

As novas regras do marketing digital em destaque no QSP Summit

Independentemente do tamanho ou país de origem, como se transforma uma empresa competitiva e global? Como é que o digital, o mobile e o social media estão a mudar as regras do marketing? De que forma se consegue maximizar o retorno com o investimento em marketing digital?

MARTA ARAÚJO
martaaraujo@viadaeconomica.pt

Hermawan Kartajaya, presidente da Associação Mundial de Marketing e um dos grandes gurus do Marketing asiático, é a principal estrela do QSP Summit 2012 deste ano, que se inicia na próxima quinta-feira, às 9h, na Exponor. Este es-

pecialista vai debruçar a sua apresentação na explicação de que “a competitividade das empresas não será determinada pelo seu tamanho, país de origem e vantagens passadas”. Em qualquer mercado, defende, “as empresas não irão dominar outras”.

A conferência, que vai já na sua 6ª edição, é considerada um dos mais importantes eventos de Marketing a nível da Península Ibérica. De acordo com a organização, esperam-se mais de 800 conferencistas entre empresários, diretores de marketing e profissionais ligados à área. Os presentes irão conhecer o que de mais recente e inovador se está a fazer no mundo do marketing e como reagir a uma nova era da comunicação onde as tecnologias de informação, internet e redes sociais assumem um papel determinante na projeção das marcas.

O QSP Summit conta com três intervenções de destaque: o já referido Hermawan Kartajaya, considerado pelo Char-

tered Institute of Marketing um dos 50 gurus que moldaram o futuro do marketing, Annet Aris, professora no INSEAD, e Gian Fulgoni, CEO da ComScore.

Annet Aris vai ajudar os participantes a perceber como é que o digital, o mobile e o social media estão a mudar as regras do marketing. “A rápida implementação da banda larga de alta velocidade e das plataformas de televisão digital, juntamente com o crescimento exponencial do social e do mobile media estão a conduzir mudanças significativas no comportamento dos consumidores”, refere. Gian Fulgoni, por seu turno, vai explicar como maximizar o retorno com o investimento em marketing digital. Para Fulgoni, as campanhas digitais “têm a capacidade comprovada de construir marcas, elevarem o e-commerce e as vendas de retalho, tal como o criativo, que desempenha um papel crucial na publicidade tradicional de TV”.