



PAINEL LAMEC NO LACTE21

A engenharia dos eventos que transformam marcas: os bastidores da CCXP e do rebranding da Axia Energia

Carol Marsilio — CCXP • Fabia Tanabe — MPI Brazil • Leandra Peres — Axia



Por Juliana Aranega

1

A PAIXÃO VEM DE DENTRO

Pare de focar apenas no
“público final”.

Se o seu staff e seu público
interno não comprarem a
ideia, o evento será apenas
uma “entrega”, nunca uma
experiência.

2

SEASON FINALE: O EVENTO

Carol trouxe uma visão de storytelling: a CCXP é tratada como uma temporada de série.

O evento físico é apenas o clímax de uma conversa que dura o ano inteiro. Se o seu evento morre quando o portão fecha, você está perdendo dinheiro e atenção.

O evento deve ser a materialização da sua estratégia, não um quadrado isolado no calendário. Divida sua comunicação em capítulos e use o encontro presencial como a grande revelação.

3

TANGIBILIZE O ABSTRATO

Energia é um setor invisível.

Para a Axia, o evento de rebranding foi o momento de tornar a marca “tocável”.

Eles não proibiram o uso da marca antiga imediatamente; deixaram os funcionários usarem suas garrafas antigas pelo tempo que quisessem, por respeito à história, enquanto distribuía mochilas novas e as antigas foram recicladas para doação.

**SUSTENTABILIDADE NÃO SE
FALA, SE PRÁTICA.**

4

IMPLANTAÇÃO COMO STORYTELLING

Na CCXP, o palco não é a estrela; o corredor é. O maior esforço de design está em como as pessoas se cruzam. Eles criam “comunidades de fila” e espaços largos para encontros.

O fluxo e a logística são, na verdade, ferramentas de engajamento.

A planta do seu evento pode ser um “**ecossistema de encontros**”. Se o participante se sente perdido ou isolado, a estratégia de conexão falhou.

5

COMUNICAÇÃO COMO SINAL DE RESPEITO

Leandra viajou para usinas no interior para explicar o rebranding. Um funcionário confessou: “Eu não gostei da mudança, mas agora eu entendi o porquê.”

Esse “**entender o porquê**” é o que evita o boicote interno.

Emoção sem coerência é vazio. O respeito à verdade do público é o que sustenta a marca no longo prazo.



O evento não é apenas uma data no seu calendário; ele é o ápice da sua jornada. É a sua estratégia materializada em forma de experiência.”

Carol Marsilio — CCXP



A primeira coisa para trazer paixão para as pessoas é o respeito por elas. Se o seu público interno não entender e não reverberar o que você precisa, a sua estratégia morre na largada.”

Leandra Peres — Axia Energia

