

I^a CONFERÊNCIA DE MARKETING DIRECTO

Marketing Directo: o novo instrumento de criação de valor das empresas



Actualize os seus conhecimentos com as últimas tendências do marketing directo:

- ☞ Conhecer as mais recentes tendências do Marketing Directo e exemplos de casos de sucesso
- ☞ Reconhecer a importância de uma comunicação bem direccionada para a captação de clientes
- ☞ Identificar formas de rentabilizar as campanhas de Marketing Directo recorrendo a bases de dados
- ☞ Analisar como fidelizar os clientes através de campanhas de marketing relacional
- ☞ Conhecer o Marketing Directo na “Era da Informação” e qual o impacto que pode ter nas empresas
- ☞ Analisar como pode o telemarketing influenciar uma campanha de Marketing Directo

28 de Novembro de 2006

CENTRO DE CONGRESSOS DO ESTORIL

EM PARALELO COM



ENTRADA GRÁTIS

INSCRIÇÃO OBRIGATÓRIA* EM www.ife.pt

*até 21/11/2006

Organização



1ª CONFERÊNCIA DE MARKETING DIRECTO

Presidente de mesa: Miguel Varela / Professor / IADE

09h00 Recepção dos assistentes

09h30 Millennium – acertar na razão e no coração. Dois casos, bem sucedidos de comunicação multicanal
Paulo Fidalgo / Director Geral de Comunicação
MILLENNIUM BCP

10h15 Database marketing – aumentar a rentabilidade do seu negócio através de uma segmentação efectiva da sua base de dados

Segmentação interna ou enriquecimento com dados externos? A gestão de uma base de dados requer a utilização de vários processos e métodos. Só uma correcta definição *a priori* dos objectivos a atingir permite determinar a metodologia mais adequada.

Vasco de Encarnação Jorge / Director de Comunicação e Relações Públicas
BP PORTUGAL

11h00 Pausa café

12h00 Assegurar o ROI de uma campanha de marketing directo

Como calcular o retorno do investimento, o ponto de equilíbrio, a rentabilidade e o orçamento de uma acção ou campanha?

Miguel Varela / Professor
IADE

12h45 Pausa para Almoço

Presidente de mesa: Dário Rodrigues / Professor / ISLA - Lisboa, Universidades Lusíada - Lisboa e Porto

14h30 Campanhas de conquista de novos clientes e campanhas de fidelização de clientes existentes: como desenhá-las e planificá-las?

É indispensável conhecer e evitar os principais erros cometidos nas campanhas de marketing directo assim como informar-se sobre as últimas tendências no marketing relacional. Conheça as *best practices* do mercado.

Azuil Barros / Partner & Director Geral Quantum Portugal
QUANTUM CRESCIMENTO NEGÓCIOS

15h15 A importância do telemarketing para o desenvolvimento de uma campanha de Marketing Directo eficaz

O desenvolvimento do Plano de Acções e o processo de implementação de campanhas. O telemarketing como meio de fidelização do Cliente. A relação do telemarketing com os restantes canais de venda.

Nuno Cavilhas / Responsável de Contact Centre
MONTEPIO GERAL

16h00 Pausa café

16h30 Diferenças entre o Marketing Directo analógico (Era Industrial) e digital (Era da Informação)

Marketing Directo tipo "Broadcasting" – *one-to-many* (e.g. *old fashion direct mail*) versus Marketing Directo tipo "Narrowcasting" – *one-to-one* (e.g. *E-CRM & customized e-mails*). A nova dimensão do "Marketing Directo" na Era da Informação.

Dário Rodrigues / Professor
ISLA - Lisboa, Universidades Lusíada - Lisboa e Porto

17h15 Encerramento conferência



Rua Basílio Teles, 35 - 1º Dto.
1070-020 LISBOA

Tel.: 21 00 33 800 • Fax: 21 00 33 888

DM



TAXA PAGA
PORTUGAL
CABO RUIVO

O cliente permite, de forma expressa, a incorporação e o tratamento dos seus dados nos ficheiros, automatizados do Grupo EFE, para os fins comerciais e operativos dos mesmos. Contudo, através do Grupo EFE, poderá receber informação comercial de outras empresas sobre bens ou serviços que possam ser do seu interesse. V. Exa. permite que os seus dados sejam cedidos a entidades terceiras que mantenham relações comerciais com o Grupo EFE, para a utilização com fins publicitários. V. Exa. considera-se informado sobre a possibilidade de exercer o direito de acesso, rectificação e cancelamento dos seus dados nos termos estabelecidos, na legislação em vigor na morada R. Basílio Teles nº 35 – 1º Dto. – 1070-020 Lisboa.

Contacte os nossos serviços: Ana Pequito • e-Mail: geral@ife.pt

“É imperativo saber que mensagem comunicar, em que tempo, para que público e em que suporte para que o marketing directo cumpra o objectivo de chegar aos consumidores, sem depender de outras entidades.”

Miguel Coelho, Professor, ISG, In Diário Económico, 15-04-06

Se é responsável de marketing sabe que os seus dias estão contados... a menos que consiga criar valor para a sua organização e provar o ROI dos investimentos em marketing. Felizmente agora dispõe de um aliado extremamente eficaz neste desafio: o marketing directo... mas não qualquer um ... o marketing directo do futuro!

Dist. Doc.



Apoios



Meios de Publicidade



60381