

Cadeira de Marketing Operacional

Ano Lectivo 2011/2012

**Aula Guest Speaker - Comunicação**



Docente: Carmen Lages Discente: Jennifer Henriques

nº 38289

GB1

Na passada terça-feira, 29 de Novembro de 2011 pelas 13 horas, os alunos de Gestão assistiram a uma conferência cujo tema era a Comunicação, presidida pelo Dr. Nuno Teixeira, representante da empresa Havas Media.

O objectivo desta conferência seria conciliar a parte teórica que é leccionada nas aulas de Marketing Operacional, com a sua componente real, ou seja, a nível do mercado.

O Dr. Nuno Teixeira na sua apresentação, inicialmente abordou a Pirâmide de Maslow (1943) com uma Pirâmide que é praticada nos dias de hoje. Esta Pirâmide ilustra que as necessidades de alimentação se encontram na base, numa fase intermédia encontram-se as necessidades de alojamento e no topo da pirâmide, encontram-se as necessidades de estar ligado às redes sociais e à Internet. De seguida falou-nos de um aspecto relevante, de que, hoje em dia o aspecto fulcral é a atenção. Após esta fase inicial, desenvolveu um estudo cujo tema era as redes sociais e a forma como as pessoas vivem dependentes destas. Das conclusões que referiu, uma delas foi que, em média as pessoas passam 5 horas por dia ligadas à Internet.

Tendo em consideração a Social Technografic Profile, verifica-se que há pessoas que, através dos seus comentários, influenciam as tomadas de decisões de compra. Assim, há os criadores (24,4%) que são os que mais influenciam, os críticos (33,4%), coleccionadores (39,9%) que são os que identificam os conteúdos mais importantes e passam aos outros, os aderentes (94,3%), os espectadores (92,3%) e os inactivos (1,6%). As influências que são transmitidas podem ser de vários níveis: o de recomendar produtos, comentar experiências e dizer as marcas que se gosta.

Existem diferentes tipos de meios. Os meios *talk* que servem para preservar a notoriedade das marcas, os meios *think* que servem para pensar na opção de compra (essencialmente através das redes sociais) e os meios *trust* que são realizados através de opiniões de outros consumidores. Este é um processo complexo, mas não tem que ser necessariamente complicado. É necessário deixar a comunicação tradicional e passar para uma comunicação LoSoPhoMo (Localion Social Photography Mobile).

A conferência na sua globalidade correu bem. Na minha opinião, gostei imenso da forma como o Dr. Nuno orientou a sua apresentação, direccionada aos alunos, de uma forma mais interactiva e dinâmica, sempre com o apoio da sua experiência e de exemplos que ilustram a realidade.

Adorei a experiência…