

press release

INTERCOMM: 7 TENDÊNCIAS ENTRE EMPRESAS B2B

Estudo pioneiro sobre Comunicação B2B em mercados globais revela sete tendências na ação das empresas com foco na exportação. Do InterComm sai a reflexão sobre a forma como a Comunicação é percebida e efetivada, identificando respostas para os desafios atuais e futuros, e qual será o papel da Comunicação no sucesso das empresas exportadoras.

Lisboa, 7 de abril de 2021 – As conclusões do estudo InterComm Report – B2B Communication Trends in Global Businesses (InterComm), desenvolvido pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e a SayU Consulting – Evoke Network, com o apoio da aicep Portugal Global, foram apresentadas hoje num evento online. A iniciativa retrata o papel da Comunicação na construção e gestão de relações com os *stakeholders* das organizações portuguesas que têm um foco na venda a outras empresas - Business-to-Business (B2B) - e negócios internacionais.

Os dados recolhidos permitiram destacar **highlights** relevantes no modo como as empresas olham para a Comunicação e a integram na estratégia global de negócio; e identificar **tendências** de reflexão, associadas à forma de perceber os desafios atuais e futuros: *Cenarização e Agilidade, Inovação e Comunicação, Reorganização da Comunicação, Novas formas de comunicar para se diferenciar, Aceleração da Transformação Digital, Combinação do Presencial com o Digital, e A Comunicação na gestão dos stakeholders.*

Para além de identificar tendências, este trabalho pretende ajudar na reflexão e ação, salientando caminhos de resposta aos desafios colocados às empresas B2B exportadoras nacionais. O contributo destas para o crescimento económico do país é muito relevante, e, segundo o estudo, o seu sucesso está relacionado com uma Comunicação eficaz com todos os *stakeholders*. Eficácia que passa pelo aumento da sua reputação e construção e consolidação das suas relações, dando a conhecer a inovação, construindo sinergias e confiança e cooperando num espaço de diálogo e negociação.

“Os resultados do estudo apontam para uma necessidade urgente de olhar de forma diferente para os investimentos em Comunicação. Para serem mais competitivas no

press release

‘novo normal’ as empresas revelam ser necessário antecipar e implementar novas soluções que vão para além de ‘comunicar o negócio’”, conclui Ana Raposo da ESCS. “Para cumprir o objetivo de acrescentar valor à organização e a tornar mais competitiva, a Comunicação B2B tem de ser guiada por processos de mapeamento e gestão de stakeholders, sempre com os objetivos de negócio em mente”, salienta a investigadora.

“Uma empresa será mais eficiente se gerir os processos de Comunicação com os diferentes stakeholders de forma planeada e intencional. Tanto é que, em momentos de crise ou menos positivos, a Comunicação é a primeira função chamada a intervir”, reforça Marta Gonçalves da SayU Consulting. “O cenário em que estamos a viver há mais de um ano e que não sabemos ao certo quando terminará, tornou evidente que é tempo para que se compreenda a importância estratégica da Comunicação e o seu contributo na competitividade das empresas”, acrescenta.

O InterComm integra, de uma forma complementar, a experiência empresarial nacional e internacional, o conhecimento académico e técnico, a informação estatística e o contacto com o mercado em estudo, através do inquérito realizado a mais de 120 empresas nacionais B2B exportadoras de diferentes setores, dimensões e maturidades.

###

Sobre a ESCS - Escola Superior de Comunicação Social

A Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), do Instituto Politécnico de Lisboa (IPL), é uma instituição de ensino superior pública de referência no ensino e investigação na área da comunicação, assentando a sua missão em três pilares: Investigação, Ensino e Aprendizagem e Serviço de Valor à Comunidade. A Secção de Estudos em Relações Públicas e Comunicação Empresarial é constituída por investigadores, docentes de carreira e profissionais de comunicação de topo de organizações dos mais diversos setores de atividade. Ao longo dos últimos anos têm sido desenvolvidos diversos projetos de investigação aplicada, tendo em vista compreender o papel da comunicação em organizações de diferentes setores e contribuindo para o conhecimento e reconhecimento das Relações Públicas / Comunicação Corporativa, a nível nacional e internacional. Para mais informações, consulte: www.escs.ipl.pt

Sobre a SayU Consulting

A SayUConsulting surge em 2009 com um propósito bem definido: potenciar a Reputação e Notoriedade de marcas e organizações através de uma miríade de serviços implementados e operacionalizados com metodologias inovadoras, que se traduzem em estratégias e ferramentas de Marketing de Comunicação customizadas, eficientes e eficazes. Com o compromisso de otimizar o desenvolvimento empresarial dos seus Clientes integrou em 2011 a Evoke Network (<https://evoke-network.com>), uma rede internacional de Agências de Marketing, Digital e Relações Públicas independentes e especializadas em negócios B2B. Para mais informações, consulte: www.say-u.pt

Contactos Assessoria de Imprensa:

Jorge Vieira · 918 288 832 · jorge.vieira@say-u.pt

Ana Rita Lopes · 211 926 120 · say-u@say-u.pt