



Evento "Be Insight" foi organizado pela Marketing Network Association (MNA) e conta com cerca de 300 participantes inscritos

Segredos do Marketing no Convento São Francisco

Be Insight A 5ª edição do "Be Insight" conta com mais de 20 oradores e várias marcas de sucesso a partilhar com o público os segredos do marketing atual

Lara Cruz

A 5ª edição do Be Insight, um dos maiores eventos de marketing do país, organizado pela Marketing Network Association decorre até hoje no Convento São Francisco, num evento que procura explorar as últimas tendências e estratégias de marketing, contando com a presença de inúmeras marcas nacionais e internacionais, como a EDP, Licor Beirão, Decathlon, Control, Cofidis, Sonae MC, Worten, entre outras.

A sessão de abertura do primeiro dia contou com o discurso do vereador da Câmara Municipal de Coimbra, Miguel Fonseca e de José Mendes, diretor da Faculdade de Economia de Coimbra, que ressaltou a importância do evento «que começou na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, com duas estudantes que estavam em mestrado de Marketing que tiveram esta ideia e que depois se foi projetando, atingindo esta dimensão, a nível nacional e internacional».

A Associação Portuguesa dos

Profissionais de Marketing também marcou presença, com a intervenção do diretor regional da APPM, Hugo Teixeira Francisco que falou em «dezenas de oradores e centenas de participantes a vir a Coimbra falar sobre marketing, sobre futuro, sobre estratégias e onde algumas das empresas vão revelar alguns daqueles que são os segredos mais bem guardados da sua estratégia de marketing e comunicação». Isto «para transmitir o máximo de valor possível aos participantes, mas também para abrir portas e olhar para o futuro naquilo que é hoje o marketing, mas acima de tudo, o que é que vai ser amanhã».

«O marketing consegue alterar a vida das pessoas. Muitas vezes nós não notamos isso, mas todos os dias somos impactados com dezenas de marcas de comunicação», acrescenta.

«A grande estratégia de marketing hoje tem muito a ver com a história que nós contamos, e o marketing da atualidade quer ter a história mais bonita de se contar e quer ter o máximo de impacto possível na vida das pessoas», adianta Hugo Teixeira Francisco ao nosso jornal. «Esta é a melhor edição de sempre do "Be Insight", com empresas de relevância internacionais e nacionais a serem aqui apresenta-

das» informa o diretor da APPM.

Carina Vaz, presidente da Marketing Networking Association, assinala que as expectativas do evento são elevadas, «com bastante conhecimento, partilha, networking e acima de tudo, com a ponte entre os estudantes e os profissionais, que é um dos nossos principais objetivos, em que promovemos vários momentos como o coffee break e o sunset, que é diferente este ano e que promete trazer muita animação».

O evento teve início ontem e conta com diversas atividades, como talks, mesas-redondas, feira de empresas, sunset e networking. ◀

Marca EDP alinhada com o propósito das novas gerações de proteção do planeta

«Nós temos este propósito: "Escolhemos a Terra", que não só explica a razão de tudo aquilo que nós fazemos: o porquê; o alinhamento do nosso negócio para sermos 100% verdes até 2030 e o sairmos da

produção a carvão e de fontes poluentes. Portanto, não faria sentido de outra forma. É através do nosso propósito externo que falamos com a juventude e que os convidamos a fazer parte desta conversa, que aborda-

mos sempre que possível. Depois, fazemos sessões de esclarecimento nas nossas redes sociais, onde abertura para o diálogo não falta», afirmou Catarina Barradas, diretora global da marca EDP, que abriu a sessão. ◀