

## O "Santo Graal" do Marketing - QSP Summit 2013



Todos conhecemos casos de produtos que chegaram repentinamente ao mercado e que se tornaram uma necessidade de consumo. Antes de estes entrarem nas lojas, o consumidor não tinha essa necessidade. Basicamente o produto criou o seu próprio mercado e criou uma necessidade de consumo até aí inexistente. Para os marketers esta antecipação e descoberta de "O que o consumidor quer, mas ainda não sabe" é o seu grande desafio. Não é uma pergunta de 1 milhão mas sim de vários milhões.

Esta abordagem exige um conhecimento e uma multidisciplinaridade transversal ao Marketing, Economia, Psicologia, Neurociência, Comportamento do Consumidor, Sociologia entre outras. Não é fácil para nenhum marketer mas algumas empresas têm conseguido.

Na base desta "Caixa Negra" por decifrar, o QSP Summit propõe esta temática com o objectivo de procurar uma metodologia para este tema. Uma aproximação que nos permita no futuro chegar mais perto das necessidades não declaradas dos consumidores.

Para o efeito a conferência contará com abordagens diferenciadas que no somatório nos darão pistas sobre o comportamento de consumo e formas de nos aproximarmos da resposta. Ori Brafman, especialista da New York Times em novas formas de encarar os negócios e autor best-seller de obras como "The Starfish and the Spider: The Unstoppable Power of Leaderless Organizations", "Sway: The Irresistible Pull of Irrational Behavior"), e o mais recente "Click", vai demonstrar quais os factores psicológicos escondidos, e como estes influenciam as nossas decisões, e como as empresas podem usar essas forças para melhorar as relações com os seus clientes e consumidores. Estudar a psicologia oculta que afecta o nosso comportamento e assim podermos dar aos consumidores o que eles querem mesmo antes de estes perceberem realmente o que querem. Outra abordagem complementar será a que Neil Bearden nos traz: compreender melhor as experiências dos consumidores e dos clientes, e como o nosso cérebro as armazena e reconstrói! Neil é Doutorando em Psicologia Cognitiva pela Universidade da Carolina do Norte, Professor de MBA no INSEAD em Singapura, efectuou diversas pesquisas em Neuroeconomia no Centro de Análise e Imagem do Cérebro da Universidade de Duque. Vem de Singapura, foi distinguido nos últimos 5 anos com o Prémio de "Dean's Comendation For Excellence in MBA Teaching" e esteve este ano entre os 50 nomeados para Professor do Ano a nível mundial. O português Daniel Serrão fará uma abordagem à chave da mente: saber como entrar no cérebro do outro, pelas portas disponíveis. Quais os passos que o nosso cérebro efectua até à tomada de decisão, como o faz e em que ponto podemos actuar. Daniel Serrão é médico e professor Catedrático com um curriculum impressionante. Detentor de uma vasta obra bibliográfica em Ética da Vida, tema em que é conselheiro Papal, montou e dirigiu um laboratório privado de Anatomia Patológica onde realizou mais de um milhão e meio de exames histológicos e citológicos. Distinguido como um dos líderes mais influentes do mundo pela American Biographical Institute, integrou a lista dos 2000 mais marcantes estudiosos do Século XX pela Internacional Biographical Center de Cambridge. Foi agraciado com Grã-cruz da Ordem Militar de Santiago e Espada pelo Presidente da Republica em funções, entre muitas outras distinções.

O evento contará com 5 Cases de marcas globalmente consagradas como são a Starbucks – presente em mais de 60 países, Yahoo! – um dos mais visitados sites da internet com mais de 12.000 colaboradores presente em 25 países, Bing – o segundo maior motor de pesquisa na internet e que faz parte da Microsoft, a Telenor – grupo de telecomunicações móveis com mais de 150 milhões de utilizadores e um dos líderes mundiais, e a Clínica Universiad de Navarra – uma das mais prestigiadas unidades hospitalares da Europa.

Um importante debate sobre as tendências digitais reunirá representantes do Facebook, Google, Yahoo!, Bing e ComScore, onde as principais tendências do mundo digital serão debatidos numa sala especialmente preparada para o efeito, bem como 4 workshops livres sobre temas de grande relevância para os gestores de marketing e com protagonistas especialistas nas respectivas matérias: SEO-Search Engine Optimization, APPS, Neuromarketing e Best Practices Marketing.

O evento conta anualmente com mais de 900 conferencistas, uma área de exposição com muita interactividade e muito networking.

Rui Ribeiro,

Founder and Managing Partner da QSP - Consultoria de Marketing.