



Convidado por Pedro Rebelo de Sousa, o Presidente da Sociedade Central de Cervejas declarou ontem, durante a conferência New Consumer: Succeeding in a New World, "vou-vos fazer saber menos de Marketing, para ficarem a saber mais de Marketing, esta é a minha missão".

Durante a conferência, que teve lugar na Sociedade Rebelo de Sousa, Alberto da Ponte caracterizou "o mundo em que vivemos" como um Oxymoron, isto é, "uma combinação de dois mundos contraditórios", no qual tudo se baseia na relação problema/solução.

Neste sentido, Alberto da Ponte descreveu o consumidor actual através dos conceitos dicotómicos Realidade/Sonho, Luxo/Low Cost, Calma/Pressa, mostrando assim que o Marketeer deve ter sempre em conta que o consumidor pode pensar de uma maneira e agir de outra, parecer uma coisa e ser outra.

Alberto da Ponte abordou ainda o tema "Sucesso", reflectindo sobre questões como 'o que é?', 'como se conquista?', referindo que "no mundo de hoje para se ter sucesso, temos que ser únicos, ou pelo menos parecer únicos.". Acrescentou ainda que para ter sucesso é necessário ter em conta os problemas, as soluções, o mercado, a concorrência, a reputação e os factores que nos tornam "únicos".

"Para se ter sucesso, temos que ser únicos, ou pelo menos parecer únicos"

<http://www.briefing.pt/content/view/5701/8/>

27-Jul-2010

Convidado por Pedro Rebelo de Sousa, o Presidente da Sociedade Central de Cervejas declarou ontem, durante a conferência New Consumer: Succeeding in a New World, "vou-vos fazer saber menos de Marketing, para ficarem a saber mais de Marketing, esta é a minha missão".

Durante a conferência, que teve lugar na Sociedade Rebelo de Sousa, Alberto da Ponte caracterizou "o mundo em que vivemos" como um Oxymoron, isto é, "uma combinação de dois mundos contraditórios", no qual tudo se baseia na relação problema/solução.

Neste sentido, Alberto da Ponte descreveu o consumidor actual através dos conceitos dicotómicos Realidade/Sonho, Luxo/Low Cost, Calma/Pressa, mostrando assim que o Marketeer deve ter sempre em conta que o consumidor pode pensar de uma maneira e agir de outra, parecer uma coisa e ser outra.

Alberto da Ponte abordou ainda o tema "Sucesso", reflectindo sobre questões como 'o que é?', 'como se conquista?', referindo que "no mundo de hoje para se ter sucesso, temos que ser únicos, ou pelo menos parecer únicos.". Acrescentou ainda que para ter sucesso é necessário ter em conta os problemas, as soluções, o mercado, a concorrência, a reputação e os factores que nos tornam "únicos".

No fim da apresentação, Pedro Rebelo de Sousa questionou o Presidente da Sociedade Central de Cervejas sobre quais os critérios mais na escolha de um advogado. "Basta que me consigam aconselhar e que possuam as características que mais dou valor, value for Money, reputação e sobretudo confiança. Sendo que esta última é a que permite que a relação cliente/advogado seja duradoura.", respondeu Alberto da Ponte.