

Cadeira de Marketing Operacional

Ano Lectivo 2011/2012

**Aula Guest Speaker - Distribuição**





Docente: Carmen Lages Discente: Jennifer Henriques

nº 38289

GB1

Na passada segunda-feira, 7 de Novembro de 2011 pelas 13 horas, os alunos de Gestão assistiram a uma conferência cujo tema era a Distribuição, presidida pela Dra. Paula Galveia, Directora Comercial da Be On Trade.

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 especialmente em relação à Distribuição.

A Dra. Paula Galveia iniciou a sua apresentação abordando a empresa Be On Trade, em que nos explicou qual é actividade que a empresa desenvolve, os diversos projectos que realizaram e também que sendo uma empresa que presta serviços de publicidade, field marketing, promoções e *merchandising*, quando a Be On Trade é contactada por empresas, nem sempre é esta a produzir o que o cliente necessita e para tal conta com o apoio de parceiros que produzem o que o cliente pretende e a Be On Trade apenas presta o serviço. De seguida falou-nos explicitamente o que era o Trade Marketing, em que era um tipo de Marketing definido pelos fornecedores com destino aos distribuidores, respondendo às necessidades de resposta às mudanças verificadas no mercado e que fomenta essencialmente a satisfação das necessidades dos consumidores com vista a maximizar a rentabilidade dos espaços de venda.

Deste modo, verifica-se que cada vez mais, existe uma crescente importância dada ao papel que os distribuidores desempenham. Falou-nos também acerca do papel de um gestor de Trade Marketing, que se processa em diversas etapas: Sortido, Política de produto, Merchandising, Promoção, *Supply Chain* e o Comportamento de Compra do Consumidor. Por último deu-nos a entender a relação que se estabelece entre *Trade Marketing*, ECR (*Efficient Consumer Response*) e Gestão de Categorias, em que revelou esta relação em termos práticos da empresa Be On Trade. Esta empresa implementa uma Gestão de Categorias Operacional, uma vez que faz todo um plano de acção e tem em consideração o que o cliente quer e necessita.

A conferência na sua globalidade correu bem. Na minha opinião, gostei imenso da forma como o Dra. orientou a sua apresentação, direccionada aos alunos, sempre com o apoio da sua experiência e de imagens que ilustram a realidade da empresa.

Adorei a experiência…