

# GEO MARKETING



Tecnologias e informação geográfica  
aplicadas ao Marketing

19 e 20 de Novembro  
Escola Superior de Comunicação Social

## OBJECTIVO

A conferência **GeoMarketing'08** apresenta os mais recentes desenvolvimentos, científicos e técnicos, no universo do Marketing e das Tecnologias de Informação Geográfica associáveis, que, de forma abrangente, congrega a visão das variantes do Marketing, com a visão da Geografia e da análise espacial, na perspectiva do mundo dos clientes, dos prestadores de serviços, do ensino e da investigação científica, num contexto que privilegia o intercâmbio de saberes e experiências.

## PORQUE DEVE PARTICIPAR

5 razões para não perder o **GeoMarketing'08**

- Aproveitar a georreferenciação para segmentar os clientes
- Maximizar os recursos para apoiar a gestão de vendas
- Adequar a oferta comercial em função do tipo de cliente
- Optimizar a eficácia e a produtividade da rede comercial
- Analisar a eficácia das campanhas de publicidade

## QUEM DEVE PARTICIPAR

- Director de Marketing
- Director Comercial
- Director de Projectos
- Director de Sistemas de Informação
- Responsável de bases de dados
- Responsável de investigação de mercados
- Marketeers
- Geógrafos
- Responsável de GeoMarketing
- Responsável de Sistemas de Informação Geográfica
- Analista de mercados

- Técnicos, investigadores, docentes e alunos de Publicidade e Marketing
- Técnicos, investigadores, docentes e alunos de Tecnologias de Informação Geográfica

## TEMAS DAS SESSÕES

A aliança entre as Tecnologias de Informação Geográfica e o Marketing, quer do ponto de vista da investigação quer do ponto de vista da sua operacionalização, tem sido fortalecida sobretudo por via da democratização dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG).

Em Portugal, existem condições tecnológicas e de capital humano para que o GeoMarketing seja uma actividade de sucesso. Contudo, a evolução tem sido bastante lenta.

A conferência **GeoMarketing'08** está estruturada em três sessões temáticas subordinadas aos temas seguintes:

### 1. Institucional

É o espaço das intervenções institucionais e estratégicas.

### 2. Obra feita

Espaço destinado à apresentação de trabalhos feitos implementados ou em fase de implementação.

### 3. Novas oportunidades

O que está previsto acontecer a curto e médio prazo. Será a montra das soluções, dos dados, das empresas que querem reservar espaço no mercado emergente do GeoMarketing.

## COMISSÃO ORGANIZADORA

**Eduardo Madeira Correia**, Professor Jubilado  
Economista - Escola Superior de Comunicação Social

**José António Tenedório**, Professor - Doutor  
Geógrafo - Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, e-GEO

**António Costa**  
Geógrafo - GeoPoint

**Francisco Costa**  
Engenheiro do Território - GeoPoint

## LOCAL

Auditório da **ESCS – Escola Superior de Comunicação Social**  
Campus de Benfica do IPL - Lisboa

GPS 38°44'47.40"N - 9°11'32.12"O

# GEO MARKETING



Tecnologias e informação geográfica  
aplicadas ao Marketing

19 e 20 de Novembro  
Escola Superior de Comunicação Social

## PROGRAMA

### Quarta-feira - 19 de Novembro de 2008

09:00 - Entrega de documentação

#### 09:30 - Tema I - Institucional

António Belo

Presidente do Conselho Directivo da ESCS – Escola Superior de Comunicação Social

José António Tenedório

Professor da Universidade Nova de Lisboa – FCSH  
Organização da Conferência GeoMarketing

Carlos Manuel de Oliveira

Presidente da APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing

João Novais de Paula

Secretário Geral da AMD - Associação Portuguesa de Marketing Directo

10:40 - Coffe Break

#### 11:10 - A ADMES perante as novas abordagens do Marketing

Fernando Tristany, Presidente da Academia dos Docentes de Marketing do Ensino Superior

Infra-estrutura de Referenciação Espacial pelo Endereço

António Morais Arnaud, Universidade Nova de Lisboa – FCT

CTT como impulsionador do Geomarketing

Sofia Fava, Directora de Informação Geográfica e Postal dos CTT Correios de Portugal

Reservado EGA

Mauro Preda, Presidente da *European Geomarketing Association*

Debate

13:30 - Intervalo para almoço

#### 14:30 - Tema II - Obra feita (Dr. Miguel Marques)

GeoMarketing no Montepio (título provisório)

Rute Ventura, Montepio

Geomarketing e Geobranding – As Cidades e as Serras

Ana Xavier, SIM NetWork

Porque é que o Geomarketing é importante no Costum Research?

Ana Lopes e Beatriz Capaz, Metris - (Grupo GFK)

Simulador virtual de apoyo a la toma de decisiones en materia de comercio local

Fidel Garcia Meseguer - Dirección General de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana

Reservado Novabase

Miguel Marques, Novabase

16:10 - Coffe Break

#### 16:40 - Os 'Caminhos' da Comunicação One to One

André Novais de Paula, Directimedia, Director de Estratégia Criativa  
Gis@Sapo.pt  
António Cruz, Sapo – PT Comunicações  
UNL  
Geomarketing para Geoinformação: Estratégias de Geomarketing no eLearning de C&SIG do ISEGI-  
Miguel Peixoto - ISEGI (UNL)  
Marco Painho - ISEGI (UNL)  
Miguel Neto - ISEGI (UNL)  
Reservado Gismédia  
Autor a designar  
Debate

## Quinta-feira - 20 de Novembro de 2008

### 09:30 - Tema II – Obra Feita (Dr. Miguel Marques)

A utilidade da modelação e análise da distribuição espaço-temporal da população em  
GeoMarketing: o modelo DemoCarto  
Sérgio Freire, eGEO – Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional (UNL-FCSH), GeoPoint  
Sales Index - uma ferramenta de integração e análise de informação georreferenciada  
Esperança Afonso, Marktest  
A aplicação do Geomarketing ao outdoor  
Alexandra Fialho, J C Decaux  
Agri Life  
Mauro Preda, Università Cattolica del Sacro Cuore, Italia

10:50 - Coffe Break

### 11:20 - Do conhecimento do mercado à análise de clientes: o papel da inteligência geográfica na criação de valor do marketing

Eduardo Cruz – Director de Negócios da ESRI Portugal  
**Reservado a Google**  
(a designar)  
O GeoMarketing aplicado ao Imobiliário  
Pedro Barata – Grupo Impresa  
Debate

13:30 - Intervalo para almoço

### 14:30 - Tema III – Novas oportunidades (José António Tenedório)

*Marketers* sem GeoMarketing? Não obrigado!  
Eduardo Madeira Correia, Escola Superior de Comunicação Social  
Normalização: um elemento fulcral na Georreferenciação  
José Alberto Rato, Head Manager na GoDirect  
Geomarketing - O ponto de vista do Consumidor  
José Guedes, Wunderman Digital, Executive Director  
  
Comunicação (livre)  
  
(Reservado Axiom - a designar)  
Pietro Nigra, Axiom

16:10 - Coffe Break

### 16:40 - Mesa Redonda, conclusões e encerramento

Convidado  
Convidado  
José Pedro Quina, Director Geral da MGK – Investimento e Avaliação  
João Novais de Paula, Secretário Geral da AMD - Associação Portuguesa de Marketing Directo  
José António Tenedório, organização GeoMarketing'08

## MAJOR SPONSOR



## PLATINUM SPONSOR



## GOLD SPONSOR



## PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



## MEDIA PARTNER



## APOIO

