



---

## **News release**

**Date** 19 de Janeiro de 2010

**Contact** Diana Aguilar | [Diana.aguilar@porternovelli.pt](mailto:Diana.aguilar@porternovelli.pt)  
213 136 117 | 933 382 131  
Rui Silva | [Rui.silva@porternovelli.pt](mailto:Rui.silva@porternovelli.pt)  
213 136 104 | 933 062 131

---

# **PwC lança formação em Marketing de Serviços e reforça oferta de Revenue Growth**

***Curso decorre nos dias 15, 16 e 22 de Fevereiro de 2011***

A PwC acaba de lançar o curso “Marketing de Serviços”, reforçando assim a sua oferta de *Revenue Growth* junto dos seus clientes. Com o objectivo de formar o mercado em técnicas avançadas de marketing de serviços, o curso decorrerá nos próximos dias 15, 16 e 22 de Fevereiro, nos escritórios da firma, em Lisboa.

Dirigido a todos os responsáveis de marketing, qualidade, implementação de sistemas de qualidade (ISO), planeamento e controlo de gestão, a PwC propõe um curso de marketing de serviços, centrado no cliente, dando especial enfoque às pessoas, processos e equipamentos - os elementos-chave na experiência de serviços. Os participantes vão ter a oportunidade de encarar o marketing de serviços como um recurso flexível, mas essencial na obtenção de informação e no apoio à tomada de decisão nas organizações. O curso assenta num modelo de qualidade total onde a análise dos desvios de qualidade é feita através de casos práticos com recurso a estudos de caso concretos e a troca de experiências (war stories), aplicados à realidade nacional.

De acordo com Nasser Sattar, partner da PwC e líder de *Consulting* da PwC, “sem clientes, não há negócios; há passatempos. Num momento de crise como o que estamos a viver, não poderíamos deixar de estar ao lado dos nossos clientes.” Explica ainda este especialista que o marketing e as técnicas de vendas são essenciais para aumentar as receitas e aumentar a rentabilidade das organizações. “O actual ambiente económico está a obrigar as empresas a terem uma atenção crescente ao perfil dos seus clientes e às suas necessidades e à pressão dos mercados. A adopção de uma abordagem profissional de marketing vai permitir às empresas desenvolverem uma gestão mais eficiente”.

Filipe Charters de Azevedo, Manager de Client Profiling, afirma que “os cursos de *marketing* são habitualmente desenhados de uma forma descritiva e os *case studies* apresentados são desajustados da realidade nacional. A análise é apresentada com excessivos adjectivos, com pouca ligação entre os analistas e o mundo real. Muitas vezes os formandos têm a sensação que estão a ver um filme em que gostavam de participar. A metodologia de formação da PwC assenta na ideia de que esta deve ser dada de profissionais para profissionais: com os detalhes que só quem está no dia-a-dia conhece.”



Para mais detalhes sobre o Programa e Condições, contacte a PwC.

#### Sobre a PwC

---

As firmas da network PwC prestam serviços profissionais de auditoria, fiscalidade e assessoria de gestão orientados por indústria, de forma a acrescentar valor aos seus clientes. Mais de 161.000 profissionais em 154 países distribuídos pelas firmas da rede da PwC partilham as suas ideias, experiências e soluções para desenvolverem novas perspectivas e uma assessoria efectiva. Para mais informações aceda a [www.pwc.com/pt](http://www.pwc.com/pt)

“PwC” é a marca sob a qual operam e prestam serviços as firmas que fazem parte da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Juntas, estas firmas formam a rede PwC. Cada uma das firmas é uma entidade legal distinta e não actua como agente da PwCIL, nem das restantes entidades membros da network. A PwCIL não presta serviços a clientes. A PwCIL não assumirá qualquer responsabilidade por actos ou omissões praticados no exercício da actividade profissional dos seus membros, nem exerce qualquer controlo sobre, ou os vincula juridicamente.

#### Nota

---

PwC é escrito com o P e o C em letra maiúscula. Apenas o logótipo da PwC é representado com todas as letras em minúsculas.