



**actUALiza-te**

3ª edição • 2011

# CONFERÊNCIAS DE MKT ACTUALIZA-TE 2011

Eliane Pires & Patricia Lemos

# Programa

**actUALiza-te**  
3ª edição - 2011

## Conferências de Marketing

15 e 16 de Março 2011  
Auditório da Reitoria da Universidade de Aveiro.

**03**  
Edição

**Dia 15**

- Pedro Caramaz**  
Redes Sociais:  
a nova forma de networking
- Miguel Rangel**  
Sonae
- Ana Côrte-Real**  
Marketing Infantil
- Daniel Sá**  
Sports Marketing:  
As lições do desporto para  
as empresas
- Rui Ventura**  
Inovação e Criatividade
- João Tavares**  
Personalidade, Motivação  
e Liderança

**Dia 16**

- Luis Rasquilha**  
Tendências:  
Marketing Viral
- Paulo Morais**  
Marketing Relacional:  
O foco são as pessoas!
- Alexandra Sousa**  
Marketing Social
- Ricardo Peixe**  
Falar em Público
- Nuno Peixinho**  
Estou no mercado de  
trabalho... e agora?!
- Adelino Cunha**  
Motivar pessoas e  
equipas para o  
sucesso

**PREÇOS:**  
Estudante 10euros  
Não estudante 25euros

TE: +351 924 112 999  
markteam.comunicacao@isca.ua.pt  
<http://conferenciasmarketing.blogspot.com>

by dreamlab

ORGANIZAÇÃO:  
**MARKTEAM**

**PATROCINADORES:**  
MELIÀ RIA AVEIRO - HOTEL & SPA  
Giro  
beta  
dreamlab Digital Marketing  
DECODÉ  
PMESOFT  
FERNANDO GASPAR ARTE CONTEMPORÂNEA

**PARTNERS:**  
fjep Associação de Jovens Empregados de Portugal  
FEI  
ISCAA  
aveiro smart Business

**MAIN PARTNERS:**  
isca universidade de aveiro

# Informação a Reter

## □ **Pedro Camarez** (Redes Sociais: a nova forma de Networking)

pcamez@gmail.com

### □ Espaços de obtenção de informação e contactos:

- TEDEX
- IGNITE Portugal - <http://igniteportugal.clix.pt/>
- Livros: “ O mundo é pequeno” & “ The starfish and the Spider”

Actualmente as pessoas e as empresas têm uma pegada digital (pegada ecológica & pegada digital)

Rede de contactos: LINKEDIN (actualizar o da Globaltronic e criar para a HFA)

“Wise Stamp” (actualizar a assinatura de mail)



www.wisestamp.com

# Informação a Reter

## □ **Miguel Rangel** (Grupo Sonae)

- É sempre mais fácil comunicar se for através de imagens ou com um breve vídeo
- Quais os momentos –chave para uma mudança de imagem corporativa desruptiva:
  - Efectuar uma análise interna exaustiva (Pontos fortes e pontos fracos)
  - Efectuar análise externa (Clientes, fornecedores, parceiros)
  - Após concluído todo o processo gráfico, mostrar e captar reacções internas.
  - No lançamento da nova imagem, apostar numa estratégia de Marketing bem definida e forte.

# Informação a Reter



- Daniel Sá (As lições do desporto para as empresas)
  - ▣ As empresas não devem querer clientes, mas sim fãs. Clientes somos todos
  - ▣ Tal como no desporto devemos não só trabalhar em equipa, mas também “amar” o que fazemos... porque só assim conseguimos vender a empresa.
  - ▣ Motivação, estímulo e valorização devem ser palavras de ordem nas empresas.

# Informação a Reter

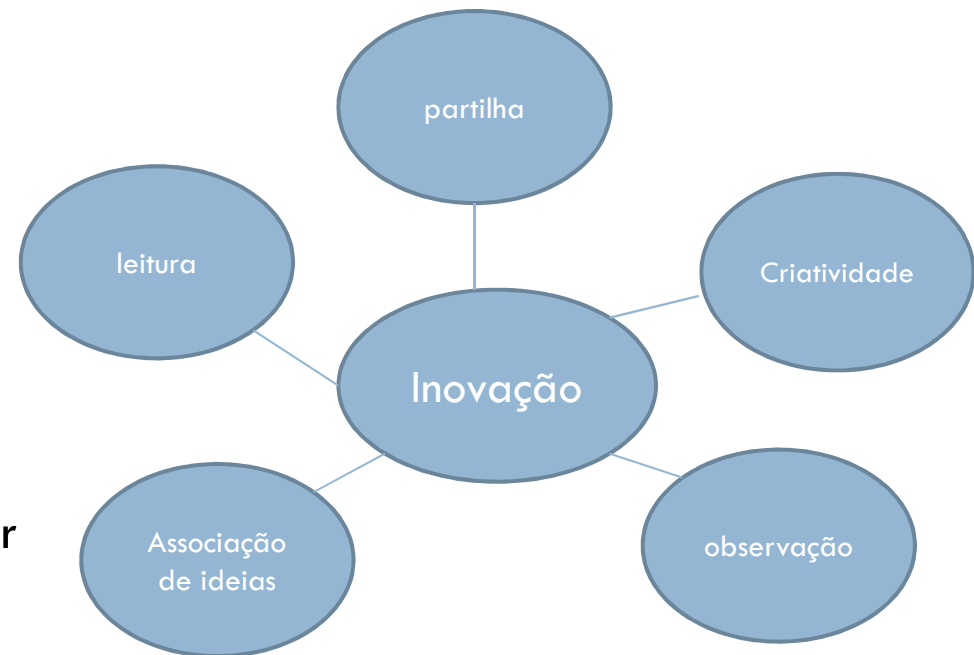
□ Rui Ventura ( Inovação & Criatividade)

<http://www.ruiventura.com/>

“ we are what we share”

Livros: “The mind map Book”

Devemos ser agentes de mudança, ir  
À frente, dar o exemplo.



Os nichos de mercado dão €. Ex: <http://www.sleeveface.com/>

# Informação a Reter

□ **João Tavares** (Personalidade, motivação e liderança)

Empresa: ATEC; [joao.tavares@atec.pt](mailto:joao.tavares@atec.pt)

Temos de ter capacidade de **Resiliência**

Livros: “The inner game of Tennis” & “ A estratégia do oceano azul”

Stop talking! Start doing!

Um líder deve ser capaz de:

- *Admitir o erro*
- *Estou muito orgulhoso de vocês*
- *Ser capaz de estimular e explorar o que de melhor o colaborador tem*
- *Ser uma referência... um ícone...*

[Video da empresa Fish - Como tornar o seu negócio, um negócio de sucesso!](http://www.youtube.com/watch?v=gNDP9jLuzXU&feature=player_embedded)

[http://www.youtube.com/watch?v=gNDP9jLuzXU&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=gNDP9jLuzXU&feature=player_embedded)

# Informação a Reter

## □ Luís Rasquilha ( Tendências: Marketing Viral)

lrasquilha@gmail.com

- 95% dos novos clientes são clientes insatisfeitos com o fornecedor antigo
- 67% dos clientes desertam sem avisar
- O preço apenas pesa 9% da decisão de compra, a relação com a marca pesa 70%
- **F** ast
- **U** rban
- **T** ribal
- **U** niversal
- **R** adical
- **E** thical
- Exemplos de Inovação:

<http://www.qbichotels.com/?gclid=CPSK24bY56cCFQgjfAodkTXidASoftware>  
“The Flat”

# Informação a Reter

□ **Paulo Morais** (Marketing Relacional: o foco são as pessoas)

[Paulo.morais@mktportugal.com](mailto:Paulo.morais@mktportugal.com)

Paradigma transaccional  paradigma relacional (relação Win/win)

Para mim não há dificuldades, há desafios

A qualidade é uma obrigação, não é um elemento diferenciador

A grande questão é: como criar valor?

# Informação a Reter

□ Ricardo Peixe (Falar em público)

<http://ricardopeixe.com>

Não há verdades universais

O tempo é o bem mais precioso que temos

Falar em público (quando falamos com mais do que uma pessoa)

- **Acreditar** no que dizemos
- **Resultados** (o que eu quero! Onde chegar?)
- **Rapport** (correspondência, empatia)
- **Flexibilidade** ( utilizar a melhor ferramenta, para os resultados que queremos)
- Aprender com: anthony robbins

# Informação a Reter

□ **Adelino Cunha** (Motivar pessoas e equipas para o sucesso)

[Web site: http://www.ihavethepower.net](http://www.ihavethepower.net)

[E-mail: ihavethepower@solfut.com](mailto:ihavethepower@solfut.com)

Livros : “Nascido para Triunfar”

- ter um motivo para a acção
- Não se consegue motivar pessoas infelizes
- A maior parte das pessoas não gostam das empresas onde estão, nem do que fazem
- Visualização dos resultados; focalização
- Ter objectivos; ter imaginação

# Informação a Reter



- Desmotivado é diferente de estar triste
- Errar, errar, errar, errar, acertar
- Medo de quem não sabe o que quer
- A melhor forma de imaginar o futuro é cria-lo
- Assumir a responsabilidade pelo nosso futuro
- Dar valor às pessoas e ajudá-las a descobrir o seu interruptor (burning desire)

# Conferências de Marketing

15 e 16 de Março 2011



*eu*  
participei!

dreamlab Digital Story Makers

