

O evento acabou e foi aquele sucesso, certo? Então, esse tipo de informação pode ser melhor descoberta através de uma iniciativa simples: Perguntando aos participantes. Mas não dá pra sair perguntando um por um o que eles acharam, então o que fazer? Neste artigo, **entenda porque o feedback pós-evento é importante para sua equipe e como fazê-lo de uma forma simples e eficiente!**

Por que fazer um feedback pós-evento?

Um evento corporativo contém várias partes importantes e “impossíveis” de mensurar ao mesmo tempo. Desde o credenciamento até o conforto dos palestrantes convidados; passando por outras coisas importantes como limpeza e organização. **A verdade é que, mesmo com a boa vontade dos organizadores e do pessoal designado para resolver esses potenciais pepinos, é virtualmente impossível cuidar/resolver tudo.**

Por isso, **os feedbacks que acontecem depois da realização do evento podem ser vistos como um olho mais aguçado e livre de sentimentos** (até porque, convenhamos, quem organiza sempre quer e sempre vai achar que seus eventos foram fantásticos). **Desde o planejamento do evento, a organização deve ter em mente que a opinião dos participantes é um dos principais objetos de análise que eles devem usar.**

Todo ser humano adora ser ouvido e adora dar opiniões sobre as coisas, ainda mais quando ele gasta algo (seja dinheiro, tempo ou qualquer outra commodity importante) para participar de um evento. **Oferecer a chance de que eles possam tecer opiniões acerca do seu evento** (sempre de forma construtiva) **demonstra uma genuína preocupação com o bem estar do seu cliente, ainda que ele nunca tenha consumido nada seu.**

Este tipo de iniciativa também “esconde” algo muito importante para toda empresa. **Todo mundo quer conhecer o seu cliente, entender como ele pensa e através dessas informações; traçar potenciais jornadas de compra, desenvolver novos produtos ou eventos para atrair aquele mesmo tipo de público.** O feedback pós-evento oferece uma oportunidade única para que as empresas possam fazer aquilo que elas sempre querem mas não sabem como fazer: identificar o que seu público pensa, quer e precisa.

Além de conhecer melhor o seu público, o feedback pós-evento serve para analisar a qualidade do seu evento e estimular a melhor relação entre você e o seu público.

No que o feedback pós-evento pode te ajudar?

Como dissemos no ponto anterior, **as opiniões após a conclusão do evento são importantes para o processo de conhecimento do cliente pela empresa.** Além disso, essas opiniões podem ajudar em outros pontos importantes no que tange a organização e outras abordagens.

Veja abaixo quatro áreas que os feedbacks pós-evento podem ajudar sua empresa:

Sucesso do evento: Como também falamos anteriormente, aos olhos dos organizadores; todos eventos são um sucesso. Mas sabemos que até aqueles eventos que todos saem elogiando podem sofrer pequenas melhorias ou até mesmo alterações visando um melhor conforto para os participantes do evento.

Esse sucesso pode ser medido de várias formas: O que os participantes acharam da organização do evento? O credenciamento foi feito com rapidez e segurança? Os palestrantes estavam confortáveis durante as apresentações? O que os inscritos acharam das opções por perto de alimentação e outras necessidades que talvez sejam necessárias de suprir? Apesar das grandes atrações e objetivos serem bons definidores de sucesso, as “pequenas coisas” também devem ser monitoradas.

Identificar pontos fortes e fracos: Depois de ter um sintoma no geral do que foi o evento (se ele foi mesmo um sucesso como você pensou ter sido ou não), **uma coisa igualmente importante é saber quais foram os pontos positivos e negativos do evento em geral.** Isso te permite ter um diagnóstico mais preciso do que realmente funcionou, algumas coisas que podem ser adaptadas para o futuro e aquelas que não devem mais fazer parte da estrutura do seu evento de jeito nenhum.

Aqui, **todos os pontos importantes podem ser motivo para uma avaliação. Desde o local escolhido** (e como ele foi usado para receber as atividades do evento) **até detalhes menores como o atendimento de sua equipe de credenciamento e possíveis problemas de internet.** As respostas que podem ser conseguidas assim são de grande valia para os eventos futuros. Falando em eventos futuros.....

Mapear próximos temas: Lembra do que falamos algumas linhas acima sobre você conhecer melhor o seu público e saber o que ele deseja? Então, uma das possibilidades que podem ser alcançadas com esse tipo de pesquisa é saber quais os assuntos que eles desejam que sejam tratados no próximo ano!

Por exemplo: Se seu evento é de um campo específico do saber e seus participantes sentem falta de um tema em especial, você pode usar essa oportunidade para identificar essa necessidade e fazer com que esta temática seja abordada no evento seguinte. Além de mostrar que você está atento à demanda popular, cria um sentimento de genuína preocupação com aquilo que seu público deseja.

Como fazer esse feedback?

Agora que você já entendeu a importância de realizar essa pesquisa e para quê ela pode servir, agora **chegou a hora de descobrir como fazer e receber esse feedback**. Obviamente, todo evento tem sua necessidade e sua forma de funcionar, por isso não existe uma fórmula 100% correta. Fique de olho nessas opções e veja qual se encaixa mais no seu evento!

Questionários: Apesar de parecer um pouco antiga para os tempos que vivemos de tecnologia e de tudo ao alcance da mão, **os questionários ainda podem ser uma bela mão na roda para aqueles que buscam opiniões**. Quando feitos com carinho e cautela, essa ferramenta pode entregar muitas respostas interessantes e que podem ser usadas para a organização dos próximos eventos.

É importante que, se for feita a escolha por essa ferramenta, **o questionário deve ser objetivo e trazer questões verdadeiramente importantes**; para que o participante não se sinta enfadado com as questões que estão sendo perguntadas. **Quanto mais objetivo você for, mais perguntas serão respondidas**.

Enquetes durante o evento: Se você deseja fazer os questionários mas sem abordar um público tão grande assim, **pode optar por pequenas enquetes durante o evento**. Por exemplo: Logo depois de uma palestra ou durante o coffee break, alguns profissionais da sua equipe podem se aproximar de certos participantes e os questionar acerca do evento, o que eles estão achando da organização, se os palestrantes convidados supriram suas expectativas e perguntas nessa linha.

Aqui também é importante a objetividade, até porque como as perguntas serão feitas durante o evento, sua equipe não terá tanto tempo assim para obter respostas muito longas e nem fazer perguntas muito densas.

Redes sociais: Quer aproveitar que todo mundo no seu evento já está usando as redes sociais e ter seus resultados de maneira mais rápida? Então **utilize as**

páginas oficiais do evento nas redes mais acessadas (twitter, instagram, facebook e linkedin) **e estimule os participantes a participarem das enquetes.** Além de conquistar as respostas que procura, você pode produzir outro tipo de conteúdo e fazer com que seus convidados interajam com ele e divulguem ainda mais seu evento.

Esperamos que você tenha aprendido bastante nesse artigo sobre a importância do feedback pós-evento e como realizar o mesmo nas suas ações. Ficou com alguma dúvida do que falamos no artigo? Colocou as ações que dissemos aqui e quer compartilhar os resultados? Deixe seu recado nos comentários e não esqueça de assinar a newsletter da Coudelaria!