



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.

