



Colaboradores e parceiros da Edenred Brasil debatem o marketing do futuro

A segunda edição do Comitê de Inovação da empresa trouxe convidados especiais para falar como o marketing e a tecnologia podem ajudar beneficiar e aprofundar o relacionamento com os diversos públicos

A Edenred Brasil, líder mundial em soluções transacionais para empresas, comerciantes e empregados e que integra as marcas Ticket, Ticket Log, Repom e Edenred Soluções Pré-Pagas no País, realizou na última quinta-feira (4), na sua sede em São Paulo, o segundo Comitê de Inovação do ano, sobre *Marketing do Futuro*. No encontro, convidados especiais apresentaram as ações que estão sendo desenvolvidas pelo mercado aos colaboradores, aliando tecnologia, inovação e marketing. Os cases apresentados foram escolhidos para fomentar a cultura de inovação organizacional dentro da empresa aplicado às evoluções do marketing no mercado e nos setores nos quais a empresa atua.

O Comitê de Inovação reúne os colaboradores bimestralmente para promover a oxigenação, a colaboração e o compartilhamento de informações. Esses encontros buscam apresentar tendências de mercado sobre temas que impactam os negócios, promovendo uma melhor interação com os nossos clientes.

“Foi um evento extremamente enriquecedor. Tivemos a oportunidade de ver as inovações em marketing no mercado e olhar para o futuro. A Edenred é uma empresa que tem em seu DNA a inovação e esta foi mais uma oportunidade de fomentá-la entre nossos colaboradores. Entendemos que é importante estimular o profissional a aplicar novas tecnologias e entender como será o



futuro das relações com nossos públicos por meio do marketing”, explica Gilles Coccoli, *Chief Operating Officer* (COO) Americas, incluindo a Edenred Brasil.

Para o sócio-diretor do Estúdio Nômade, Daniel Caminha, que falou sobre o marketing de causa, as marcas precisam se posicionar sobre o que está acontecendo agora, se preocupar com o entorno onde elas atuam e dialogar com a sociedade. O executivo ainda ressaltou que o público quer um diálogo aberto e por isso os responsáveis pelas áreas de marketing devem buscar novos modelos para se comunicar com os públicos. Já o CEO da FlagCX, Roberto Martini, a comunicação com o cliente precisa de uma adaptação constante. De acordo com Martini, com o uso da tecnologia dentro das ações de marketing, a comunicação fica mais horizontal e a conectividade também gera impacto na interatividade.

Outra técnica que vem sendo abordada nas relações de comunicação com o consumidor é a conexão com o entretenimento. Luiz Paulo Lima e Sylvia Arone, fundadores da Hud Entretenimento, abordaram a transmídia, uma técnica que cria primeiro uma história para depois atingir a audiência em inúmeras plataformas. Anselmo Martini, vencedor do *Aprendiz 3* e fundador da Monarca, que tem forte atuação nos Estados Unidos, também falou sobre o marketing de entretenimento. O chamado *cross branding* aumenta a percepção da marca por parte do público, utilizando seriados de TV para a apresentação de produtos.

“O marketing do futuro já está transformando as relações com os nossos públicos através da transparência, seletividade e tecnologia. Os cases e as experiências compartilhadas nos fazem refletir o futuro da comunicação e nos preparar para as novas formas de relacionamento”, completa Coccoli.

No primeiro Comitê de Inovação do ano, realizado em janeiro, o tema foi *Inteligência Artificial*. Mais de 120 colaboradores puderam ter contato com



cases de empresas parceiras que utilizam a inteligência artificial em suas soluções. Até o fim do ano, a previsão é de que mais quatro encontros sejam realizados.

Informações Edenred Brasil

RPMA Comunicação

Andrea Natali

William Crispim

edenred@rpmacomunicaco.com.br

RPMA Comunicação

Tel.: 11 5501-4655 | 5152-4146

www.rpmacomunicacao.com.br

