

Estratégias, últimas Tendências e Best Practices de MARKETING & VENDAS

Luanda
28 e 29 de Março de 2012

Com a PARTICIPAÇÃO de:



Dra. Ana Bacellar
Directora de Planeamento e Marketing
STARTEL



Dr. José Guerreiro
Presidente
**AAEPM - ASSOCIAÇÃO ANGOLANA
DE EMPRESAS DE MARKETING E
PUBLICIDADE**



Dr. Nuno Ribeiro
Consultor e Formador na Área de
Desenvolvimento Comercial e Gestão
de Clientes



Dr. Luciano Canhangá
Chefe de Sector de Comunicação e Imagem
**CATOCA - SOCIEDADE MINEIRA
DE CATOCA**



Dr. Humberto Mbote
Director de Atendimento ao Cliente
UNITEL



Dra. Rita Oliveira
CEO
SHIFT THINKERS



Dr. Domingos José
Commercial IT Manager
MEDTECH TECNOLOGIA



Dra. Sandra Pombo
Brand and Cultural Insight Director
SHIFT THINKERS



Dra. Emília Dias
Directora de Marketing e Vendas
INFRASAT



Sr. Wellington Monaco
Director de Negócios | Business Director
HIPERDIST ANGOLA

Media Partners



Hotel Oficial



Com o APOIO da:



Luanda, 28 de Março de 2012

8.30 *Recepção dos Participantes*

9.00 *Abertura da Conferência pelo Presidente de Jornada*

Dr. Luciano Canhangá

Chefe de Sector de Comunicação e Imagem

CATOCA - SOCIEDADE MINEIRA DE CATOCA

9.15 **PAINEL ESPECIALIZADO**

Forget brands. Think people

Este Painel Especializado visa dotar os profissionais, de uma ferramenta única para a construção de marcas fortes. A criação de marcas competitivas exige hoje, mais do que nunca, um equilíbrio entre diferenciação e sustentabilidade. Pressupostos cada vez mais difíceis de alcançar. A proliferação diária de marcas no mercado, um consumidor activo e a mudança de paradigma económico e comunicacional, exige das marcas e daqueles que as trabalham um esforço maior para encontrar propostas de valor únicas e memoráveis.



Dra. Rita Oliveira

CEO

SHIFT THINKERS



Dra. Sandra Pombo

Brand and Cultural Insight Director

SHIFT THINKERS

10.45 **AS VENDAS COMO UM PROCESSO CRÍTICO DE NEGÓCIO**

- Conceituação e principais termos utilizados em Vendas
- Processo de Vendas
- Integrações outros Processos de Negócio
- Ciclo de Vida de Produtos / Serviços



Sr. Wellington Monaco

Director de Negócios | Business Director

HIPERDIST ANGOLA

11.45 *Pausa para café*

12.00 **BRANDING, o poder da imagem**

- Como construir uma imagem de marca de êxito no mercado angolano
- Como estabelecer uma ligação entre o cliente e a cultura da empresa
- Qual a importância da personalização da marca para aumentar as suas vendas
- Quais os benefícios de desenvolver campanhas "apaixonadas"? Associação da marca a uma emoção



Dra. Ana Bacellar

Directora de Planeamento e Marketing

STARTEL

13.00 *Almoço*

14.15 *Entrega dos Prémios Marketing & Vendas 2012*

14.30 **QUAL O PAPEL E CONTRIBUTO DOS MEDIA? COMO ESTAR NOS E COM OS MEDIA ESTANDO LONGE?**



Dr. Luciano Canhangá

Chefe de Sector de Comunicação e Imagem

CATOCA - SOCIEDADE MINEIRA DE CATOCA

15.30 **Como criar uma sinergia perfeita entre MARKETING e COMUNICAÇÃO**

- Quais os benefícios de desenvolver um plano de comunicação integrado na estratégia de marketing
- Como elaborar um plano de comunicação adaptado às necessidades da sua empresa
- Como saber quais os conteúdos que interessam aos meios de comunicação para aumentar a sua visibilidade nos media
- De que modo podem ser medidos os resultados da sua campanha junto dos meios de comunicação



Dra. Emília Dias

Directora de Marketing e Vendas

INFRASAT

16.30 *Encerramento da primeira Jornada*

PROGRAMA DA CONFERÊNCIA

28 e 29 de Março de 2012

Luanda, 29 de Março de 2012

9.00 *Recepção dos Participantes*

9.20 *Abertura da Conferência pelo Presidente de Jornada*



Dr. José Guerreiro

Presidente

AAEPM - ASSOCIAÇÃO ANGOLANA DE EMPRESAS DE MARKETING E PUBLICIDADE

9.30 **KEYNOTE SESSION**

Como desenvolver uma política de FIDELIZAÇÃO para clientes-chave

- Como desenvolver uma relação a longo prazo com os clientes angolanos
- Como orientar a sua estratégia de negócio para fidelizar clientes de modo a obter os maiores benefícios
- Que medidas ajudam a fortalecer a relação empresa/cliente
- Quais os modelos de fidelização mais eficientes para cada segmento



Dr. Nuno Ribeiro

Consultor e Formador na Área de Desenvolvimento Comercial e Gestão de Clientes

11.30 *Pausa para café*

12.00 **“O CLIENTE NO CENTRO DO MUNDO”:**

Como implementar uma política adequada de pós-venda

- Qual a importância de ouvir o que o cliente tem a dizer
- Como desenvolver um sistema de atendimento ao cliente de qualidade durante e no pós-venda
- Quais as soluções para melhorar a performance dos funcionários em matéria de atenção ao cliente



Dr. Humberto Mbote

**Director de Atendimento ao Cliente
UNITEL**

13.00 *Almoço*

14.30 **COMO UTILIZAR AS TÉCNICAS COMERCIAIS PARA FECHAR OS SEUS ACORDOS: DESENVOLVA A CAPACIDADE DE NEGOCIAÇÃO E FIDELIZAÇÃO**

- Como desenvolver uma acção de marketing orientada simultaneamente para a captação de novos clientes e fidelização clientes antigos

- Qual a eficácia de uma campanha multi-target e quais os benefícios para a marca
- Quais os riscos de utilizar uma só campanha para um público-alvo distinto



Dr. Domingos José

**Commercial IT Manager
MEDTECH TECNOLOGIA**

15.30 **TRABALHO EM EQUIPA E GESTÃO DA MUDANÇA**

- Pontos chave e fundamentais



Dr. Nuno Ribeiro

Consultor e Formador na Área de Desenvolvimento Comercial e Gestão de Clientes

16.30 *Encerramento da segunda Jornada e de CUSTOMER MANAGEMENT 2012*



Os **Prémios de MARKETING & VENDAS 2012** são uma iniciativa do iIR Angola que pretende distinguir as empresas e instituições nacionais que mais se destacaram pelo seu carácter inovador, obtenção de resultados tangíveis e contributo para o desenvolvimento social em Angola, através das suas acções de Marketing, Vendas e Serviço de Apoio ao Cliente. **Temos o prazer de anunciar os ganhadores da 1ª Edição dos Prémios:**

CATEGORIA

Be Original – Melhor Campanha de Marketing

1

MARTINI - A SORTE É UMA ATITUDE
Shift Thinkers, Lda

Sector: Bebidas - Desenvolver uma estratégia de comunicação que não deixasse arrefecer a paixão do mercado pela Martini, uma marca que já havia conquistado o consumidor Angolano. Criámos e produzimos o primeiro spot da Marca Martini exclusivamente para o mercado angolano, mantendo sempre a coerência com o discurso global da Marca. O recurso ao preto e branco e ao ambiente sofisticado e de glamour, uma pequena intriga humorada que mistura sorte, azar e, claro, Martini, fazem deste spot uma ponte perfeita entre os universos da marca e o ambiente cosmopolita próprio de Angola.



CATEGORIA

Melhor Campanha de Comunicação

2

DELOITTE - PRÉMIOS SIRIUS (Branding)
Shift Thinkers, Lda

DELOITTE-PRÉMIOS SIRIUS. Marca Deloitte. Sector: Consultoria. Desafio: Desenvolver uma marca para a primeira edição da iniciativa Prémios de Excelência Deloitte Angola, alicerçada na essência da Marca Deloitte e capaz de traduzir a importância e o prestígio inerentes à iniciativa. É a oportunidade de desenvolver um instrumento de referência na vida empresarial Angolana - to be the standard of excellence. A estratégia Shift Thinkers Ambicionando os valores da Excelência, Liderança, Prestígio, Rigor e Modernidade, desenvolvemos uma Marca capaz de valorizar a vitalidade económica e o crescimento exponencial sem precedentes vividos em Angola. Na base do desenvolvimento do país está uma classe de empresários e profissionais que fizeram da sua missão serem catalisadores da mudança e do crescimento. São verdadeiras estrelas que brilham com mais intensidade no firmamento do sucesso, quer pela sua capacidade de liderar, quer pelo enorme respeito que inspiram. Prémio Sirius. Distinguir a excelência, promover o futuro. Sirius é a estrela mais brilhante no céu nocturno. A visibilidade de Sirius é possível de qualquer ponto na Terra. Simboliza distinção, omnipresença, carisma, nobreza, características próprias de um líder. Resultados Reforço do prestígio da Marca Deloitte; Forte notoriedade e cobertura de imprensa aos prémios Sirius.



CATEGORIA

Melhor Sistema de Atenção e Apoio ao Cliente

3

INAC
MARCOVE - Marketing Comunicação e Vendas Ltda

O INAC tem como objectivo proteger os direitos da criança. Para garantir o cumprimento dessa missão, a instituição precisa do apoio do governo, da população e dos multiplicadores de opinião. E para divulgar o trabalho do INAC e os direitos da criança a marca é representada por um selo comemorativo, simulando um selo postal. A ideia é dar à marca uma conotação de objeto de colecionador, transformando-a em algo precioso e tradicional. Para os 21 anos do INAC, teremos peças onde cada personagem da Malta representará um direito da criança, de forma lúdica e objetiva. A ideia é que as crianças possam levar aos adultos os principais conceitos referentes aos Direitos da Criança. O desafio de marketing não é apenas informar às pessoas o que é o INAC e quais as suas funções. O desafio é abrir os olhos de Angola para o jeito correto de tratar com a infância, nos seus mais diversos aspectos. Percebemos que uma estrutura criativa de distribuição dos comunicados, tende a ser muito mais eficaz na hora de comunicar do que apenas distribuir impressos. Nossa ideia é que as pessoas possam colecionar os comunicados e montar em casa ou no escritório um raciocínio completo dos objetivos do INAC.