



Multinacional portuguesa TIM w.e. cria empresa de mobile marketing

► TELECOMUNICAÇÕES

Por MAFALDA SIMÕES MONTEIRO

A MKTM – Mobilising Brands foi formalmente apresentada em Portugal. Esta empresa de mobile marketing, do universo TIM w.e., multinacional portuguesa na área do entretenimento móvel, já tem presença em 14 países.

A operar no âmbito da TIM w.e. desde o início do ano, a empresa, com sede em Portugal, deverá, até final do ano, estar presente em 18 mercados.

Durante este primeiro ano, não completo, de actividade, a MKTM

prevê facturar entre dois e três milhões de euros e, em 2009, espera que o volume de negócios ascenda a entre 15 e 20 milhões de euros, sem contar com o negócio de venda de espaço que ainda está a dar os primeiros passos, disse João Pedro Monte, director-geral global da MKTM.

A agência está também a preparar a abertura de escritórios nos EUA e em Inglaterra, estando em fase de recrutamento de equipas, adiantou João Pedro Monte. Os directores-gerais para os EUA e Inglaterra e Ibéria deverão ser escolhidos nas próximas semanas.

Desde a sua génese, a agência já

desenvolveu em Portugal cerca de 20 campanhas, para clientes como a TMN, a EDP, a Lipton ou o BES. A nível internacional a MKTM já desenvolveu campanhas para a Coca-Cola, Repsol, Unilever, Yahoo! Petrobrás, entre outras. Na Argentina, anunciou recentemente um contrato de exploração da imagem de Diego Maradona.

A MKTM privilegia o telemóvel e tem uma gama de serviços abrangente que vai desde a concepção de campanhas ao planeamento e compra de espaços mobile. No futuro, avançou João Pedro Monte, a MKTM poderá apostar no marketing político.