinamos, aqui esta [o recurso/link/informacao que discutiram].
Teria disponibilidade em [data/horario especifico] para uma chamada de 20 minutos para explorar como podemos ajudar com [desafio especifico deles]?

DADOS DE FOLLOW-UP

Emails genericos de 'prazer em conhecer voce' tem uma taxa de resposta de 5-15%. Follow-ups personalizados que fazem referencia a detalhes especificos da conversa alcançam taxas de resposta de 40-55%. E por isso que capturar o contexto da conversa importa mais do que capturar dados do cracha.

9

Planilha de Medicao de ROI

Comprove o valor de cada dolar investido

Metricas de Entrada

Metrica	Valor	Observacoes
Investimento total na feira	\$ _____	Do orcamento da Secao 2
Total de leads capturados	_____	Todos os leads A + B + C
Leads Hot (A)	_____	Prontos para comprar
Leads Warm (B)	_____	Interessados, precisam de nurturing
Reunioes agendadas na feira	_____	Agendadas durante o evento
Reunioes agendadas pos-feira	_____	Do follow-up
Propostas enviadas (dentro de 30 dias)	_____	Resultado direto da feira
Negocios fechados (dentro de 90 dias)	_____	Atribuidos a feira
Receita dos negocios fechados	\$ _____	Receita real
Pipeline gerado (total)	\$ _____	Todas as oportunidades abertas

Metricas Calculadas

Custo Por Lead (CPL)	Investimento total / Total de leads = \$ _____
Custo Por Lead Qualificado	Investimento total / Leads Hot = \$ _____
Custo Por Reuniao	Investimento total / Total de reunioes = \$ _____
Taxa de Lead para Reuniao	(Reunioes / Leads) x 100 = _____%
Taxa de Reuniao para Proposta	(Propostas / Reunioes) x 100 = _____%
Taxa de Proposta para Fechamento	(Negocios fechados / Propostas) x 100 = _____%
ROI	(Receita - Investimento) / Investimento x 100 = _____%
Multiplo de Pipeline	Pipeline gerado / Investimento = _____x

Benchmarks: Como Voce se Compara?

Metrica	Fraco	Medio	Bom	Excelente
Custo Por Lead	> \$500	\$200-\$500	\$100-\$200	< \$100
Taxa Lead para Reuniao	< 10%	10-20%	20-35%	> 35%
Taxa Reuniao para Fechamento	< 5%	5-15%	15-25%	> 25%
ROI	Negativo	0-100%	100-300%	> 300%

Multiplo de Pipeline	< 3x	3-5x	5-10x	> 10x
Taxa de Resposta ao Follow-Up	< 10%	10-25%	25-40%	> 40%

10

Notas e Contatos

Espaco para anotacoes durante a feira, contatos-chave e itens de acao

Contatos-Chave

Nome:	Empresa:	Cargo:
Email:	Classificacao: A / B / C	
Notas:		

Nome:	Empresa:	Cargo:
Email:	Classificacao: A / B / C	
Notas:		

Nome:	Empresa:	Cargo:
Email:	Classificacao: A / B / C	
Notas:		

Nome:	Empresa:	Cargo:
Email:	Classificacao: A / B / C	
Notas:		

Itens de Acao

Aprendizados-Chave e Ideias para a Proxima Feira



Pare de perder leads em feiras. Comece a capturar conversas.

- ✓ Grave conversas do estande com um toque
- ✓ A IA extrai pontos de dor, sinais de compra e proximos passos
- ✓ Escaneamento de cartoes de visita com enriquecimento instantaneo
 - ✓ Funciona offline — nao precisa de WiFi da feira
 - ✓ Sincronize leads com seu CRM automaticamente
- ✓ Plano gratuito — sem necessidade de cartao de credito

Experimente Exporb Gratis exporb.com