



M-EVENTS: EVENTOS MAIS INTELIGENTES

62

Já imaginou saber qual o comportamento dos delegados ou dos visitantes do seu evento? O que lhes despertou mais a atenção? Para onde se dirigiram primeiro? Que circuito fizeram? Quais os stands mais visitados? As respostas a estas perguntas constituem informação valiosa para os organizadores de eventos. Agora imagine obter estas informações e, ao mesmo tempo, e apoiado na mesma tecnologia, poder comunicar e interagir com os participantes? Grosso modo é o que o M-Events permite fazer. O M-events é uma solução da MobilityNow, empresa que se apresenta como “especialista em soluções que unem o mundo offline ao mundo online”. São colocados sensores, os M-box, em locais estratégicos do evento. Estes equipamentos, que usam a tecnologia NFC*, interagem com os visitantes de modo a que estes tenham um papel activo no evento, desde o momento do check-in. Estes M-boxs vão recolhendo inputs dos visitantes, tirando partido dos respectivos telemóveis ou identificadores entregues na credenciação, e vão fomentando a interacção: recolha de material multimédia, registo fotográfico, partilha nas redes sociais, colocação de perguntas, votações ou simplesmente um registo “quero saber mais sobre isto”. No final, o organizador de eventos recebe uma base de dados comportamental que o pode ajudar na comunicação pós-evento ou em futuras iniciativas.

O serviço M-Events é personalizável, chave-na-mão, sendo que pode também ser adquirido parcialmente, de acordo com os objectivos de cada organizador. A única

especificidade técnica é a existência de um ponto eléctrico para cada M-box. Se isto não for possível, há a hipótese de serem colocadas baterias.

* Near Field Communication



TECNOLOGIA PREMIADA

O M-Events já foi reconhecido com o 1º prémio no "Wine Business Innovation Summit (WBIS)" com o projeto "Smart Wine Glass" by adegga. Sérgio Pinto explica-nos em que consistiu a intervenção no evento. A ideia surgiu depois da equipa adegga ter detectado uma necessidade nos eventos de provas de vinho: o facto de quem prova não poder registar facilmente os vinhos e produtores visitados e preferidos. "A experiência da adegga na organização de dezenas de eventos deste tipo fez a diferença e permitiu a identificação de um elemento comum neste tipo de eventos: o copo!" Foi desenvolvida então pela Mobility uma "solução assente num

copo de prova com um chip embutido, rapidamente baptizado como 'copo inteligente', que teve o objectivo de recolher a identificação dos vinhos preferidos de cada visitante (providor)". Antes do evento, na fase da acreditação, foi associado um copo a cada um dos participantes e no espaço foram colocados dispositivos junto de vinhos e produtores. "O registo acontece quando o provedor, simplesmente, encosta o seu copo ao equipamento de cada produtor". "No final do evento, o visitante recebe um email personalizado com a lista de todos os vinhos provados e com a identificação do produtor que o comercializa", sublinha Sérgio Pinto.

TRÊS PERGUNTAS A SÉRGIO PINTO, DIRECTOR DA MOBILITYNOW

De que forma esta solução é diferenciadora da restante oferta do mercado?

O organizador do evento tem acesso a um serviço inovador, de simples implementação, que lhe permite estabelecer uma ponte e um canal de comunicação directo a cada um dos visitantes. O M-events atinge o auge durante o evento (através das diversas possibilidades de interacção que disponibiliza) mas está presente em todas as fases com o objectivo de proporcionar uma experiência uniforme. Adicionalmente, é disponibilizada uma ferramenta ao visitante que lhe permitirá extrair o máximo de valor do evento em seu benefício e tornando-o numa personagem activa no acontecimento em que participa (o leitor poderá imaginar o cenário de uma votação, de uma dinâmica de perguntas, de pedido de mais informação ou até de troca de contactos, entre outras possibilidades.). Todos os registos e interacções ficam associados a cada um dos participantes, podendo despoletar uma comunicação em tempo real (por exemplo: "o participante X acabou de entrar no evento", publicação numa rede social ou até projecção num elemento multimédia colocado no local do evento), sendo armazenadas para posterior tratamento e consulta.

Que comportamentos dos visitantes podem ser avaliados?

Todo o sistema está construído para recolher "check-ins" e despoletar acções pré-programadas em diversos momentos de cada evento. Sempre que o visitante encontra um ponto de interesse é convidado a accionar o dispositivo e é neste momento que o registo é feito (toda a acção desencadeada por esse registo pode ser personalizada). Desta forma, no final, saberemos quais os pontos de interesse que mereceram maior atenção da parte de cada visitante (e de que visitantes), durante quanto tempo e por que motivo (uma vez que, a cada ponto de interesse, estará associada uma informação/pergunta/votação, etc.).

É possível aplicar a tecnologia a grandes eventos, com grande número de pessoas?

Sim. O serviço foi demonstrado pela primeira vez numa conferência universitária para registo e disponibilização de informação a cada um dos participantes. É actualmente fornecido a empresas privadas (para eventos internos e com clientes) e esteve em demonstração, este ano, no Congresso Mundial de Telecomunicações (Mobile World Congress). Temos neste momento em carteira eventos com mais de 100 mil visitantes.