

Preço, produto, promoção e distribuição com novas regras

O que é que está a mudar nos quatro P do Marketing-Mix? Quais as mais-valias da variedade de novos mundos 3-D? Como colocar a marca no centro da estratégia empresarial? Como posicionar as marcas de maneira mais agressiva e transformá-las em elementos geradores de experiências inesquecíveis para os consumidores? Vários especialistas internacionais deram, ontem, respostas a estas perguntas, assim como a outros desafios que estão a decorrer no seio do marketing mundial.

A Exponor, no Porto, serviu de palco à III Conferência Internacional - "The new marketing rules", um evento organizado pela QSP - Consultoria de Marketing, que, pelo terceiro ano consecutivo, fez um update do que se passa no sector e reuniu mais de 700 pessoas. Casos de sucesso como o You Tube, Concha Y Toro, NBP, myspace.com, Magalhães e Caminho das Estrelas, foram apresentados e discutidos como "case study" e, no que concerne aos workshops, foram ensinadas ferramentas sobre temas que marcam a agenda pela relevância e actualidade, nomeadamente, o mobile marketing, o neuromarketing e o marketing no ponto de venda.

Rui Oliveira, um dos organizadores e mentores da conferência, disse à "Vida Económica" que a "QSP cumpre, assim, a sua missão e responsabilidade enquanto agente de mudança e de criação de valor com a concepção deste tipo de eventos". Na próxima edição da secção de "Marcas, Marketing e Publicidade", pode ler informação mais alargada e específica sobre o conteúdo desta conferência.

MARTA ARAÚJO
martaaraujo@vidaeconomica.pt

