



CHECKLIST

PARA UMA VISITA A UMA FEIRA NA ALEMANHA

Uma visita a uma feira na Alemanha pode abrir portas importantes.

Mas, para isso, a preparação tem de começar muito antes da viagem.

Definir objetivos claros para a visita

Antes de tudo, é preciso saber o que realmente queremos alcançar.

Procuramos clientes? Parceiros? Distribuidores? Informação sobre a concorrência?
Tendências de mercado?

Os objetivos devem estar definidos muito antes da feira.

Identificar previamente os expositores mais relevantes

Com antecedência, devemos analisar quais os expositores que realmente interessam.

Durante a feira poderão surgir contactos inesperados, naturalmente. Mas saber previamente quais são os mais importantes é crucial para aproveitar bem o tempo.

Marcar reuniões antes da feira

Depois de identificar os expositores mais relevantes, o ideal é contactar essas empresas e marcar reuniões com antecedência.

Muitos profissionais alemães não irão reunir sem um compromisso previamente agendado.

A improvisação raramente é um ponto forte da cultura empresarial alemã.

Estudar os concorrentes presentes

É importante saber quais os concorrentes que estarão na feira.

Eles também tentarão falar com os mesmos expositores, clientes ou parceiros.

Conhecer a concorrência ajuda a preparar melhor as conversas e a definir com mais clareza os nossos argumentos.

Preparar uma apresentação curta da empresa

Convém ter uma apresentação curta, clara e profissional, em alemão ou inglês.

Sempre que possível, essa apresentação pode ser enviada antes da reunião, para que a outra pessoa saiba exatamente quem somos e o que fazemos.

Levar cartões de visita e material de apoio atualizado

Parece óbvio, mas continua a ser esquecido com frequência.

Cartões de visita, brochuras, apresentações e materiais atualizados continuam a ser importantes, sobretudo num contexto empresarial.

Verificar se o website transmite confiança

As empresas alemãs valorizam websites que transmitam seriedade, profissionalismo e estabilidade.

Uma página de Facebook ou Instagram não substitui um website profissional.

E um site desatualizado, confuso ou pouco credível pode comprometer uma boa primeira impressão.

Reservar tempo para observar tendências

A visita não deve servir apenas para vender.

Também deve ser usada para observar tendências, analisar a concorrência, perceber novas soluções e identificar potenciais clientes ou parceiros que ainda não estavam no radar.

Tomar notas de todas as conversas

Depois de várias reuniões, é fácil confundir detalhes.

Por isso, convém registar imediatamente o que foi falado, o que ficou combinado e qual deverá ser o passo seguinte.

Isso ajuda a evitar mal-entendidos e melhora muito o follow-up.

Fazer follow-up nos dias seguintes

Muitas oportunidades perdem-se porque não existe continuidade.

O follow-up deve ser feito enquanto a conversa ainda está fresca.

Idealmente, não se deve deixar passar mais de duas semanas.

Não tente visitar todos os expositores.

É preferível ter cinco conversas relevantes do que cinquenta superficiais.

É importante deixar uma boa impressão, ter tempo para ouvir, conhecer as pessoas e criar alguma proximidade ao longo da conversa.

Na Alemanha, relações profissionais sólidas constroem-se muitas vezes através da confiança e da consistência.

Planeie toda a logística antes da viagem

Não basta saber onde fica a feira.

Verifique antecipadamente quanto tempo demora a chegar ao recinto a partir do hotel, quais os transportes públicos disponíveis e onde ficam as entradas mais convenientes.

Sempre que possível, evite utilizar o carro. O trânsito e a procura de estacionamento podem facilmente transformar uma viagem de 20 minutos numa hora.

Além disso, em muitas feiras alemãs, o bilhete de entrada inclui gratuitamente a utilização dos transportes públicos locais (ÖPNV). Vale a pena confirmar essa informação antes da viagem.

Outro aspeto muitas vezes esquecido é a restauração. Depois de um dia inteiro na feira, é útil já conhecer algumas opções para jantar perto do hotel. Evita perder tempo à procura de restaurantes e permite aproveitar o final do dia para rever notas, preparar o dia seguinte ou até continuar uma conversa iniciada na feira.