



MARKETING DIGITAL

Estratégias *low cost* para conhecer e comunicar com clientes e público alvo

Miguel Cardoso
Abril 2013

maiaGo
2013

Mala
pelourinho
juventude

maia
COMUNICA MAIA

Index



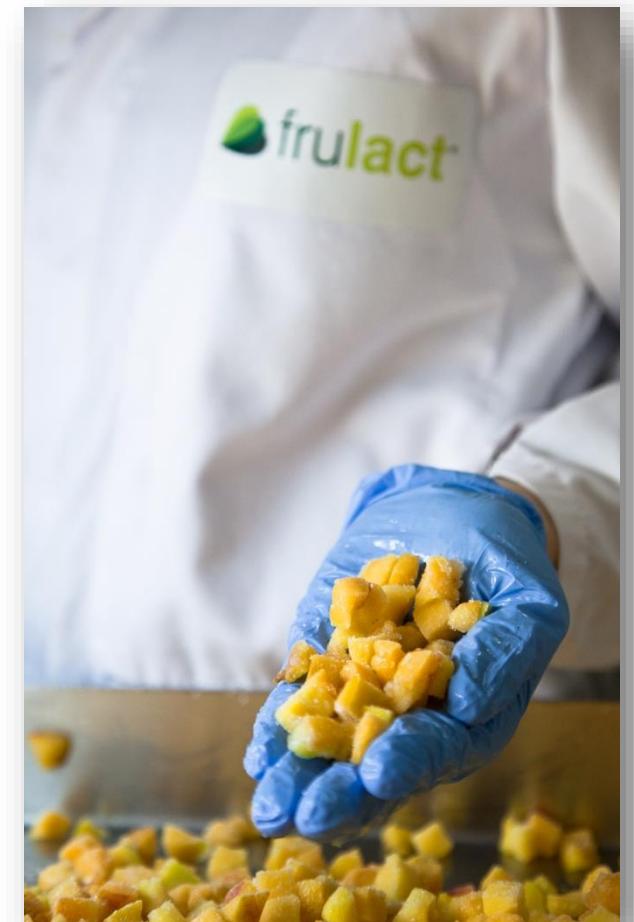
► O Grupo Frulact

► O nosso ADN

► O Marketing Digital no Grupo Frulact

► As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

► A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



Quem somos

- Criação em 1987, em Lavra, Matosinhos
- Desde 1992 na Zona Industrial Maia 1
 - Centro de IDI e Escritórios centrais
 - Unidade industrial para produtos de consumo
- Desde a criação, a gestão do Grupo Frulact baseia-se no **compromisso de ajudar os parceiros de negócio a atingir os seus objetivos, na responsabilidade corporativa e no desenvolvimento de atividades que acrescentem valor ao sector agroalimentar.**



Quem somos

💡 O Grupo Frulact dispõe de **modernas unidades industriais** equipadas com tecnologias e infraestruturas técnicas devidamente adequadas às necessidades do mercado, estando fortemente comprometido com a **Inovação**, a **Competitividade** e a **Internacionalização**.



O que fazemos – B2B

- O negócio principal do Grupo Frulact é a produção de **preparados à base de fruta*** “tailor made” (feitos à medida) para a indústria alimentar, sendo uma das **5 principais** empresas Europeias do sector.
- O portefólio de produtos inclui uma vasta gama de aplicações para **produtos Lácteos, Gelados, Sumos e Bebidas e Pastelaria industrial.**

*a Frulact também produz preparados que incorporam vegetais, cereais, chocolate, legumes, entre outros ingredientes.



Área de Negócio B2B: Preparados à base de Fruta para a Indústria Alimentar

O que fazemos – B2B

- Utilizamos **tecnologia avançada** mantendo a **Naturalidade** das preparações à base de fruta, vegetais, cereais, legumes, etc.

- Utilizamos pedaços de **fruta real e sem OGM**

- Todos os frutos são de produção **biológica**

- Podemos utilizar **frutos DOP** (denominação de origem protegida) e **IGP** (identificação geográfica protegida) como pera Rocha do Oeste, maçã de Alcobaça, pêssego da Cova da Beira, Ananás dos Açores...



Frutos DOP: projeto com o McDonald's Portugal
de toppings os Sundae

O que fazemos – B2B

- ▶ Produzimos **baby food** para algumas marcas de distribuição
- ▶ Associamos **emoções** aos ingredientes
- ▶ Produzimos **preparados “estéreis”**
- ▶ Podemos produzir **sem aditivos e com reduzido número de ingredientes**



Powerballs: esferas à base de fruta para aplicação em bebidas e em produtos alimentares



Pure

Ingrédients:
Fruits
Jus concentré
de raisin
Arome naturel
Purée de banane
Jus concentré



O que fazemos – B2C

💡 O Business-to-Consumer (B2C) é uma realidade cuja visão consiste na implementação de uma estratégia diversificada e diferenciadora, permitindo o desenvolvimento de competências no **mercado de consumo**, beneficiando da experiência e conhecimento – e do efeito de economia de escala – adquirida ao nível do negócio industrial (B2B: business-to-business).



Doces Gourmet



- Maçã, Mel e Canela | Cereja | Framboesa | Pera Rocha com Vinho do Porto
- Abóbora, Laranja e Canela | Abóbora e Nozes | Morango | Alperce

Smoothies



- Framboesa | Manga | Maracujá | Morango-Banana

Sumos Concentrados

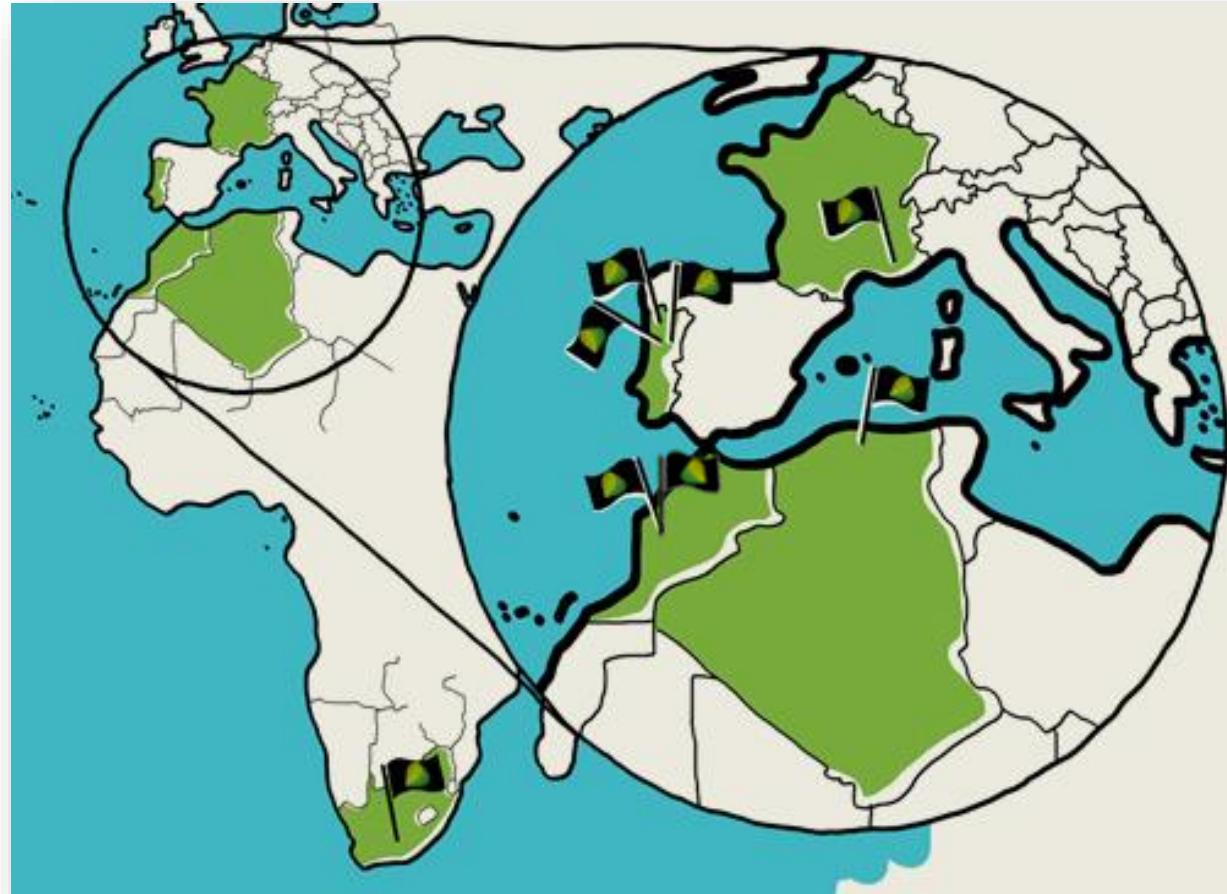


- SUMOS CONCENTRADOS Laranja | Frutos tropicais
- ICED TEA CONCENTRADO (sem açúcar) Pêssego | Limão
- ICED TEA CONCENTRADO Pêssego | Limão

Área de Negócio: Produtos de Consumo

Onde estamos » unidades

- O Grupo Frulact tem **8 unidades industriais em cinco países**: Portugal, França, Argélia, Marrocos e África do Sul.
- **Proximidade dos clientes** para responder de forma mais rápida e eficiente aos seus pedidos.
- **Proximidade das áreas de cultivo de fruta**, garantindo um profundo conhecimento e acompanhamento da logística de abastecimento.



Onde estamos » mercados

EUROPA

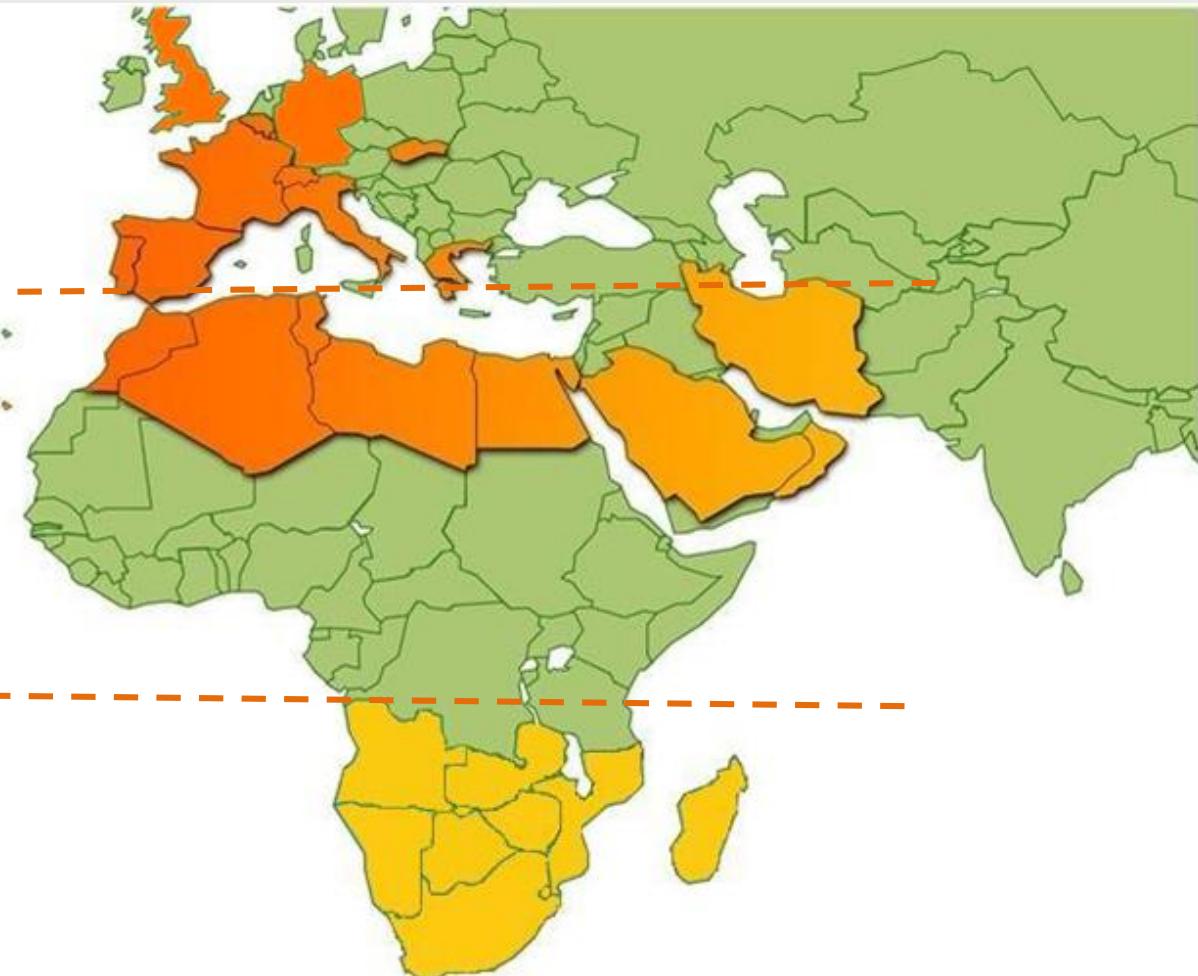
Portugal, Espanha, França,
Bélgica, Luxemburgo, Itália,
Suíça, Eslováquia, Grécia...

NORTE DE ÁFRICA & MÉDIO ORIENTE

...Marrocos, Argélia,
Tunísia, Egipto, Irão,
Arábia Saudita, Líbia,
Emirados Árabes Unidos...

ÁFRICA DO SUL

...e zona de influência da
SADC (Southern African
Development Community)



Resultados do Grupo e por País

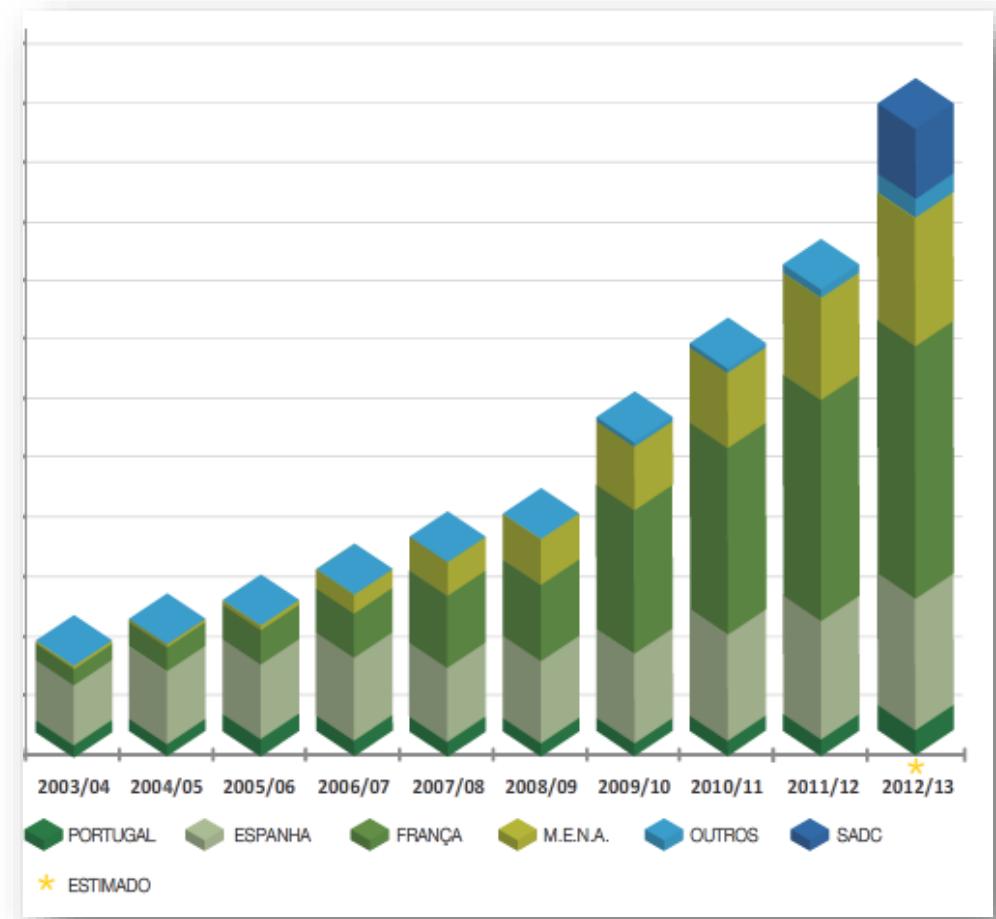


Volume de negócios:

+ que quintuplicou em 5 anos

96% = exportação

2012: + de 80 milhões de €



Index



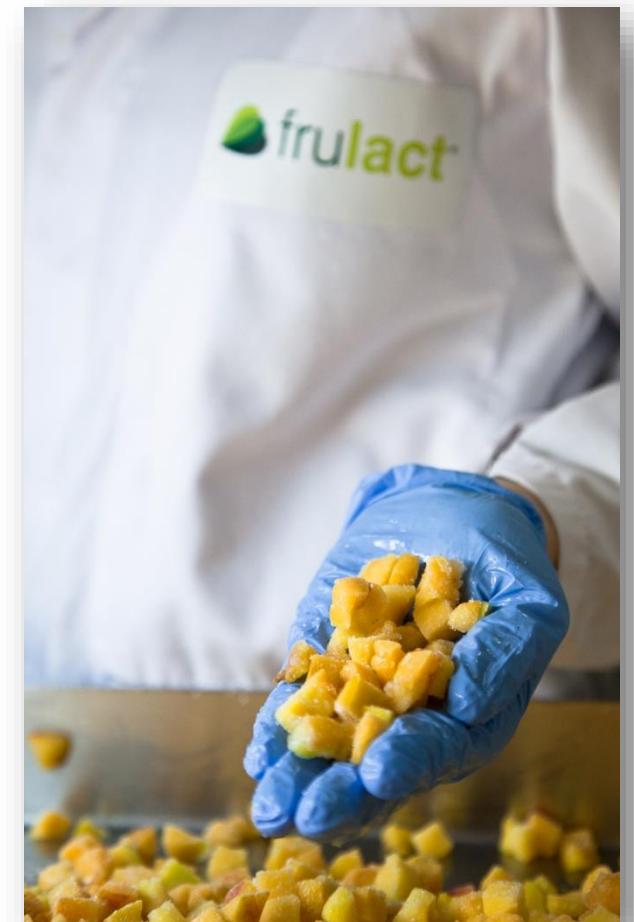
► O Grupo Frulact

► O nosso ADN

► O Marketing Digital no Grupo Frulact

► As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

► A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



O nosso ADN

**Capacidade de trabalhar em parceria com agricultores de todo o mundo
assegurando a total rastreabilidade da fruta desde a plantação ao preparado**

Aprovisionamento

Operações & Tecnologia

Marketing one-to-one



Fornecedor/ Frulact
Rastreabilidade

1^a
Transformação

IDI &
QASA

2^a
Transformação

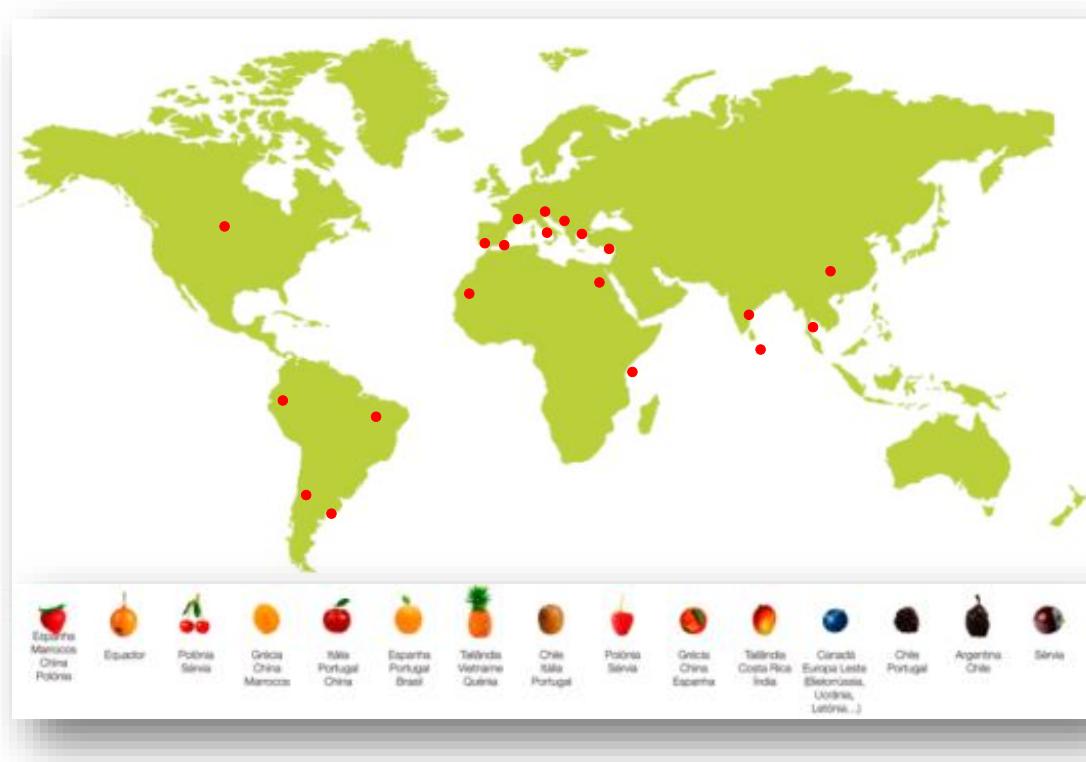
Produto feito
à medida

Observatório
do Mercado

O nosso ADN

Aprovisionamento e logística de Abastecimento

- + de 40 milhares de toneladas de matérias primas provenientes de mais 50 países
- + 250 fornecedores
- + 3 milhões de Kms percorridos por ano pelos serviços de logística subcontratados
- + de 1.800 camiões por ano necessários para logística de abastecimento às nossas fábricas



O nosso ADN

Unidades de 1^a transformação

- Em Marrocos e em Portugal, próximo de áreas de cultivo de fruta
- Desenvolvimento de projetos “à medida” e com fruta de denominação de origem



O nosso ADN

IDI e Marketing

- Uma equipa experiente e inovadora
- Cerca de cinquenta colaboradores
- Desenvolvimento de novos conceitos e produtos de acordo com as tendências de mercado
- Objetivo: **acrescentar valor aos produtos finais comercializados pelos clientes da Frulact**



Certificação do Sistema de Gestão de Inovação
Norma: NP4457-2007 (IDI-0017)



O nosso ADN

2ª transformação de

- ▶ **Frutos “standard”** (comuns na Europa: morango, pêssego, cereja, framboesa...)
- ▶ **Frutos tropicais e superfrutos** (manga, papaia, banana, goiaba, açaí, lichias...)
- ▶ **Frutos secos** (noz, avelã, coco, amêndoas, pistácia, pinhões, ameixa, figo...)
- ▶ **Cereais** (trigo, cevada, aveia...) e **Legumes** (cenoura, tomate, pimento, abóbora...)
- ▶ **Notas quentes** (chocolate, baunilha, caramelo, biscoito...)

Ratatui

Chocolate
e Menta

Morango
“light”



O nosso ADN

► E ainda... possibilidade de misturar **doce com salgado, frutos com cereais, frutos com vegetais, frutos com cereais e vegetais...** que possam ser incorporados no produto final dos nossos clientes e que sejam **fruto da imaginação do cliente ou da nossa inovação e proatividade!**

Papaia e Tomate

Maçã, Pera
e Pepino

Laranja
e Cenoura



O nosso ADN



Fileira Agroalimentar



Centro de Inovação



Procura dos consumidores



Mas, tudo
começa no:
**OBSERVATÓRIO
DE MERCADO!**

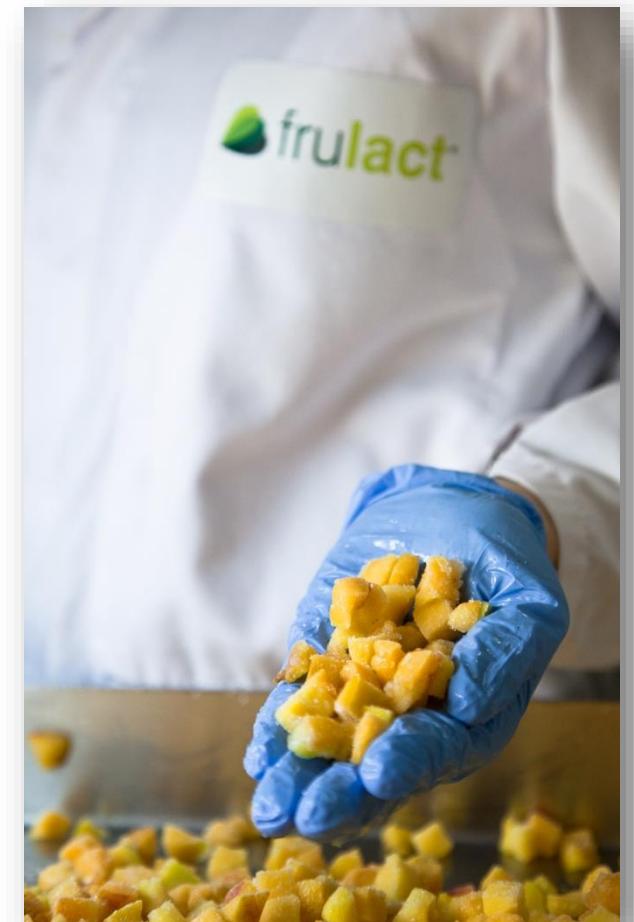
Index



- ◆ O Grupo Frulact
- ◆ O nosso ADN
- ◆ **O Marketing Digital no Grupo Frulact**

◆ As novas tecnologias enquanto fonte
inesgotável de informação e de comunicação a
baixo custo

◆ A utilização das novas tecnologias para comunicar
com clientes e com o público alvo num contexto de
negócio para negócio (B2B)



Observatório de mercado



Em que consiste

Na utilização diária de fontes de informação e de comunicação que permitem **recolher, tratar e analisar dados de mercado, conhecer tendências, novos produtos e serviços, clientes e concorrência de forma a apoiar a Força de Vendas e os técnicos de IDI**, fornecendo-lhes informação útil e direcionada que podem utilizar como vantagem competitiva no relacionamento com clientes, bem como **usar proativamente no âmbito de novos desenvolvimentos de produto** de acordo com as tendências atuais de consumo e, inclusivamente, antecipando tendências a curto/médio prazo.



EUA: iogurte lançado em Março



Observatório de mercado



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

CIA World Factbook

AFRICA :: CHAD

PAGE LAST UPDATED ON MARCH 28, 2013

PRINT

(CONTAINS DESCRIPTION)

CLICK FLAG OR MAP TO ENLARGE

VIEW 2 PHOTOS OF CHAD

CLICK MAP TO ENLARGE

EXPAND ALL | COLLAPSE ALL

Introduction :: CHAD

Geography :: CHAD

People and Society :: CHAD

Government :: CHAD

Economy - overview:

Chad's agricultural economy will continue to be boosted by major foreign direct investment projects in the oil sector that began in 2000. Economic conditions have been positive in recent years, with real GDP growth reaching 13% in 2010 because of high international prices for oil and a strong local harvest. GDP growth for 2012 is estimated at 7.3%. However, Chad's investment climate remains challenging due to limited infrastructure, a lack of trained workers, extensive government bureaucracy, and corruption. At least 80% of Chad's population relies on subsistence farming and livestock raising for its livelihood. The government of Chad is determined to improve agricultural production through modernization and mechanization over the next three years, and hosted a national Rural Development Forum in 2012 to promote investment in agriculture. Chad's economy has long been handicapped by its landlocked position, high energy costs, and a history of instability. Chad relies on foreign assistance and foreign capital for most public and private sector investment projects. Remittances are also an important source of income. The Libyan conflict disrupted inflows of remittances to Chad's impoverished western region that relies on income from Chadians living in Libya. A consortium led by two US companies has been investing \$3.7 billion to develop oil reserves - estimated at 1.5 billion barrels - in southern Chad. Chinese companies are also expanding exploration efforts and have completed a 311-km pipeline and the country's first refinery. The nation's total oil reserves are estimated at 1.5 billion barrels. Oil production came on stream in late 2003. Chad began to export oil in 2004. Cotton, cattle, and gum arabic provide the bulk of Chad's non-oil export earnings.

Eurostat



51/2013 - 3 April 2013

Flash estimate - March 2013 Euro area annual inflation down to 1.7%

Euro area¹ annual inflation² is expected to be 1.7% in March 2013, down from 1.8% in February³, according to a flash estimate⁴ from Eurostat, the statistical office of the European Union.

Looking at the main components of euro area inflation, food, alcohol & tobacco is expected to have the highest annual rate in March (2.7%, stable compared with February), followed by services (1.9% compared with 1.5% in February), energy (1.7% compared with 3.9% in February) and non-energy industrial goods (1.0% compared with 0.8% in February).

Euro area annual inflation and its components, %

	Weight (%) 2013	Mar 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dec 2012	Jan 2013	Feb 2013	Mar 2013
All-items HICP	1000.0	2.7	2.5	2.2	2.2	2.0	1.8p	1.7e
Food, alcohol & tobacco	193.7	3.3	3.1	3.0	3.2	3.2	2.7p	2.7e
Energy	109.6	8.5	8.0	5.7	5.2	3.9	3.9p	1.7e
Non-energy industrial goods	273.6	1.4	1.1	1.1	1.0	0.8	0.8p	1.0e
Services	423.0	1.8	1.7	1.6	1.8	1.6	1.5p	1.9e

Source: Eurostat e = estimate p = provisional

1. The euro area consists of Belgium, Germany, Estonia, Ireland, Greece, Spain, France, Italy, Cyprus, Luxembourg, Malta, the Netherlands, Austria, Portugal, Slovenia, Slovakia and Finland.
2. Annual inflation is the change of the price level between the current month and the same month of the previous year. For further information on the euro area inflation flash estimate see the Statistics Explained article on the Eurostat website: [http://ec.europa.eu/euro/euro/eurostatistics_explained/index.php/inflation_in_the_euro_area](http://ec.europa.eu/eurostat/euro/eurostatistics_explained/index.php/inflation_in_the_euro_area)
3. See News Release 41/2013 of 15 March 2013.
4. The euro area inflation flash estimate is issued at the end of each reference month. The complete set of harmonised indices of consumer prices (HICP) for the euro area, EU and Member States is released around the middle of the month following the reference month. The next release with full data for March 2013 is scheduled for 16 April 2013.

BDs de importadores/feiras

PRODUCERS, EXPORTERS OF: GERMANY 1905 Companies

ELFERING EXPORT DE EZ 958 EG

ELFERING EXPORT GMBH
Enscheder Strasse 37
48683 Ahaus-Alstaette Germany
Tel: +49 7022-7182131 Fax: +49 7022-7182155
[E-mail](#)
Producer, exporter of: Pork Meat, Pork Offals, Pork by Products, Pork Ground Meat, Pork Trimmings, Beef Meat, Beef Offals, Beef by Products, Beef Ground Meat

ERZQUELL BRAUEREI BIELSTEIN HAAS & CO. KG

ERZQUELL BRAUEREI BIELSTEIN HAAS & CO. KG
Bielsteiner Strasse 108
51674 Bielstein, Germany
Tel: 02262 82-0 Fax: 02262 82-106
[E-mail](#)
Producer, exporter of: Beer

Exhibitor List BE & Ni 2013

<input type="checkbox"/> AJ INTERNATIONAL CO. LTD.	91C01-15
<input type="checkbox"/> A/S Balticovo	8N37
<input type="checkbox"/> A+S Biotec GmbH	8A18
<input type="checkbox"/> A2 Trading GmbH	91B63
<input type="checkbox"/> AarhusKarlshamn Sweden AB	8G28
<input type="checkbox"/> ABF Ingredients Group	8E39
<input type="checkbox"/> AC IC VE DIS TIC. LTD. STI	91F52
<input type="checkbox"/> Activ International SAS	8B86
<input type="checkbox"/> Adifo N.V.	9F59A
<input type="checkbox"/> ADM International Sàrl	8J23
<input type="checkbox"/> Advanced Biotech	9C39-8
<input type="checkbox"/> Advanced Enzyme Technologies Ltd	91A57
<input type="checkbox"/> Advanced Lipids AB	91G41
<input type="checkbox"/> AGI	91D48
<input type="checkbox"/> AGRANA Beteiligungs-AG	8K23
<input type="checkbox"/> Agro Gums	91A60
<input type="checkbox"/> Alacalor S.A.C.	8M46A

Observatório de mercado



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

International Trade Centre

TRADE MAP

Trade statistics for international business development

Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs...

In 2013, the tools will remain free to users in developing countries.

The validity of existing accounts has been automatically extended until the end of 2013.

Trade Map provides users with indicators on export performance, international demand, alternative markets and the role of Trade Map covers 220 countries and territories and 5300 products of the Harmonized System. Trade data is also available than 150 countries.

Now Trade Map now covers more than 80% of 2012 world trade reported by 76 countries on a monthly basis.

Latest trends available in Trade Map

Most important evolutions for Burundi's imports between 2011 and 2012

Origin of products imported by Burundi*

Italy	US\$ 179 millions	+1633%
Rwanda	US\$ 28 millions	+352%
Viet Nam	US\$ 1.8 millions	-72%
Singapore	US\$ 1.5 millions	-63%

Products imported by Burundi*

Oil seed, oleaginous fruits, grain, seed, fruit, etc, nes	US\$ 153 millions	+4397%
Cereals	US\$ 54 millions	+267%
Footwear, gaiters and the like, parts thereof	US\$ 2.4 millions	-63%
Stone, plaster, cement, asbestos, mica, etc articles	US\$ 2.4 millions	-61%

* Threshold value : US\$ 1 million

AICEP e INE – Dados sobre consumo

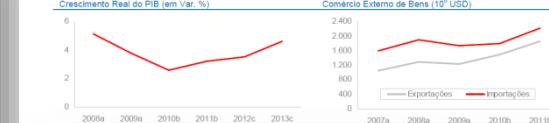


aicep Portugal Global

PAÍS EM SÍNTESE BENIM

	Capital	Porto Novo
População	9,9 milhões de habitantes (est 2011)	Bone Yari
Língua Oficial	Francês, Fon e outras	Pascal Intérré Kouakpi
Unid. Monetária	Franco CFA	Risco de Crédito
Taxa de Câmbio	1 EUR=655,957 CFA (pandade fixa)	Risco do País
Principais Indicadores Macroeconómicos	2008 ^a 2009 ^b 2010 ^b 2011 ^c 2012 ^c 2013 ^c	
PIB a preços de mercado (10 ³ USD)	6,6 6,7 6,7 7,3 n.d. n.d.	
PIB per capita (USD)	785,1 775,1 ^b 752,8 620,2 n.d. n.d.	
Crescimento real do PIB (Var. %)	5,1 3,8 2,6 3,5 4,8	
Taxa de inflação (média)	7,9 2,2 2,3 2,7* 5,5 3,2	
Saldo da balança corrente (10 ³ USD)	-619 -756 -526 -621 -560 -474	
Dívida pública (10 ³ USD)	9,8 11 12 14 n.d. n.d.	
Reservas totais exc. ouro (10 ³ USD)	1.263 1.230 1.200 ^b 887 ^c n.d. n.d.	

Notas: (a) Valores efectivos. (b) Estimativa. (c) Previsões. n.d. – não disponível



Notas: (a) Valores efectivos. (b) Estimativa. (c) Previsões

Posição no ranking mundial – 2010 Como exportador 140^c Como importador 145^c

	% Total	Principais fornecedores 2010	% Total
Principais clientes 2010			
1 ^a Nigéria	48,5	1 ^a França	16,3
2 ^a China	11,7	2 ^a China	12,6
3 ^a Índia	5,2	3 ^a Togo	10,9
4 ^a Chile	4,1	4 ^a Holanda	1,1
9 ^a Portugal	1,8	30 ^a Portugal	0,3
Principais produtos transacionados – 2011			
Produtos exportados (% total)		Produtos importados (% total)	
Algodão	28,5	Combustíveis e óleos minerais	31,8
Combustíveis e óleos minerais	27,9	Algodão	10,7
Cobre e suas obras	15,4	Veículos automóveis e partes	9,2
Madeira, carvão vegetal e obras de madeira	13,8	Máquinas e aparelhos eléctricos	5,3
Ferro fundido, ferro e aço	3,4	Gorduras e óleos animais ou vegetais	4,6
Nota	Valores reportados pelos parceiros comerciais (inform. estatística)		

Nota: Valores reportados pelos parceiros comerciais (inform. estatística)

Investimento Direto 2010 2010

Inv. estrangeiro no Benim (10³ USD) 111 Inv. no Benim e no estrangeiro (10³ USD) 7

Posição no ranking mundial (2010) Como receptor 151^a Posição no ranking mundial (2010) Como emissor 112^a

Relacionamento com Portugal

	2011	Jan/Mar 2012	Importações Bens (10 ³ €)	2011	Jan/Mar 2012
Exportações Bens (10 ³ €)	12.902	1.700	Importações Bens (10 ³ €)	2.911	Jan/Mar 2012
Cliente	82 ^a	0,0	Posição no ranking (2011)	119 ^a	
% Salões	0,0		Fornecedor	2011	
Posição no ranking (2011)	2011	Jan/Mar 2012	Entradas	2011	Jan/Mar 2012
Exportações Serviços (10 ³ €)	1	1	Importações Serviços (10 ³ €)	1	2011
IDE Líquido (10 ³ €)	2011	Jan/Mar 2012	DPE Líquido (10 ³ €)	2011	Jan/Mar 2012
n.d.	n.d.		n.d.	n.d.	

Fontes: The Economic Intelligence Unit (EIU), COEGEO – Companhia de Seguros de Crédito, COFACE, World Trade Organization (WTO),

UNCTAD – World Investment Report 2011, Instituto Nacional de Estatística (INE),

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
STATISTICS PORTUGAL

Censos | Censos 2011 | Informação Estatística | Perguntas Frequentes | Contactos | Pesquisar

CENSOS 2011
Inventário para o presente

Início :: Informação Estatística :: Ficheiro síntese

Por freguesia, segundo a CAOP2012 :: Por lugar, à data dos Censos 2011 :: Por subsecção, à data dos Censos 2011

Nesta página encontra um conjunto de informação estatística no nível da freguesia (segundo a CAOP2012 - Carta Administrativa Oficial de Portugal), contendo 119 variáveis (ou contagens diretas de variáveis ou modalidades agregadas).

Variáveis disponíveis

Fechar a árvore | Abrir a árvore

Portugal - Download do ficheiro - (zp, 831 KB)

Continente - Download do ficheiro - (zp, 785 KB)

Norte - Download do ficheiro - (zp, 365 KB)

Minho-Lima - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Cávado - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Ave - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Grande Porto - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Tâmega - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Entre Douro e Vouga - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Douro - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Carrazeda de Ansiães - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Freixo de Espada à Cinta - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Torre de Moncorvo - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Vila Flor - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Vila Nova de Foz Côa - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Alijó - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Mesão Frio - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Peso da Régua - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Sabrosa - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Santa Marta de Penaguião - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Vila Real - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Armamar - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Lamego - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Molmento da Reira - Download do ficheiro - (zp, < 100 KB)

Observatório de mercado



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

Newsletters do setor

FOOD PROCESSING

Free E-Newsletters!

Stay ahead of the curve with free e-newsletters and alerts. They are delivered to your inbox on a regular basis and you may unsubscribe at any time. To view samples of each e-newsletter, visit our [examples page](#).

Available E-Newsletters [Add all](#)

To subscribe to an e-newsletter, click, hold and drag one to the right, then drop it in your "My Subscriptions" box.

DRAG TO SUBSCRIBE

Food Processing Surveys and Special Alerts	
FoodProcessing.com E-news	i
Agile Plant Insider	i
FoodProcessing.com Updates	i
The Friday Five	i
Food Careers	i
Flavors & Functional Ingredients	i
White Paper Alerts	i
Food Safety Update	i

My Subscriptions [Remove all](#)

To unsubscribe from an e-newsletter, click, hold and drag one to the left, then drop it in the "Available E-Newsletters" box.

DRAG TO UNSUBSCRIBE

First Name

FoodProcessing.com e-newsletters are delivered in HTML format. If you wish to receive them in plain text, please check this box.

Last Name

E-Mail

[Subscribe](#) | [No thanks](#)

Site e Redes sociais dos potenciais clientes

[Início](#) [Mapa do site](#) [Pesquisar](#) [Danone Informa](#) [Contactos](#)

DANONE

A melhorar a Saúde e Nutrição das famílias portuguesas

Quem Somos **As Nossas Marcas** **Saúde e Nutrição** **Desenvolvimento Sustentável** **Trabalhar na Danone** **Profissionais de Saúde** **Gabinete de Imprensa**

Gabinete de Imprensa

Danone Portugal **Press-Releases**

Selecionar o tema: ▾

» [Nova imagem dos iogurtes Marca Danone destaca a origem do leite 100% nacional](#)
31 de Agosto de 2012 | Iogurte Danone

» [Corpos Danone desafia as mulheres portuguesas a 'manifestarem-se' pelo seu Corpos Danone](#)
20 de Agosto de 2012 | Corpos Danone

» [Novo Grego com sabor a Laranja, Limão e Tangerina](#)
30 de Agosto de 2012 | Grego

» ["Actimel, a garrafinha pequena por fora mas com tanto dentro"](#)
1 de Julho de 2012 | Danone Portugal

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Clipping



facebook

E-mail ou telefone Palavra-passe

Manter sessão iniciada Esqueceste-te da tua palavra-passe?

Iniciar sessão

Danone Portugal | Jarrão de Iogurte Líquido Danone

Gostou

NOVO

JARRÃO DE IOGURTE LÍQUIDO DANONE

Ideal para partilhar.

Prático de usar e guardar no frigorífico, sem entornar.

Bom para consumir durante vários dias, depois de aberto. (conservar no frigorífico)

1.99 €
equivalente a 6 garrafas*

DANONE

Morango

Também na variedade Tutti-frutti

* PVP Promocional / Consulte as condições de utilização

Um iogurte à medida de todos

Flash mob: Danone Portugal e Sonae apresentam o primeiro Linear do Futuro

DANONE Danone Portugal · 18 vídeos

[Subscrever](#) 19

[Gosto](#) [Carregado em 10/02/2012](#)

[Acerca de](#) [Partilhar](#) [Adicionar a](#)

Carregado em 10/02/2012
A Danone e o Continente, celebraram a inauguração do Linear do Futuro dos iogurtes.
Para comemorar, surpreenderam os clientes do Continente de Mostrar mais

Aprovisionamento e logística



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

Relatórios setoriais



MILK SOUTH AFRICA IS THE INSTRUMENT THROUGH WHICH ITS MEMBERS, THE MPO AND SAMPRO, DEAL WITH COMMON CHALLENGES.

VISION
To promote a healthy South African dairy community.

MISSION

- To promote the image and consumption of South African dairy products among consumers and the broader population; and
- To develop the dairy industry through rendering value-added services to industry participants, consumers and the broader South African population.

STRATEGIC DIRECTION

- Broaden the market for milk and other dairy products.
- Improve the international competitiveness of the dairy industry.
- Empower previously disadvantaged individuals.

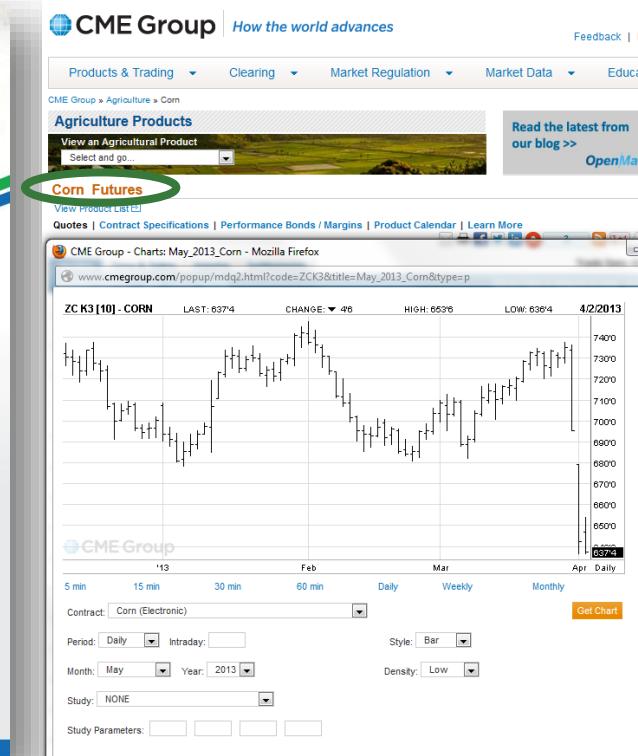
STRATEGIC OBJECTIVES

The strategic direction of Milk SA resulted in strategies that are financed by the levies implemented in terms of regulations promulgated in terms of the Marketing of Agricultural Products Act, as well as other strategies that are not financed from levy income, which include:

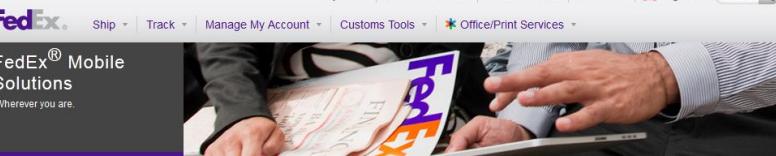
- consumer education,
- improvement of the quality of milk and other dairy products,
- empowerment of previously disadvantaged individuals, through actions that improve knowledge and skills,
- promotion/facilitation of research and development,
- collection and publication of industry information,
- promotion of South Africa's trade dispensation regarding milk and other dairy products,
- constructive cooperation with the industry role players and government.

www.milksa.co.za or Tel +27 12 460 7312

Evolução previsível custo MPs



Rastreabilidade no momento



FedEx® Mobile Solutions
Wherever you are.

FedEx Mobile

- FedEx Mobile for BlackBerry
- FedEx Mobile for iPhone and iPad
- FedEx Mobile for Android
- Frequently Asked Questions

Wherever you are. FedEx® Mobile
Track while you travel. Get rates from the golf course. Find locations as you lounge.

Stay connected to your shipments, wherever you are. The power of FedEx is at your fingertips. FedEx Mobile provides solutions when you're on the go. Go to m.fedex.ca using your mobile browser.

[View mobile version](#)

Features

Tracking
The power of fedex.ca lets you track your shipments just as you would on fedex.ca. Simply enter your tracking number and click the track button. You can track any FedEx Express®, FedEx Ground®, or FedEx Freight® shipment while you are away from your desk.

Shipment Notifications
Let FedEx tell you when your package is delivered. Simply give us your e-mail address, and we'll send you a note when your shipment has been delivered or if an exception has occurred.

Locator
Enter a postal code, address or phone number and FedEx Mobile at fedex.ca will help you get to the nearest FedEx Office, FedEx World Service Center®, FedEx Authorized ShipCentre® locations or FedEx Express® Drop Box.

Rate and Transit Time Quotes
Get a quick quote, or log in to access your account to get accurate and reliable quotes and estimated delivery dates while you are on the road.

Schedule a Pickup
Schedule a courier pickup, even when you're away from the office.



Index

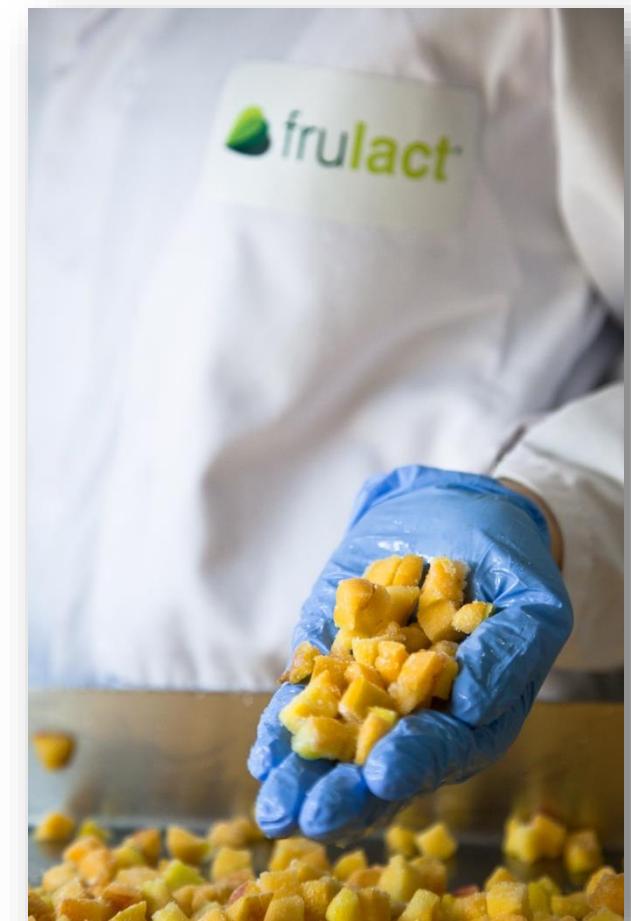
► O Grupo Frulact

► O nosso DNA

► O Marketing Digital no Grupo Frulact

► As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

► A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



A internet num contexto B2B



Otimização dos motores busca

Em 1º lugar, o site da empresa

Fonte de informação nº1 na internet

Plataforma de emprego

Localização

Rede profissional de contactos

Divulgação institucional

frulact

frulact

frulact sa

frulact south africa

frulact portugal

Frulact
www.frulact.pt/ - Translate this page

Frulact home
Bem-vindo à Frulact. A selecção natural. home | info legal ...

Legal info
Email: info@frulact.com. Hereafter ...
home | legal info | client - PT ...

Group
This is the year confirming that Frulact Group counts on its ...

More results from frulact.pt »

Frulact - Wikipedia the free encyclopedia
en.wikipedia.org/wiki/Frulact

Frulact - Ingredientes para a Indústria de Laticínios, Lda. is a food industry company specialized in fruit processing, headquartered in Maia, Portugal. Its aim is ...

Frulact
jobs.frulact.com/ - Translate this page

1º promotor (1) Sistemas de Informação Maia, Portugal A Frulact, Grupo Industrial Internacional no sector agro-alimentar, pretende reforçar a sua equipa de ...

FRULACT-INGREDIENTES P/ A INDÚSTRIA ALIMENTAR, S.A.

Address: Rua do Outeiro 589, 4475-150 Gemude - Maia
Phone: 229 287 910

Directions **Write a review**

Frulact
www.linkedin.com/company/frulact

Welcome to the company profile of Frulact on LinkedIn. Since 1987 Frulact produce tailor made fruit preparations for the food and beverage industries....

Frulact
www.sapo.pt/3Gm2pdzwi2prruq3Vtg

Vídeos Sapo.pt/3Gm2pdzwi2prruq3Vtg
Aug 28, 2012
Descrição - Fundada em 1987, a frulact está entre as cinco principais empresas europeias de produção ...

Póvoa

Rua do Outeiro

Outeiro

Passal

Rua das

©2013 Google

Map data ©2013 Google

A página web da empresa

Simples e intuitiva para utilização universal



The screenshot illustrates several key features of the frulact website:

- Área reservada para clientes** (Client Area): Indicated by a green arrow pointing to the "cliente" link in the top navigation bar.
- Principais idiomas dos mercados externos** (Main languages of external markets): Indicated by a green arrow pointing to the language selection area (PT | FR | ES | EN).
- Informação resumida e relevante** (Summary and relevant information): Indicated by a green arrow pointing to the sidebar menu items (Produtos, Serviços, IDI, QASA, Sourcing, Prémios, Embalagens, Contactos, Carreiras).
- Possibilidade de descarregar o catálogo** (Ability to download the catalog): Indicated by a large green arrow pointing to the "PARCEIROS NATURALMENTE" section, which includes a "Download" button.

The website content includes:

- Top navigation: frulact, home, info legal, cliente.
- Main menu: Lacticínios, Gelados, Pastelaria, Bebidas, Consumo.
- Text on the left: "O mercado dos gelados é um mercado cada vez mais competitivo. Um segmento cada vez menos saí do topo, que impera a criatividade, a irreverência e o dinamismo." and "Para conhecer o sucesso, é necessário antever desejos e necessidades, compreender o mercado e propor soluções inovadoras. Temos merecido o reconhecimento dos clientes da indústria de gelados, contribuindo decididamente para a criação de novas tendências e para a transformação da indústria de gelados em um setor cada vez mais competitivo."
- Image: A large image of a dessert topped with various berries.
- Footer: PARCEIROS NATURALMENTE, Download button, social media icons (Facebook, Twitter, LinkedIn), and a "Download" button.

Marketing 1 para 1



Informação personalizada

► Relacionamento “1 para 1” implica a gestão e disponibilização de conteúdos personalizados à medida de cada cliente.

► Inovações, propostas de novos desenvolvimentos de produto, informações sobre o mercado são exclusivas.

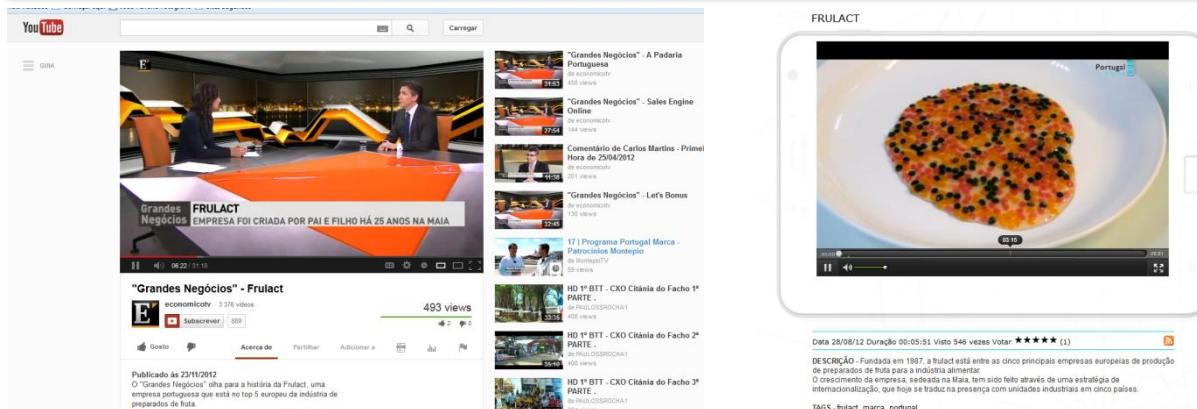
A screenshot of the frulact website's login page. The top navigation bar includes links for "home", "info legal", and "cliente" (client), with "cliente" highlighted by a green oval. On the right, there are language links for "PT | FR | ES | EN". The main heading "selecção natural" is displayed above a large image of three apples (one red, two yellow). A sidebar menu on the left lists categories: Grupo, Produtos, Serviços (which is highlighted by a green oval), IDI, QASA, Sourcing, Prémios, Embalagens, Contactos, and Carreiras. Below the sidebar is a login form with fields for "Utilizador" (User) and "Senha" (Password), both enclosed in a green oval, and a "Acesso" (Access) button.

Redes sociais

Facebook, Twitter, LinkedIn – a última é uma rede social profissional



Youtube – sim, se a inserção de informação for gerida de forma apropriada



FRULACT

"Grandes Negócios" - FRULACT

GRANDES NEGÓCIOS - A Padaria Portuguesa

"Grandes Negócios" - Sales Engine Online

Comentário de Carlos Martins - Primeira Hora de 29/04/2012

"Grandes Negócios" - Let's Bonus

17 - Programa Portugal Marca - Patrocínio Município de MonchiqueTV

HD 1º BTI - CXO Ciânia do Facho 1ª PARTE - PAULOCOSTRICKA1

HD 1º BTI - CXO Ciânia do Facho 2ª PARTE - PAULOCOSTRICKA1

HD 1º BTI - CXO Ciânia do Facho 3ª PARTE - PAULOCOSTRICKA1

Publicado às 23/11/2012

O "Grandes Negócios" olha para a história da Frulact, uma empresa portuguesa que está no top 5 europeu da indústria de preparados de fruta.

Data 28/08/12 Duração 00:05:51 Visto 546 vezes Votar ★★★★★ (1)

DESCRIÇÃO - Fundada em 1987, a Frulact está entre as cinco principais empresas europeias de produção de preparados de fruta para a indústria alimentar. O crescimento da empresa, sediada na Maia, tem sido feito através de uma estratégia de internacionalização, que hoje se traduz na presença com unidades industriais em cinco países.

TAGS - frulact marca portugal

Gestão da informação na net



É impossível controlar, mas possível de gerir através da difusão direcionada de informação que acrescente valor à empresa e à marca



[Presidente da Frulact: 'É com os jovens que aprendo mais ...](#)

sol.sapo.pt/inicio/Economia/Interior.aspx%3Fcontent_id%...
26 abr. 2012 ... Líder da Frulact, João Miranda conquistou o troféu Novas Tecnologias do Best Leader Awards. Com vendas de 75 ... Siga o SOL no Facebook ...

[Selenis, Tintas Barbot, Frulact - TSF](#)

www.tsf.pt/Programas/programa.aspx%3Fcontent_id%3D90411...
Com a recente compra de uma empresa concorrente em França, a Frulact duplicou a produção para 70 mil toneladas de preparados de fruta por ano.



[Frulact inova preparados de fruta para o mundo há 25 anos](#)

diarioagrario.blog.pt/2012/07/frulact_inova_preparados_de_fru...
25 jul. 2012 ... João Miranda é o fundador e presidente do grupo Frulact Torne-se nosso fã no facebook, siga-nos no twitter e receba notificações de ...

[Frulact - Indústria Agro-Alimentar, S.A](#)

https://www.racius.com/frulact-industria-agro-alimentar...
Consulte informações sobre a Frulact (NIF 501921591) como sócios, acionistas, participações, atos societários, empresas e gestores relacionados.



[Frulact obtém certificação do Sistema de Gestão de I+D+](#)

www.almact.pt/informacao/71/6762/frulact_obtem_certific...
8 dez. 2012 ... O Grupo Frulact obteve a certificação do Sistema de Gestão de Investigação, ... Partilhar. Facebook Twitter Google Bookmarks RSS Feed ...

[Icel/Bioalvalo/Frulact - Best Of Portugal - Documentários - RTP](#)

www.rtp.pt/programa/tv/p28948/e3
Líder ibérica em preparados à base de fruta, a produção da Frulact destina-se à indústria alimentar. Conheça melhor esta empresa que aposta na antecipação ...



[FRULACT é "Campeão Nacional" no Concurso European Business...](#)

agrotec.pt/%351_p%3B03450
27 dez. 2012 ... O Grupo Frulact recebeu este mês a distinção de "Campeão Nacional" no prestigiado concurso da European Business ... Share on Facebook ...

Comunicação LC* em tempo real



Novas tecnologias aplicadas transversalmente à empresa e à sua cadeia de valor

Skype e outras aplicações similares

Onde estiver, onde os seus amigos estiverem - o Skype mantém-vos juntos.

Aadir →

Pretende obter mais informações? [Obter informações sobre o Skype](#)

Tire o máximo partido do Skype

Efectue a actualização para uma conta Premium e desfrute de videochamadas em grupo, chamadas ilimitadas para um país à sua escolha e ainda apoio ao cliente através de conversas em directo.

[Explorar o Skype Premium](#)

Chamadas ilimitadas para telefones fixos na América Latina

Experiência a nossa subscrição mais recente (no valor de 7.99 €) gratuitamente durante um mês.

Iniciar a sua avaliação gratuita

Videoconferência – interação em tempo real

TelePresence: In-Person Experiences for All

Video is the New Voice

Words convey meaning, a picture says a thousand words, and video does it all.

[Watch Video](#)

Telepresence, Next-Generation Video Conferencing

The world is getting bigger, more complex, and moving faster—making collaboration a critical and strategic priority. How do you get everyone on the same page? Scale resources to be in more places at once? Maintain face-to-face relationships with a growing network of colleagues, customers, agencies, partners and advisors?

Telepresence Puts People at the Center of Collaboration

Cisco TelePresence places people at the center of the collaboration and video experience, empowering them to work together in new ways to transform business, accelerate innovation, and do more with less. Its next-generation video conferencing, where everyone, everywhere can be face-to-face and more effective through the most natural and lifelike communications experience available.

*low cost



Disclaimer

Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements

This presentation is for informational and educational purposes only. The information and materials contained in this presentation are provided 'as is' and FRULACT GROUP does not warrant the accuracy, adequacy or completeness of the information and materials and expressly disclaims liability for errors or omissions. None of the information contained in this presentation constitutes an offer, solicitation or recommendation to acquire or dispose of any business information, security or investment or to engage in any other transaction or to provide legal, tax, accounting or investment advice or services regarding the suitability or profitability of any security or investment.

FRULACT GROUP has not made any recommendations regarding the merit of any product, company, security or other financial product or investment identified in the presentation, made any recommendation regarding the purchase or sale of any such company, security, financial product or investment, or endorsed or sponsored any company identified in the presentation. This presentation is only for use of this particular session and it is not allowed to someone to take copies or to serve other uses unless expressed authorization of FRULACT GROUP.