

## É necessário imitar o inimigo"

2007-02-16

Um dos gurus mundiais do marketing esteve ontem no Porto, onde participou numa conferência sobre marcas. Jean-Noël Kapferer, professor de marketing na universidade HEC, em Paris, uma das personalidades mais lidas e respeitadas quando se fala de "branding", centrou o discurso nas novas realidades da competição e nos casos de sucesso de algumas marcas internacionais, defendendo que "é necessário imitar o inimigo".

Como Kapferer, também o indiano Nirmalia Kumar, professor de marketing e co-director da "Aditya V. Birla Índia Centre" na "London Business School, participou na mesma conferência, mas defendeu a marca como uma estratégia "Nunca é tarde para conquistar o mercado se tiverem uma marca com impacto. Ela só tem que ser nova, diferente e melhor".

A conferência "*The Right Steps to a Strong Brand*" (os passos certos para uma marca forte) teve por objectivo dar a conhecer as mais recentes e inovadoras técnicas e ferramentas para o desenvolvimento e gestão da marca, potenciando o seu crescimento e a valorização no tecido empresarial português.

Os gurus do marketing, pela primeira vez em Portugal, falaram para uma audiência de cerca de 400 pessoas, entre empresários, quadros e estudantes de pós-graduações.

Casos de sucesso da marca no nosso país também foram abordados. Assim, constaram do evento a apresentação dos "*case studies*" do Continente, por José Fortunato, da Parfois, por Sérgio Marques, e do "Jornal de Notícias", por Alexandre Nilo Fonseca.

O encontro, promovido pela QSP – Consultoria de Marketing, marcou o arranque de um ciclo de conferências, que deverá prosseguir com um ritmo anual, segundo revelou a assessora de imprensa. O evento de ontem contou ainda com a participação de Ana Côrte-Real, mestre em Gestão, Rui Ribeiro e Sónia Gonçalves, "*partners*" da QSP.

AJ