



Como a Green Media está a apostar na internacionalização

Por **Marketeer** — em 16:43, 6 Mar, 2019

Mobile World Congress (Barcelona) e Salão Mundial do Turismo (Paris) são duas das mais recentes apostas da Green Media. Participar nestas feiras de sector faz parte de uma estratégia mais alargada de internacionalização, que tem levado a agência a acompanhar clientes além-fronteiras.

Isabel Augusto, directora-geral da Green Media, sublinha à Marketeer que estas são apenas as iniciativas em cima da mesa neste momento e que se poderão seguir outras feiras: «Portugal está na moda e a receptividade internacional é muito interessante para qualquer marca portuguesa neste momento. O novo serviço de assessoria mediática internacional vem beneficiar bastante desta nova vaga e a Green Media pretende “surfá-la” com o maior número de empresas e marcas portuguesas possível.»

Findo o Mobile World Congress, está na altura de voar até à capital francesa para participar pela primeira vez no Salão de Paris. Isabel Augusto conta que estão entusiasmados pois é expectável um resultado positivo semelhante ao que conquistaram na Vakanz (Luxemburgo). «Ainda não temos todos os clientes fechados – há ainda empresas a avaliar o investimento e a decidir em breve», conta a responsável, adiantando que levarão ao Salão de Paris o Turismo de Braga, dois hotéis do Centro e os Prémios AHRESP – iniciativa que gostariam de replicar noutros países, aliás.

Sobre as expectativas relativamente à participação em eventos como este, Isabel Augusto explica que as feiras de sector representam oportunidades para as marcas obterem visibilidade, não só nos meios de comunicação do país onde estão a decorrer como também no resto do mundo. A Green Media apresenta-se como a parceira ideal para alavancar estas oportunidades, em qualquer parte do globo, conciliando os mercados estratégicos para cada cliente.

«Ao contrário da tendência no mercado, a Green Media não quis abandonar esta área para seguir atrás dos novos serviços do mundo digital. Pelo contrário, quisemos especializarmo-nos ainda mais e melhor, reforçando o nosso contributo em áreas úteis de consultoria nas empresas», indica a directora-geral da agência. Segundo Isabel Augusto, o serviço da Green Media distingue-se por ser muito pessoal e por assentar em relações de confiança com os clientes, confiança essa que não se pede, «conquista-se em cada mês, em cada estratégia, em cada ano».

Isabel Augusto explica ainda que o projecto inicial de internacionalização foi fundamental para arrancar com a exploração do mercado global e identificação de novas oportunidades: «As que encontrámos estão a ser extraordinárias mas também reconheço que as circunstâncias globais só nos favoreceram.»