

INTERCOMM: ROADMAP PARA A COMUNICAÇÃO EM MERCADOS GLOBAIS

Conclusões do estudo pioneiro sobre Comunicação B2B em mercados globais apontam caminhos de reflexão acerca do papel estratégico da Comunicação. Num contexto de novos desafios, cabe à Comunicação criar reputação, assegurar confiança e potenciar a relação com stakeholders.

Lisboa, 8 de abril de 2021 – Foram ontem apresentadas 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. Para além de identificar tendências, este trabalho pretende ajudar na ação, apontando vários caminhos de reflexão sobre o papel da Comunicação na construção e gestão de relações com os stakeholders das empresas B2B exportadoras nacionais.

O contributo destas empresas para o crescimento económico do país é muito relevante, e, segundo o estudo, o seu sucesso está na existência de uma Comunicação eficaz. 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. O estudo enumera alguns caminhos possíveis para uma ação eficaz em mercados globais.

A Comunicação dá voz aos produtos e serviços, representa as marcas e cria notoriedade em mercados globais. Em tempos de ruído acrescido como o que vivemos, a Comunicação assume-se como a “voz” das marcas, inspirando confiança em tempos de incerteza e servindo como âncora da relação das organizações com o mercado. Em mercados externos, nos quais ainda se procura um espaço, é fundamental trabalhar a notoriedade e a boa reputação com ações de Comunicação que contribuam para o desenvolvimento comercial e operacional.

A Comunicação traz valor acrescentado à operação em mercados globais. O reconhecimento de uma empresa no mercado não depende somente da qualidade dos seus produtos/serviços, mas também de uma combinação de diferentes fatores, como a sua

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



press release

história, missão, visão, valores, resultados alcançados, experiência passada no setor, planos de investimento, entre outros. Todos estes elementos são determinantes e devem ser partilhados para permitir a criação de “capital de confiança” e notoriedade junto dos vários stakeholders.

Um Plano de Comunicação de sucesso facilita a entrada num determinado mercado. Contar uma história atraente, empolgante e convincente é tão importante hoje como sempre foi e uma boa e muito bem contada história continua a fazer a diferença, seja qual for a natureza da marca.

A gestão e consolidação da reputação faz também parte deste caminho, dando a conhecer a identidade e os valores da empresa a todos os stakeholders. No contexto B2B, o cliente é um parceiro com o qual é necessário construir e gerir uma relação de confiança numa perspetiva de médio-longo prazo. Fará, por isso, mais sentido entender a Comunicação como a gestão de relação com parceiros, criando a reputação desejada.

A pandemia, e as suas sequelas, continuarão a desafiar a resiliência de pessoas e organizações. Mas há um futuro focado na construção em conjunto da recuperação, baseado em ferramentas, instrumentos e equipas que consigam fazer o que podemos chamar de Restart das empresas num novo contexto. O foco terá de ser na capacidade para reforçar parcerias e para transformar relações com os stakeholders. Uma oportunidade que exige agilidade, a todos os níveis, e uma grande dose de flexibilidade, adaptação e persistência, que só será possível com uma Comunicação bem estruturada e focada.

A Comunicação é determinante para as empresas B2B em mercados globais. O cenário em que estamos a viver há mais de um ano tornou evidente que é tempo para que a gestão de topo das empresas compreenda qual o contributo que a Comunicação pode dar para que as empresas sejam mais competitivas. É possível uma empresa sobreviver sem comunicar, mas esta será mais eficiente se intencional e estrategicamente gerir os processos de comunicação com os diferentes stakeholders.

De acordo com Ana Raposo e Marta Gonçalves, investigadoras responsáveis pelo InterComm, **“O mundo pós-pandemia irá exigir maior transparência e mais confiança. Será essencial às empresas nacionais B2B exportadoras, aumentar a sua reputação e**

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

press release

construir e consolidar as suas relações com todos os agentes da cadeia de produção, desde o fornecedor de matéria prima de base até ao último cliente (o comprador), passando por todas as outras partes interessadas, como colaboradores, parceiros, entidades reguladoras ou governo”.

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