



# Andreia Mitreiro

CEO & Founder 



## Sobre

Andreia Mitreiro é uma profissional apaixonada e comunicativa, frequentemente descrita como uma "Psicóloga e Marketer". A sua formação académica inclui uma Licenciatura em Psicologia Clínica, um Mestrado em Psicologia Organizacional, uma Pós-Graduação em Coaching para Psicólogos, uma Pós-Graduação em Marketing para Executivos e, mais recentemente, uma Pós-Graduação em Gestão para Líderes de Pequenas e Médias Empresas.

Há 4 anos, Andreia fundou a Your Trend, uma empresa de Comunicação que lidera com orgulho e dedicação. A Your Trend é especializada em Redes Sociais, Gestão de Eventos, e Design. Com mais de 10 anos de experiência, tem um historial sólido na organização de eventos nacionais e internacionais.



### Uma ferramenta indispensável

Canva - criação de artes, apresentações, mockups



### Um livro para marketers

"Find your why" de Simon Sinek



### Uma pessoa que publica bom conteúdo

Carolina Afonso @ LinkedIn

## Uma campanha

Partilha o que estás a sentir Natal 2022 da Vodafone - foi uma campanha que se focava na importância da saúde mental numa fase em que estávamos todos a viver a pandemia e muitas pessoas não lidavam bem com a solidão e com o isolamento social. Foi uma campanha forte e *straight to the point*.





# Andreia Mitreiro

CEO & Founder



## UM OLHAR SOBRE O FUTURO DOS EVENTOS

O marketing, tal como qualquer outra área, é moldado pela evolução constante das necessidades e comportamentos dos consumidores. Para 2025, as tendências de marketing continuam a reflectir um mundo em transformação, no qual a integração entre tecnologia e conexão humana assume um lugar de destaque. A inteligência artificial, em particular, tem desempenhado um papel crucial na automatização e agilização de processos, permitindo uma análise de dados mais eficiente, a personalização em massa e a criação de conteúdos de forma mais rápida e impactante. Neste cenário, algumas ideias consolidam-se: marketing baseado em dados (data-driven marketing), personalização em massa e a ascensão de experiências híbridas.

Contudo, há uma área em particular que merece um olhar mais atento: o marketing para eventos. Com o regresso definitivo dos eventos presenciais e a reinvenção dos formatos híbridos, o marketing neste segmento torna-se essencial, não apenas para a criação de experiências memoráveis, mas também para a sobrevivência de marcas e organizações.

**Entre as tendências mais amplas que dominam o horizonte de 2025, destacam-se:**

**Automatização inteligente:** A integração de inteligência artificial em campanhas publicitárias e em estratégias de CRM deixou de ser um diferencial, tornando-se uma necessidade. Ferramentas que ajudam a prever comportamentos, personalizar ofertas e otimizar recursos estão na vanguarda.

**A força do conteúdo autêntico:** As audiências estão cada vez mais céticas em relação ao conteúdo corporativo tradicional. Histórias reais, autênticas e envolventes são o coração das campanhas bem-sucedidas.

**Sustentabilidade:** Estratégias de marketing que ignoram práticas sustentáveis estão em risco. Os consumidores querem conectar-se a marcas que partilham valores ambientais e sociais.

**Experiências híbridas:** As experiências híbridas combinam o melhor dos mundos digital e presencial, permitindo que os participantes interajam tanto física como virtualmente. Estas experiências destacam-se pela sua capacidade de envolver audiências diversas, independentemente da localização, e de criar uma sensação de inclusão e pertença através de ferramentas digitais como transmissões ao vivo, salas de chat interativas e realidade virtual. A chave está em integrar estes elementos de forma



# Andreia Mitreiro

CEO & Founder



harmoniosa, garantindo que tanto os participantes no local como os remotos desfrutem de uma experiência única e inesquecível.

## **Transformar experiências: o ponto de viragem para o marketing em 2025**

Dentro deste ecossistema, o marketing para eventos desponta como a grande tendência para 2025. Não apenas porque os eventos são catalisadores de conexões humanas, mas também pela capacidade que têm de transformar marcos estratégicos em experiências tangíveis.

**1) Tecnologia na base:** Tecnologias como a realidade aumentada (AR) e a realidade virtual (VR) estão a redefinir os eventos. Estas inovações estão a transformar o modo como os profissionais de marketing criam interações que transcendem o "aqui e agora", permitindo que os participantes sejam transportados para universos imersivos e impactantes, sempre alinhados à essência da marca.

**2) Insights que guiam ações:** A recolha de dados durante os eventos tornou-se indispensável. Desde padrões de comportamento a preferências detalhadas, estes insights permitem uma personalização mais eficaz e a criação de estratégias que realmente conectam com o público.

3) Foco na experiência humana: Apesar do protagonismo da tecnologia, os eventos são sobre pessoas. Conectar-se às emoções dos participantes é o que verdadeiramente define o sucesso.

**4) Sustentabilidade em eventos:** Reduzir o impacto ambiental, desde os materiais utilizados à logística, não é apenas uma tendência, é uma exigência do mercado.

**5) Híbridos, mas impactantes:** Nem todos podem estar presentes fisicamente, mas todos podem sentir-se parte do evento. Isto exige criatividade e investimento em experiências digitais que não sejam apenas complementares, mas igualmente valiosas.

## **A tendência que vai redefinir o marketing para eventos em 2025: personalização**

Se tivesse de escolher a tendência — e necessidade — mais marcante para 2025, seria a personalização. Nenhum evento será realmente bem-sucedido sem uma estratégia personalizada que comece desde o convite até ao follow-up. Conhecer profundamente o público, adaptar conteúdos e criar momentos que dialoguem diretamente com as preferências individuais será a fronteira entre eventos memoráveis e aqueles que se perdem no complexo universo do marketing.



# Andreia Mitreiro

CEO & Founder

Resumindo, 2025 promete ser um ano que reafirma a capacidade do marketing de se reinventar, mas também de regressar ao básico: somos pessoas a criar experiências para pessoas. Para os eventos, isto significa abraçar a inovação, mas nunca perder de vista a humanização. No final do dia, é isso que faz a diferença.

