

**DATA, LOCAL E HORÁRIO DE REALIZAÇÃO:**

**VI CONGRESSO MARKETING DIRECTO '2009**

Lisboa. 21 de Maio de 2009

**LOCAL DE REALIZAÇÃO:** Hotel *Marriott*. Avenida dos Combatentes, 45.

**HORÁRIO:** Das 9h30 às 18h00

**PREÇO:**

		Desconto Especial "1 Mês" *
1ª Inscrição:	435 €	415 €
2ª Inscrição:	370 €	350 €
3ª Inscrição e restantes:	350 €	335 €

\*Aplicar-se-á às Inscrições efectuadas até 1 mês antes do Início da Acção de Formação, por Acção de Formação Específica, não sendo acumulável com outros descontos.  
Aos Preços apresentados será acrescido o IVA à taxa legal em vigor. Este preço inclui: a participação na Acção de Formação, os *Coffee-Breaks*, o Almoço, o Manual e o Certificado.

Para Inscrições em Grupo,  
consulte-nos para  
**DESCONTOS ESPECIAIS!**

Cancelamentos: A Global Estratégias aceita o cancelamento de inscrições até 7 dias antes da Acção de Formação. Anulações verificadas posteriormente darão origem à retenção de 20% do valor da acção, em compensação de despesas administrativas.  
NOTA: A Inscrição só será considerada válida após o seu respectivo pagamento.

**INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:**

**Por Telefone:** +351 21 314 34 50

**Por Fax:** Preencha o Boletim de Inscrição e envie-o para o Fax: +351 21 314 34 49

**Por e-mail:** Envie os seus dados para: [cursos@globalestrategias.pt](mailto: cursos@globalestrategias.pt)

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Transferência Bancária: Global Estratégias S.L., NIB 0007/ 0021/00209550018 / 61 (Banco Espírito Santo)
- Cheque à ordem de Global Estratégias S.L., enviando por Correio: Rua do Conde de Redondo, 61 - 5º. 1150-102 Lisboa



**BOLETIM DE INSCRIÇÃO**

**DADOS DOS PARTICIPANTES:**

(1º) Nome \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

(2º) Nome \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

(3º) Nome \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

**DADOS DA EMPRESA:**

Empresa \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

Morada \_\_\_\_\_

Localidade \_\_\_\_\_ Código Postal \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ NIF \_\_\_\_\_

Actividade \_\_\_\_\_ Nº Empregados \_\_\_\_\_

Responsável que Autoriza a Inscrição \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

Responsável de Formação \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_ tlm: \_\_\_\_\_

NOTA: Todos os dados fornecidos são considerados CONFIDENCIAIS e não serão facultados a entidades terceiras, excepto para efeitos de eventual auscultação por parte do Sistema de Acreditação, sujeita a uma aceitação por parte dos visados. Está contemplado o direito à consulta e correcção dos dados.

Não autorizo a utilização dos dados fornecidos para efeitos de eventual acompanhamento, auscultação e/ ou informação da formação realizada pela Empresa.

VI CONGRESSO

MARKETING  
DIRECTO '2009

Conheça as Melhores Práticas e Soluções  
de Marketing Directo

**ORADORES**

- PERSONALBRANDS (PORTUGAL). MIGUEL COELHO
- OGILVYONE/ OGILVYINTERACTIVE (PORTUGAL). RICARDO CLEMENTE
- SELECÇÕES READER'S DIGEST. ANA SOFIA CARVALHO
- MARGARIDA SANCHES OSÓRIO
- CLUBEFASHION.COM. GONÇALO SAUDADE E SILVA
- MIGUEL DE ALMEIDA DINIZ
- XEROX (PORTUGAL). JOSÉ PEREIRA ESFOLA
- FORMARKET. EDUARDO MADEIRA CORREIA
- CTT - CORREIOS DE PORTUGAL. PAULA ANTUNES PEREIRA

LISBOA. 21 DE MAIO DE 2009. HOTEL MARRIOTT.

ORGANIZADO POR:



Global Estratégias  
Consultoria de Formação e e-Learning



MEDIA PARTNER:



COM A COLABORAÇÃO DE:



clubefashion.com



Global Estratégias  
Consultoria de Formação e e-Learning

Caro Profissional,

Na actualidade, vive-se o cenário de uma Crise Financeira a nível Internacional, concretizando Implicações Directas ao nível de mudanças no Consumo e Reengenharia das Estruturas de Custos. Na realidade, este contexto caracteriza uma **Nova Atitude dos Consumidores e Marcas**, pelo que os **Investimentos em Marketing** deverão ser considerados como **Factores-Chave da Estratégia Empresarial**, uma vez que a crise traz consigo **Novas Oportunidades**, promovendo o aumento das receitas, reduzindo custos e maximizando o impacto dos Investimentos e o seu retorno. O Marketing Directo é precisamente uma das Estratégias a impulsionar, conjugando a **Segmentação e Capacidade de Personalização da Mensagem**. Dado que o Consumidor tem de racionalizar as suas Compras, as Campanhas têm que ser orientadas para o **Valor do Cliente, Valor da Proposta e Valor da Empresa**, numa óptica colaborativa, cumprindo as necessidades e expectativas do Consumidor. O foco está em cada Consumidor: as Empresas têm que apostar na **Individualização e Aproximação ao Cliente/ Potencial Cliente**, reactivando Valor, humanizando Experiências e positivando a Mensagem, estruturando um **Posicionamento de Marca Optimista e Diferenciador**, enfocando assim o Marketing Directo como um **Activo Vital** para ultrapassar os Desafios Económicos Actuais.

Por estes motivos, a **Global Estratégias** organiza este **“VI Congresso de Marketing Directo”**, reunindo um Painel de Especialistas de reconhecida experiência profissional e académica para que se actualize quanto às **Novas Soluções e Tendências** do Marketing Directo.

Votos de Bom Trabalho!

Sara Sousa Brito

Directora Geral - Global Estratégias

## Oradores



**Miguel Coelho.** Pós-Graduado em Marketing e Gestão de Serviços, com frequência no Programa MBA da *Rotterdam School of Management* e Licenciado em Economia, pela UNL. Foi responsável como *Business Consultant e Business Manager*, em Projectos Empresariais na área da Consultoria de Marketing e Financeira. É Especialista Certificado em *Personal Branding* para Portugal, Espanha e Brasil, Integrando e colaborando com uma rede Internacional de Profissionais de Marketing. Fundador da *PersonalBrands*, desenvolve Projectos a nível de Estratégias de Marketing, para Empresas de Serviços, e de Alinhamento Interno de Marcas. Inclusivamente, faz parte da Equipa de Direcção da DoDesign/ Brand-in-a-Box, desenvolvendo Estratégias de *Branding* e de Comunicação Empresarial. É Orador Convidado em Congressos Profissionais de Marketing e Autor de Artigos de Marketing e Marcas, em vários Jornais e Revistas da Especialidade.



**Ricardo Clemente.** Nasceu em Coimbra e começou a desenvolver jogos *ZX Spectrum* quando tinha 10 anos. A Tecnologia foi o seu primeiro amor. Começou a trabalhar para clientes na Indústria das Tecnologias da Informação, na Área de Marketing e Vendas. Posteriormente, foi responsável pelo projecto Lisboa-online.com e Director Comercial para o mercado de Telecomunicações do Grupo ParaRede. Desde 2002, é Director Geral da OgilvyOne e OgilvyInteractive Portugal e membro do Conselho de Administração do Grupo Ogilvy Portugal. Tem trabalhado com diversos e relevantes clientes, tais como, a Nestlé, DHL, IBM, Ford e Unilever. É, muitas vezes, Orador Convidado em diversos Eventos. Em conjunto com a sua equipa, recebeu vários prémios a nível Nacional e Internacional. A OgilvyOne Agência de Portugal recebeu, por dois anos consecutivos, o Prémio de Melhor Agência de Marketing Relacional (Prémios Neurónio 2005 e 2006) e foi reconhecido na *DMA Echo Awards, Cattles, Eurobest and Cannes Lions*. Tem 36 anos, é casado e tem dois filhos.



**Ana Sofia Carvalho.** Pós-Graduada em Economia Europeia, no *Collège de l'Europe*, em Bruges (Bélgica), e Licenciada em Economia, pelo ISEG, da UTL. Desenvolveu o seu percurso profissional na Área de Marketing, tendo ingressado na empresa *Seleções Reader's Digest*, acumulando como *Marketing Manager* as Áreas de Livros, Música e Produtos Financeiros, sendo inclusivamente Responsável pelos Mercados de Portugal e Espanha.



**Margarida Sanches Osório.** Mestre em Econometria - Investigação Operacional, pela Universidade Erasmus de Roterdão (Holanda), e Licenciada em Matemática Aplicada, pela Faculdade de Ciências, da UL. Desenvolveu o seu percurso profissional na Área de Marketing Research, nomeadamente na Tabaqueira/ Philip Morris, Interpress, Oniway e Tranquilidade. Actualmente, é Responsável pela Base de Dados, na Área do Marketing, na Empresa *Seleções Reader's Digest*, nos Mercados de Portugal e Espanha.



**Gonçalo Saudade e Silva.** MBA, pelo *INSEAD*, e Licenciado em Gestão de Empresas. Possui vasta experiência em Bens de Consumo, na Unilever, e Consultoria Estratégica, na *Roland Berger*. Actualmente, é Director Ibérico da *Candesic*, desenvolvendo Projectos em diversos Países Europeus, e exerce funções no *ClubeFashion.com*. Nos últimos anos, tem trabalhado e vivido em diferentes Países, tais como Brasil, França, Espanha, Portugal, Singapura, EUA, Suíça, Alemanha, Irlanda e Reino Unido.



**Miguel de Almeida Diniz.** Licenciado em Gestão de Empresas, possui vasta experiência profissional na Indústria da Moda, tendo desenvolvido o seu percurso profissional num dos principais Distribuidores em Portugal. Inclusivamente, desenvolveu Sistemas de Tecnologias da Informação, para uma grande Operadora de Televisão por Cabo e Privada. Actualmente, é *Chief Executive Officer* no *ClubeFashion.com*.



**José Pereira Esfolo.** Com Especialização nas Áreas Comercial e Gestão Estratégica, desenvolveu o seu percurso profissional na Xerox Portugal, tendo exercido funções como Delegado Comercial e, posteriormente, como *Product Manager*. Foi Director Comercial, da Divisão de Office da Xerox Portugal, sendo nos últimos anos Responsável pelo Desenvolvimento e Implementação da Estratégia de Canal, da mesma empresa. Actualmente, é Director de Marketing da Xerox Portugal.



**Eduardo Madeira Correia.** Licenciado em Economia, pelo ISCEF, da UTL. Iniciou o seu vasto percurso profissional como Colaborador do Ministério da Economia, tendo posteriormente exercido funções nas Direcção Comercial, de Marketing e Gestão para várias Empresas Nacionais e Internacionais. Desde a sua nomeação como Director Geral de Marketing da Companhia de Seguros Império, exerceu sobretudo Cargos de Administração e Direcção de Desenvolvimento Estratégico. Possui vasta experiência como Docente e Regente de várias Instituições do Ensino Superior. Actualmente, é Director Geral da Formarket. Orador frequente em vários Eventos de Formação nas suas Áreas de Especialidade, Nacional e Internacionalmente, é Autor de vários Artigos em Publicações de Marketing e Gestão Comercial, tendo escrito o Prefácio do Capítulo “A Organização dos Serviços de Marketing”, do Livro “Mercator - Teoria e Prática do Marketing”, das Edições de 1992 e 2000.



**Paula Antunes Pereira.** Pós-Graduada em Marketing e Negócios Internacionais pelo INDEG/ ISCTE e, licenciada em Economia, pela UAL. Iniciou a sua carreira nos CTT na Unidade de Negócio de Correspondências/ Gabinete de Marketing Directo, tendo posteriormente desenvolvido Funções na Área de *Customer Service*, no desenvolvimento de projectos de Relacionamento/ Serviços via Portal para Clientes Empresariais. Acumula várias experiências de Gestor de Produto, ao nível do portfolio de Marketing Relacional. Actualmente é responsável pelo desenvolvimento da Estratégia de Marketing Directo, nos CTT.

## Objectivos

- ▶ Conhecer os **Novos Desafios** e as **Novas Tendências** do Marketing Directo perante o actual contexto Económico.
- ▶ Reconhecer o Papel do Marketing Directo na **Optimização da Estratégia de Marketing 360º**.
- ▶ Analisar o **Crescimento dos Canais Digitais** e as **Novas Formas de Socialização**.
- ▶ Identificar as Diferenças entre **Marketing de Massas** e **Marketing One-to-One**.
- ▶ **Angariar e Fidelizar Clientes** através do *e-Mail Marketing*.
- ▶ Identificar **Novos Instrumentos** e **Novas Soluções** de Marketing Directo, perante as Novas Atitudes de Consumidores e Marcas.
- ▶ Contextualizar o **Marketing Directo** como **Activo Vital** das Empresas para ultrapassar os Desafios Económicos Actuais.

## Programa

09:30h **Abertura e Contextualização.**

**Miguel Coelho, Director Geral - PersonalBrands (Portugal)**

09:45h **Comunicação Digital vs. Comunicação da Era Digital.**

- A Comunicação de Marketing.
- O Crescimento dos Canais Digitais.
- Vida Real e Vida Digital.
- Os Meios Digitais e as Formas de Socialização.
- A luta de Marcas.
- *Share-of-Voice* e *Share-of-Leisure*.

**Ricardo Clemente, Director Geral - OgilvyOne/ OgilvyInteractive (Portugal)**

11:00h **Coffee-break**

11:15h **O Marketing 360º & o Marketing Directo.**

- A Estratégia para alavancar a Marca, maximizar os Universos-Alvo, diversificar os Canais e aumentar a Exposição do Produto.
- O Papel do *Direct Marketing* na Optimização na Estratégia 360º.

**Ana Sofia Carvalho, Marketing Manager - Seleções Readers Digest**

**Margarida Sanches Osório, Database Manager - Seleções Reader's Digest**

13:00h **Almoço**

14:30h **Impacto do e-Mail Marketing.**

- Constituição de Bases de Dados: a importância do *Opt-in*.
- Formatos de Comunicação na Internet: o oito e o oitenta.
- A Experiência *ClubeFashion.com*: 200.000 Membros em clube fechado.

**Gonçalo Saudade e Silva, Administrador - ClubeFashion.com**

**Miguel de Almeida Diniz, CEO - ClubeFashion.com**

15:15h **Transpromo - Cada Transacção uma Nova Oportunidade.**

- Transformar Documentos e Transacções em Novas Oportunidade de Negócio, Ferramentas e Aplicações.

**José Pereira Esfolo, Director de Marketing - Xerox (Portugal)**

16:00h **Marketing One-to-One (O2O).**

- Será o Marketing O2O diferente do Marketing de Massa?
- Elementos da Estratégia de Marketing O2O.

**Eduardo Madeira Correia, Director Geral - ForMarket**

16:45h **Coffee-break**

17:00h **CASE STUDY: Marketing Directo dos CTT - Novos Sentidos para a Comunicação.**

- GeoIndex: o Serviço que orienta as Estratégias.
- GeoContacto: uma Novidade de Segmentação.
- *Direct Mail*: a Criatividade está no Meio.

VI CONGRESSO  
**MARKETING  
DIRECTO** '2009