

Empresas

BRANDS' ECO

QSP Summit promete agitar as mentes

ECO + QSP
9 Março 2017



Como já tem vindo a ser hábito, a organização apresenta mais um ano de temas e oradores de referência e topo mundial.

O 11º QSP Summit garante uma edição cheia de ferramentas fulcrais na decifração da mente do consumidor. Com oradores das mais variadas vertentes, especialidades e setores, o QSP Summit trará ao público uma visão de 360°, que permitirá uma adaptação cuidada do marketing, comunicação e gestão a cada negócio.

Um novo auditório em linha com a evolução tecnológica, marcará apenas o início de um dia que se promete reflexivo, futurista e disruptivo.

Dentre grandes nomes internacionais, Paco Underhill encabeça o tema, centrado na análise do comportamento de compra, e trará à audiência fortes insights sobre tendências globais de consumo. A conveniência, a mudança do padrão de compra nas mulheres e novas tendências comerciais, serão o convergir de 30 anos de experiência em estudo de compra em mais de 46 países (incluindo Portugal).

Numa abordagem mais técnica, Li Huang traz-nos um entendimento organizacional e a aplicação do sarcasmo nos negócios e comunicação com o consumidor. Professora do INSEAD e especialista em psicologia do poder, defende que este é um meio de aumentar o pensamento criativo junto do público, quer profissional, quer final.

As potencialidades tecnológicas e inovação no setor do retalho, serão o foco da apresentação de Kyle Nel, Diretor da Lowe's Innovation Labs, que alia e lida rapidamente com o desenvolvimento exponencial da tecnologia por forma a mudar o futuro do negócio e envolver o consumidor em diversas vertentes do negócio.

Harper Reed, como "pioneiro tecnológico", trará uma abordagem digital e uma visão futurista às alterações que esta faz ao comportamento humano. Responsável pela campanha digital de Barack Obama, assume ainda a importância da confidencialidade de dados, e como os usuários podem confiar nas empresas para manter os seus dados em segurança.

Numa aliança do marketing com a neurociência, Thomas Ramsøy irá abordar as potencialidades do neuromarketing no comportamento subconsciente do consumidor. O CEO da Neurons Inc, irá prover-nos de ingredientes-chave para o design de produtos e serviços que captem interesse e desenvolvam fortes respostas emocionais.

A fechar um dia de intensa partilha, Farrah Bezner, responsável pela gestão cultural da marca Mondelēz, irá partilhar a importância de conhecer o consumidor, adaptar a cultura e moldá-la para o envolver dentro das mais variadas marcas da multinacional.

A não perder será o Disruptive Hall com David Shng que conquistou os portugueses na última passagem pelo QSP Summit e que abordará a gestão de marca no contexto de mudança que vivemos e o Fórum Trends com Miguel Almeida (NOS); Gonçalo Reis (RTP); Francisco Pedro Balsemão (Impresa); Bernardo Correia (Google) e David Dinis (Publico). Um debate sobre as tendências dos conteúdos e distribuição que certamente marcará também o dia.

Várias worklabs com oradores de grande nível e área de exposição irão trazer momentos de diversão e networking entre os participantes. Um grande evento já no próximo dia 23 de março, na Exponor!

Artigo com o Apoio de:

