

Empreendedor n

O desafio de descobrir o que nos vai na mente

FUI RIBEIRO TROUZE UM MÉTODO INOVADOR DE PESQUISA DE MERCADO. EMPRESA SURTIU NO PORTO EM 2004 E EM 2009 ABERTA DELEGAÇÃO EM LISBOA

Ana Paula Lima

Com um pouco mais de 20 anos enfrentando o desafio de transicionar a, então, estagiária, para Dora. Ela é a atual proprietária da empresa. O momento levou-a a deixar a universidade e a criar a sua própria empresa. Ana Ribeiro, após ter trabalhado numa empresa de consultoria em Portugal, especializou-se em Marketing e QSP, mas antes esteve 10 anos a trabalhar em publicidade. «Fiz um estágio numa grande agência de publicidade em Portugal depois. Depois de 10 anos lá fui para a ERM, como a maioria dos meus colegas, com o objetivo de "legalizar" uma coisa que eu estava a fazer», conta Ana Ribeiro. Foi assim que surgiu a ideia de criar a consultoria de QSP. «Acho, que para mim "era uma necessidade". Juntei-me aos meus colegas. "No entanto, hábito Ana Ribeiro, os seus colegas em Lisboa na área de publicidade não tinham a experiência necessária para isso», explica Ana Ribeiro. Depois de um ano de discussão de marketing e publicidade da TSM de Lisboa, a criação do grupo aconteceu, mas, neste momento, ainda estão a trabalhar no mesmo espaço e a trabalhar em conjunto, embora a maioria dos seus projetos, «a nível da consultoria», seja feita em Portugal. «O grupo passou a ser "uma coisa grande"», conta Ana Ribeiro. «O grupo



que eu gostaria de ter a Dora Lourenço», explica Ana Ribeiro. Porém, a "sua própria consultoria", sempre a nível de publicidade e não de publicidade, é o que ela quer fazer. «A minha ideia de criar a QSP surgiu quando eu estava a trabalhar na ERM, quando eu estava a trabalhar na ERM», conta Ana Ribeiro. «A minha ideia de criar a QSP surgiu quando eu estava a trabalhar na ERM, quando eu estava a trabalhar na ERM», conta Ana Ribeiro.

Empresa: QSP, Consultoria Marketing
Data Nascimento: 2 de Abril de 2004
Sede: Lisboa, Portugal
Local: 1000 metros quadrados
Visão: Quer ser a melhor consultoria de marketing

que eu gostaria de ter a Dora Lourenço», explica Ana Ribeiro. Porém, a "sua própria consultoria", sempre a nível de publicidade e não de publicidade, é o que ela quer fazer. «A minha ideia de criar a QSP surgiu quando eu estava a trabalhar na ERM, quando eu estava a trabalhar na ERM», conta Ana Ribeiro.

«Quando eu estava a trabalhar na ERM, quando eu estava a trabalhar na ERM», conta Ana Ribeiro. «A minha ideia de criar a QSP surgiu quando eu estava a trabalhar na ERM, quando eu estava a trabalhar na ERM», conta Ana Ribeiro.

O desafio de descobrir o que nos vai na mente

Rui Ribeiro trouxe um método inovador de pesquisa de mercado.

Empresas urgiu no Porto em 2004 e em 2009 abriu delegação em Lisboa.

Ana Paula Uma

Com pouco mais de 30 anos enfrentou o desafio de transformar a, então embrionária, rádio Nova Era numa empresa com futuro. O projecto levou-o a deixar incompleto o curso de Gestão, mas traçou o seu futuro profissional. Rui Ribeiro fundou recentemente uma empresa de consultoria especializada em Marketing, a QSP, mas antes esteve 15 anos a traçar os destinos de alguns dos principais grupos de comunicação social do País. Depois da experiência da Nova Era, como director-adjunto, em que teve de “legalizar” uma rádio e erguer uma empresa, como recorda Rui Ribeiro, foi convidado para a direcção comercial da TSF. A rádio que para Rui Ribeiro “era uma referência” lançou-lhe um desafio. “Na altura a Rádio Nova liderava as audiências no Porto e eu tive de demubar essa montanha”, explica Rui Ribeiro. Esteve cinco anos na direcção de marketing e publicidade da TSF e de outras publicações do grupo Lusomundo, mas, mais uma vez quando tudo estava estabilizado e os objectivos cumpridos, voltou a aceitar um novo projecto. “A Media Capital tinha comprado a Rádio Comercial e queria reestruturar o grupo”, lembra o empresário. “O projecto passava por criar o maior grupo de media em Portugal, que eu gostaria de ter feito na Lusomundo”, confessa Rui Ribeiro. Perante uma proposta irrecusável, assumiu a direcção de publicidade da Rádio Comercial e das outras rádios do grupo, e mais tarde o cargo de director-geral norte da Média Capital. Quando o grupo compra a TVI, em 1998, os planos da Media Capital de abranger todas as áreas de comunicação social estavam completos. Com a entrada em boca do

grupo, ainda detido por Miguel Pais do Amaral, Rui Ribeiro é confrontado com decisões internas que vão contra a sua forma de estar e repensa a sua permanência no grupo. Neste período começa a desenhar o projecto do qual mais tarde viria a ser a sua empresa. Enquanto responsável pela área da publicidade dos vários grupos de media começou a detectar uma falha no mercado que poderia ajudar a resolver. “Quando chegava aos clientes, eles pediam sempre conselhos sobre as suas estratégias de publicidade e percebi que esses clientes precisavam de um acompanhamento diferente a que o marketing poderia dar resposta”. Num ano de pesquisa, descobriu no exterior empresas especializadas em marketing que se dedicavam a apoiar pequenas e médias empresas (PME) e quis trazer o conceito para Portugal. Com o curso de Gestão deixado a meio, mas com uma vasta experiência profissional, decidiu inscrever-se no MBA executivo da Universidade do Porto, e foi aceite. Fez ainda o Curso Geral de Finanças da Escola de Gestão do Porto, e formação para executivos da IESE – Universidade de Navarra. “Os alicerces da QSP – Consultoria de Marketing começaram a ser construídos em 2004”, conta Rui Ribeiro. Do plano de marketing para a sua empresa, Rui Ribeiro achava que faltava alguma coisa “para que as pessoas nos procurassem”. Decidiram avançar com a organização de conferências promovidas pela QSP, mas que permitissem dar a conhecer ao País os gurus do marketing nas suas mais diversas vertentes. No ano passado, a primeira conferência foi sobre a importância da marca. “Trouxemos até ao Porto o director da London Business School, Nirmalya Kumar, e o especialista em branding, Jean-Noël Kapferer”, lembra o empresário. Este ano, vão apresentar a novidade do neurocientista David Lewis que há 25 anos desenvolve trabalhos na área do neuromarketing, que é uma “ferramenta que lê a mente do consumidor”, explica. Através do estudo das reacções do cérebro permite ver como reagimos à publicidade e como se verifica o processo de decisão de compra, por exemplo. A QSP conseguiu de resto em exclusividade a representação para Portugal e Espanha deste método.

Perfil:

Empresa: QSP – Consultoria de Marketing

Data de Nascimento: 2 de Maio de 1968

Residência: Madalena, Vila Nova de Gaia

Lazer: Yoga e meditação

Vícios: Ouvir rádio e navegar na internet