



Equipa da Marketing Network Association

Licor Beirão, Worten e Control no Be Insight

A Marketing Network Association realiza nos dias 3 e 4 de maio no Convento São Francisco um dos maiores eventos de marketing do país

●●● A 5.ª edição do Be Insight regressa nos dias 3 e 4 de maio com “talks”, mesas-redondas, feira de empresas, sunset e um jantar de networking.

No ano passado o evento juntou mais de 500 participantes.

O Be Insight foi criado, em 2018, por duas alunas do Mestrado de Marketing da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (FEUC) e, mais tarde, em 2021, a Marketing Network Association volta a dar vida a este encontro, de forma a promover consciencialização da importância desta área para o sucesso das organizações.

No primeiro dia, o programa arranca pelas 09H30, com a sessão de abertura que conta com um discurso de um representante da Câmara Municipal de Coimbra e Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing (APPM).

Neste dia existirão três talks da parte da manhã: “O reposicionamento da marca EDP – Uma marca

com propósito”, “Como se construiu a marca Licor Beirão de 1940 a 2024” e “A estratégia de sustentabilidade da Decathlon”.

Da parte está agendada uma mesa-redonda intitulada “O Marketing como alavanca do turismo português” com oradores do Turismo Centro de Portugal, Grupo DHM, CEIT e WOW.

Cofidis e Sporting presentes no evento

De seguida serão apresentadas mais três talks: “Construção de marca com real time marketing” apresentada pela Tribber Agency; “Rir é o melhor remédio: como o humor pode cativar o público” com a Control e “A influência da comunicação interna na retenção de talento” com a Cofidis. O dia terminará com um Sunset de Networking.

O segundo dia será marcado por três talks impactantes: “Team-Generated Content” com o Kuantokusta; “A ligação das marcas às comunidades locais” com a Sonae MC e “Marketing

além das quatro linhas”, com Sporting CP.

A parte da tarde terá início com uma talk sobre “O storytelling como ferramenta de comunicação” apresentada pela Carla Rocha.

Segue-se a mesa-redonda “O papel da inteligência artificial no futuro do Marketing” que contará com Su Ferreira da Critical TechWorks, Bernardo Ferreira da Worten e o consultor Francisco Freitas.

O dia terminará com mais duas talks: “Branding além da beleza: como contruir uma marca duradoura na indústria da cosmética”, com o Grupo Boticário e “Marketing, algoritmo ou humanização?”, com Bruno Oliveira da Sumol + Compal.

O evento contará com uma sessão de encerramento oficial com discursos da FEUC e MNA.

Na noite de dia 4 será servido um Jantar de Networking, exclusivo para profissionais e empresas, que terá um custo de 25 euros.