



Experiências > Europa > 3 dias > Amsterdã

EXPERIÊNCIA

Quando a marca vale mais que o produto

Três dias sobre um produtor de cerveja que deixou de vender só cerveja e passou a vender a ideia de si mesmo, a ponto de cobrar ingresso de quem quer vê-la. Mede-se quanto vale essa ideia e olha-se como ela está construída.

Ficha

01

DIAS

3

CIDADE

Amsterdã

ÉPOCA RECOMENDADA

o ano todo, janeiro incluído

GRUPO

de 15 a 30 participantes; **é a única experiência do catálogo em que o grupo grande é vantajoso**

IDIOMA DAS VISITAS

inglês; confirma-se na reserva

DIAS SCHENGEN
CONSUMIDOS

3 de 90, contando o dia de entrada e o de saída

PREÇO

Sob orçamento

→ **Pedir orçamento · Baixar o roteiro em PDF**

No orçamento escrevemos quais sedes estão confirmadas e quais estão em processo de confirmação, uma a uma.

Roteiro dia a dia

02

Dia 1 — Chegada e preparação

À tarde, sessão de abertura de duas horas. Antes de entrar monta-se a matriz: cada participante chega com uma lista de coisas a contar, das superfícies dedicadas ao produto às dedicadas ao relato.

Dia 2 — A brand experience

De manhã, Heineken Experience, na sede histórica da cervejaria. Existem dois formatos, um por conta própria e um com guia, e o programa declara qual se faz.

Não é uma fábrica, é uma brand experience, e dizemos antes: a produção não se vê. Quem chega esperando uma linha de engarrafamento sai decepcionado, e a decepção não é culpa sua, mas de quem lhe vendeu errado. Aqui se vende pelo que é, ou seja, a aula de marketing mais concreta do catálogo europeu.

A reserva de grupo se faz com pelo menos quarenta e oito horas de antecedência.

À tarde, sessão de trabalho de três horas sobre os dados levantados de manhã.

Dia 3 — O trabalho

De manhã, trabalho em equipe: cada equipe desenha a brand experience de um produto brasileiro, com a mesma estrutura da que viu, e declara quanto cobraria pelo ingresso e de quem.

À tarde, apresentações de oito minutos, discussão e fechamento.

O que se visita

Lugar	O que é	Situação
Heineken Experience, Amsterdã	Brand experience na sede histórica da cervejaria, em formato por conta própria ou guiado, reserva de grupo com 48 horas de antecedência	Reservável

O que hoje esta experiência não inclui, e escrevemos nós

04

Esta experiência **não inclui uma visita a um grande porto dos Países Baixos**, que é a parada logística que um grupo esperaria nos Países Baixos: hoje não temos canal verificado e por isso não a prometemos. E não inclui, como se disse acima, **nenhuma visita a uma linha de produção**. Com uma só sede principal, esta é a experiência mais leve do catálogo europeu, e foi pensada para ser combinada: quem quer três dias cheios nos Países Baixos veja **O campus que fica quando a empresa vai embora**, que acrescenta um dia em Eindhoven.

O que inclui e o que não inclui

05

Inclui: entradas e visitas às sedes confirmadas, a reserva e a coordenação, as sessões de trabalho guiadas num total de cinco horas, os materiais, uma pessoa do Instituto com o grupo durante toda a experiência e a declaração de participação na experiência.

Não inclui: voo, deslocamentos de e para o aeroporto, hospedagem, alimentação, transporte urbano, seguro pessoal de viagem.

A época, e por quê

06

Vende-se **o ano todo, janeiro incluído**: é urbana, sob teto e com deslocamentos curtos.

Logística e capacidade

07

Tudo acontece dentro de Amsterdã e chega-se em transporte urbano.

Esta é a **única experiência de todo o catálogo em que um grupo grande de fato vale a pena**: a tarifa de grupo vale acima de vinte pessoas, e abaixo desse número não entra. O limiar é fixado pela sede, não por nós, e reconfirmamos por escrito no orçamento: não o damos como certo para uma data futura. Em todas as demais experiências o grupo grande sobe o custo por pessoa; aqui ele baixa.

O grupo recomendado continua sendo de **15 pessoas** se a experiência for comprada sozinha, porque é o tamanho que sustenta todo o resto do catálogo; mas se o grupo já é de trinta, **esta é a experiência que se deve propor**, e dizemos isso em vez de fingir que quinze está sempre bom.

Coberturas

08

O programa inclui uma apólice de acidentes e responsabilidade civil por toda a estadia. As importâncias seguradas, a seguradora e o número da apólice são publicados na contratação e anexados ao contrato; enquanto isso, pedem-se por escrito, com resposta em dois dias úteis.

Quer que conte como formação, com uma declaração? Esta experiência pode ser integrada a um programa do Instituto, com horas de aula, um trabalho a entregar e uma declaração de participação. → **Para grupos**

→ **Pedir orçamento**

Experiências relacionadas

09

O campus que fica quando a empresa vai embora (3 dias, Eindhoven) · O design como política industrial (3 dias, Copenhagen) · Cinco países, uma cidade em cada um (15 dias)



Instituto Belmonte

PRINCIPAL

INSTITUCIONAL

BHBlasted S.r.l. Società Benefit
P.IVA 08466861211 · REA NA 960178
PEC (e-mail certificado italiano) em
processo de publicação
Nola (NA), via Boscofangone zona ASI
lotto C8
Caserta (CE), via Paul Harris 63
De segunda a sexta, 9–18 CET

Programas
Experiências
Para grupos
Admissões
Visto

O Istituto
Transparência
O certificado
O método
Quem ministra
As sedes
Para grupos
Contato

[Aviso acadêmico](#) [Privacidade](#) [Cookies](#) [Termos e condições](#)

<https://istitutobelmonte.com/pt-br/experiencias/quando-a-marca-vale-mais-que-o-produto/>

O programa não concede título com validade oficial.

O Istituto Belmonte é um centro de formação privado italiano. Seus programas não concedem títulos com validade oficial na Itália nem no Brasil e não dão créditos universitários. Ao final é entregue um certificado de frequência.