

MARKETING

Oliveira da Serra recebe prémio de criatividade

A marca Oliveira da Serra venceu, no XIV Festival de Criatividade, dois troféus Prata, na categoria Media Digital e Interativa, pela aplicação Receitas 15q.b., para tablets e smartphones. Os prémios distinguem a criatividade e inovação da aplicação mobile que tornou Oliveira da Serra na primeira marca no mundo a desenvolver uma aplicação de receitas preparadas ou confeccionadas em apenas 15 minutos para smartphones e tablets.



JORGE REMONDES, PROFESSOR DA UNIVERSIDADE LUSÍADA, ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO E MARKETING, AFIRMA

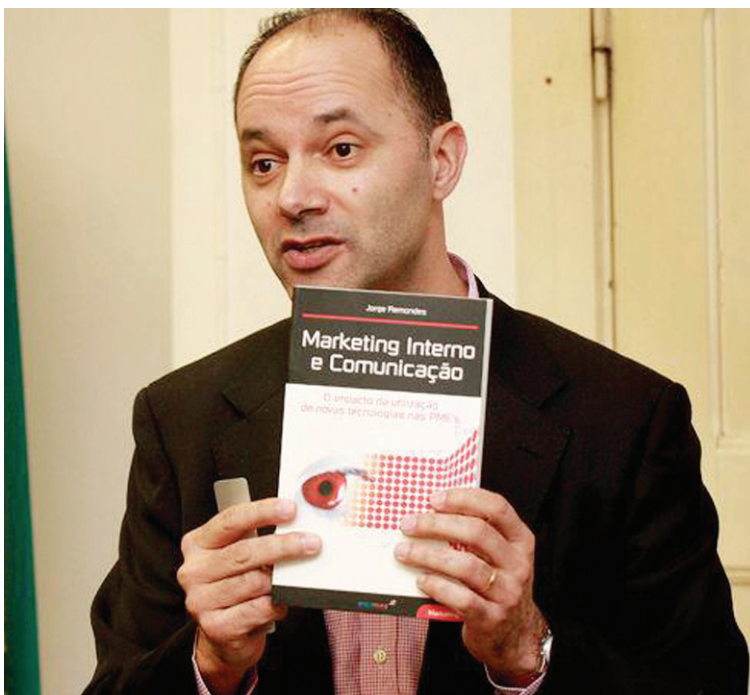
“Marketing interno é fulcral para a eficácia das PME”

A ideia é clara: “Se se descurar o marketing interno nas empresas, poderá não se conseguir rentabilizar os efeitos das técnicas de marketing utilizadas junto dos clientes externos”. A ideia é defendida por Jorge Remondes, que conhece particularmente bem a realidade das PME do Norte de Portugal e da Galiza, fruto da sua tese de doutoramento que se debruçou na análise do impacto da utilização de novas tecnologias neste tipo de empresas. As conclusões estão patentes no seu livro “marketing interno e Comunicação”, editado pela Psicosoma.

so de uma PME depende da integração do marketing interno e do Marketing Externo, aliás não tenho dúvidas que as PME que têm não só uma visão virada para o exterior mas também uma visão virada para o interior conseguem melhores performances na adaptação às frequentes mudanças que ocorrem no meio envolvente. A implementação de um estilo de gestão de marketing interno exige envolver e motivar os quadros, partilhar valores, seguir objetivos, estabelecer a confiança entre os quadros e um espírito colaborativo, condições mais do que necessárias para desenvolver uma orientação de todos para o cliente externo.

VE – Cada trabalhador, e especialmente no que diz respeito às PME, vê e comunica a empresa à sua maneira. Em que medida é que isto constitui riscos para a imagem a empresa e de que forma o marketing interno pode ser uma solução?

JR - É evidente que o desempenho de cada quadro de uma PME é influenciado pela interpretação que ele próprio faz da empresa, facto que por si só constitui uma referência para a sua atuação. Por isso, uma empresa é o que cada colaborador interpreta que ela é. Relativamente à imagem, considero que para criar e manter uma boa imagem as PME devem desenvolver uma comunicação interna efetiva sem barreiras com predomínio para a partilha de informação através de canais mais abertos que minimizem os riscos de interpretações subjetivas e distintas, uma vez que a sua eliminação nunca será



Para Jorge Remondes, “o marketing interno é uma condição base para o sucesso do marketing externo”.

possível porque a comunicação nunca foi nem nunca será perfeita nas PME e nas empresas em geral. O marketing interno é a solução porque na base do envolvimento e motivação dos quadros está a comunicação e o aperfeiçoamento de relações ou marketing relacional. Por outro lado, graças à comunicação interna e ao marketing relacional, pode potenciar-se o princípio de que todos numa empresa desempenham os papéis de cliente e fornecedor, ou seja, ambos fornecem informação e minimizam a falta de feedback.

VE – Em que tipo de atividades as empresas estão a adotar com mais facilidade as novas tecnologias?

JR - As novas tecnologias como intranets ou portais de colaboradores, soluções de ERP e CRM e aplicações web têm contribuído para melhorar a eficácia do marketing interno e da comunicação interna porque não só permitem de forma generalizada a partilha de conteúdos e a desburocratização, mas também a comunicação, formação, reuniões à distância e o trabalho colaborativo. Mas, pelo que me tem sido dado a observar na indústria, no comércio e serviços, as áreas administrativa e financeira e comercial e marketing das PME são as atividades que mais uso fazem destas novas tecnologias e, por isso, conseguem atingir níveis de produtividade mais elevados.

Como é que os marketeers nos levam às compras?

MARTA ARAÚJO
martaaraujo@vidaeconomica.pt

É tido como um dos maiores especialistas mundiais em branding e no seu mais recente livro – “Brandwashed”, que acaba de chegar ao mercado português –, promete revelar os truques de marketing que as empresas usam para manipular as mentes dos consumidores. Na obra editado pela Gestaplus, Martin Lindstrom, que já trabalhou em empresas como a Pepsi, a Disney e a McDonalds, dá conta dos hábitos mais bizarros do quotidiano dos consumidores e a forma como as marcas se adaptam a esses mesmos comportamentos.

“Porque é que pegamos sempre no segundo jornal de uma pilha de jornais, e não no primeiro? Porque é que, ao falarmos ao telemóvel, andamos em círculos? Sabia que “competitividade altruista” é o que nos leva a comprar produtos orgânicos e ecológicos?“, questiona o marketer. Na prática, as formas estranhas que os consumidores têm de andar, falar e sacar da carteira é o tema de fundo de Brandwashed, um livro que, através de um registo divertido, mas por vezes chocante, deixa a nu os drivers que os publicitários e marketeers usam para nos levar a comprar.

Tendo trabalhado como especialista de marketing – e tido como inteligente e reverente – para empresas como a PepsiCo, a Disney, a McDonalds e a Microsoft, Martin Lindstrom está numa posição confortável para revelar os truques que as empresas e os marketeers usam.

É conhecido por estar sempre na vanguarda da investigação; foi um dos primeiros autores a desafiar os velhos conceitos de um marketing baseado em estratégias de apelo visual, e um dos investigadores pioneiros do neuromarketing. É autor de quatro livros, publicados em mais de 30 países.

MARTA ARAÚJO
martaaraujo@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Em que medida o marketing interno pode melhorar a performance das PME?

Jorge Remondes - As técnicas de marketing aplicadas às pessoas nas PME contribuem não só para atrair potenciais quadros, mas também para manter e desenvolver os atuais e tornam mais eficaz a gestão empresarial nas contínuas e exigentes respostas que o cliente externo exige. Penso que o suces-

PUB

Negócios e Reuniões no lugar certo.
Para que ninguém falte!

Tv. Salitre, 7 / Av. Liberdade
Reservas tel.: 213 218 218 - salas@heritage.pt
www.hoteis-heritage.com

