

CONFERÊNCIA | Marketing e gestão

“Repetição, repetição, repetição” – uma ideia que ficou da QSP SUMMIT 2017



Em 2017 a QSP Summit afirmou-se como uma das mais relevantes conferências de Marketing e Gestão da Europa, e, uma vez mais, acolheu líderes globais que marcam tendências na evolução do mercado.

Nesta edição, subordinada ao tema “Understanding Consumer”, refletiu-se sobre as profundas mudanças do consumidor e como estas se repercutem nos comportamentos e locais de compra.

Quais as reações e estímulos dos consumidores? Quais as mudanças que as lojas terão de assumir para criarem uma melhor ligação ao consumidor? Quais são as principais tendências do mercado?

Estas foram algumas das grandes interrogações que surgiram na edição deste ano, pela mente e voz de grandes gurus do marketing e do pensamento estratégico mundial. No centro da partilha de conhecimento e do debate de ideias, esteve com primordial enfoque o neuro-marketing, área que conquista a cada dia, mais e mais interesse por parte dos grandes decisores que gerem marcas e produtos.

Foi um evento extraordinário, denso e intenso, quer em conhecimento como em animação. As cerca de 1500 pessoas que passaram pelo pavilhão 6 da Exponor, quer no grande palco do fórum principal, quer pelos auditórios dos worklabs, tiveram a oportunidade de atualizar o seu conhecimento em temas tão diversos como: ativação de marcas, design de produto, linguagem das marcas, proteção de dados, novas soluções tec-

nológicas, distribuição de conteúdos, consumidor dos mercados emergentes, inteligência artificial, marcas emocionais, digitalização da saúde, construção e gestão de equipas, cultura organizacional e planos de marketing disruptivos. Logo a abrir a conferência, o fantástico PACO UNDERHILL, comunicador de excelência que agarrou o auditório do primeiro ao último segundo, mantendo o nível de atenção sempre no topo.

Paco Underhill, um antropólogo especialista em comportamento de compra, sendo um dos mais reputados nesta matéria, a nível mundial. É Presidente Fundador da Envirosell, empresa de consultoria e pesquisa comportamental focada em ambientes comerciais, com sede em Nova Iorque. Autor de vários livros; o primeiro, “Why We Buy: The Science of Shopping”, é best-seller internacional e foi publicado em 27 línguas, a que se seguiu “Call of the Mall: The Geography of Shopping”, lançado em 2014, e considerado como um passeio humorístico num centro comercial americano. Paco afirmou categoricamente, com base nos estudos que liderou e noutras evidências científicas, que as mudanças em curso no que respeita ao estatuto feminino nas sociedades contemporâneas, tem uma consequência concreta nas tendências do consumo a nível mundial. Com o seu refinado sentido de humor, lá foi dizendo que quem compreender o que uma mulher verdadeiramente quer, terá sucesso... a dificuldade é compreender o quê?... Quando?... E

como?... Eis o mistério!... Mais adiante, Paco levou-nos a uma outra reflexão muito oportuna: “Será que as pessoas no Porto, em Lisboa, Coimbra, Londres, Paris ou Nova Iorque compram todas o mesmo e da mesma maneira?”. E aí entra outro tema, levando-nos a discernir sobre o que é global e o que é local. E principalmente sobre os fatores culturais e sociais que influenciam essas diferenças geográficas no comportamento dos consumidores.

“Repetir, repetir, repetir”

Esta foi para mim a mais marcante ideia que sobrou das alocações que foram proferidas na QSPSUMMIT 2017.

HARPER REED, provavelmente o maior responsável pelo sucesso da campanha digital de Obama, esteve no Porto para partilhar a sua experiência profissional, mas também a sua alegria e boa disposição, mostrando que quando se faz uma coisa com paixão, os resultados são sempre melhores.

Harper Reed, engenheiro tecnológico norte-americano, trendsetter e empreendedor. Tem sido considerado como um “pioneiro tecnológico”, “feiteiro digital” e um comunicador que prende as suas audiências como poucos, interpelou-nos com questões muito simples, mas sem dúvida, dotadas de extrema acuidade. Atualmente, ele é Head of Commerce na Braintree, empresa do Grupo PayPal, revelando continuamente o seu fascínio sobre a evolução da tecnologia, que não para de se moldar, transformar e capacitar o comportamento humano. Em 2012, Harper Reed foi responsável pelo desenvolvimento da comunicação online e programa Get Out The Vote da campanha de Barack Obama. Como Chief Technology Officer da Sede de Campanha de Obama em Chicago. Harper

Reed foi responsável pela direção e segurança daquela que foi certamente a campanha eleitoral mais sofisticada de sempre, apoiada por uma engenharia que utilizou os mais potentes e modernos meios digitais ao seu dispor nesse momento. No seu “talk-show”, Harper Reed firmou na QSP SUMMIT 2017, os seus créditos de orador brilhante, no que respeita a explicar de forma simples e muito compreensível, as virtudes da tecnologia e à forma como esta melhora a performance dos negócios, fomenta a criatividade organizacional e constrói equipas fortes. E claro, transforma candidatos democratas em Presidentes dos EUA, que mesmo para além dos seus mandatos, deixam uma imagem positiva na mente das pessoas, que perdurará por muito tempo. Perdurará na mente e na rede virtual global, de onde não mais se apagará. Na sua intervenção deu especial atenção à criticidade da segurança de dados online e mesmo dados demográficos e eleitorais dos políticos dos EUA.

MOBILE WORLD

“Num mundo onde todos transportam o seu computador no bolso, a informação tem-se tornado cada vez mais importante. Da análise ao objetivo, os dados são apenas uma parte do nosso mundo. Contudo, é nesta parte que passa a responsabilidade de garantir a segurança dos dados das pessoas. Como é possível equilibrar a conveniência de ter dados tão relevantes com a segurança que os seus utilizadores esperam?” Esta foi a grande advertência e desafio que o orador sublinhou.

Eis os pontos chave que Harper Reed focou na sua intervenção: O Mobile está aqui para ficar; A informação é cada vez mais importante; Um ponto de dados representa, normalmente, uma pessoa; Como podemos

estar seguros?

Uma das ideias força da comunicação de Harper Reed, não sendo uma novidade, ficou a ressoar na mente de muitas pessoas – “...repetir, repetir, repetir...” eis uma das máximas essenciais para se conseguir a tão almejada eficiência e eficácia comunicativa, mesmo quando estamos a operar no espaço virtual digital, onde a disputa pela atenção do navegador é o desafio mais exigente e difícil de vencer. Será que mais do que tudo foi este o segredo da vitória de Obama? É bem provável que tenha sido um dos truques mágicos replicados no espaço virtual digital de forma inteligente.

“Repetir, repetir, repetir” até que o utilizador, consumidor ou eleitor, mais tarde ou mais cedo, acabe por tropeçar na nossa mensagem. Faz sentido...

QSP SUMMIT – Década II

Tal como o mentor da maior conferência internacional de marketing realizada em Portugal, Rui Ribeiro, preconizava, esta primeira edição da segunda década da QSP SUMMIT, foi um êxito, quer pela qualidade superior dos oradores convidados, como pelo número de participantes inscritos, que bateu todos os recordes, assim como pelos parceiros que animaram as áreas envolventes, transformando o dia da conferência num happening festivo permanente, repleto de surpresas agradáveis e partilhas inesquecíveis para quem cultiva o melhor do net working.

Uma vez elevada a fasquia a este nível, a organização vai ter de se superar para continuar a surpreender os seus indefetíveis participantes.

Colaboração de Ana Margarida Sampaio