



CONFERÊNCIA
Digit@l Tuesdays by **IAPMEI**

DOWNLOAD DO FUTURO

30 JUN | **IAPMEI**
09H30 | Lisboa



IA no Marketing

Eficiência com Critério

Susana Santos | Workshop | IAPMEI



Susana Santos

CEO & Co-fundadora, DP-Partners

“ Em criança queria ser jogadora de futebol profissional. E fui. Hoje faço exatamente o mesmo, mas num campo diferente. O marketing virou a minha segunda paixão”

O meu percurso: vendas - operação - liderança de marketing - consultoria estratégica

Experiência: B2B e B2C | + 10 anos com empresas em crescimento

**Quem aqui já usou uma ferramenta
de IA na última semana?**

Quem usa com uma estratégia clara por trás?



O universo das ferramentas de IA

Ferramentas de IA Generativa

Vocês orientam e elas produzem

Chatgpt
Gemini
Perplexity
Grok
Claude

Ferramentas de Marketing com IA

A IA trabalhar e vocês
interpretam

Canva
Hubspot
Meta Advantage +
Google Analytics
Klaviyo

Digit@l Tuesdays by IAPMEI

DOWNLOAD DO FUTURO

Toda a gente está a usar.

Nem toda a gente está a ter resultados



O que nos dizem os dados

94,8 %

**dos portugueses já
usaram ferramentas
de IA**

Magma /CIP 2025

73,1 %

**Fazem-no
semanalmente**

Magma /CIP 2025

11,5 %

**das empresas
portuguesas integram
IA no seus processos**

Magma /CIP 2025

A pessoa usa.

A empresa fica para trás



Das empresas portuguesas que já adotaram IA:

65%

Estão ainda nos níveis mais básicos de maturidade

Barómetro PMU, 2025

Usam. Mas não aproveitam

**Porquê é que os resultados
ficam tão aquém do
esperado?**

Digit@l Tuesdays by **IAPMEI**

DOWNLOAD DO FUTURO

Mas os resultados não aparecem.

**Quem já usou uma ferramenta de IA
e sentiu que o resultado ficou
aquém do esperado?**



O que nos dizem os dados

70-85 %

**das iniciativas de IA
falham em atingir os
resultados esperado**

Mckinsey, 2025

42 %

**fazem-no
semanalmente das
empresas
abandonaram
projectos de IA EM
2025**

Era 27% 2024

S&P Global, 2025

28 %

**dos responsáveis de
marketing B2B
europeus não
conseguem identificar
onde aplicar a IA**

Forrester Research, 2025

A IA não falha

O problema não é a ferramenta

“No marketing, a IA entrega sempre.

A questão é se entrega o que o teu negócio precisa.”

**Porque o marketing por trás não
está preparado**

Na vossa empresa:

O posicionamento está claro?

A segmentação está definida?

Sabem exatamente para quem comunicam e porquê?

Não é para responder em voz alta. É só para pensarem



A IA amplifica o que já existe.

Se o posicionamento não estiver claro
a IA comunica confusão, mais depressa.

Se a segmentação não estiver definida
a IA fala para toda a gente, sem falar para ninguém

Se a estratégia não existir
a IA executa o vazio com eficiência



Usar IA sem estratégia de marketing é como ter um jogador muito rápido sem saber para que baliza corre.

A velocidade existe. O talento existe. O esforço existe. Mas sem direção, não há golo



Antes de qualquer ferramenta de IA, o marketing precisa de ter claro:

→ **Posicionamento**

Quem és e porque és diferente

→ **Segmentação**

A quem falas e com que mensagem

→ **Produto / Serviço**

O que vendes e qual o valor real

→ **Objetivos**

O que o marketing tem de entregar ao negócio

Sem isto, a IA entrega. Mas não entrega o que o negócio precisa.

**Reparem que até agora não falámos
de nenhuma ferramenta específica?**

Nem de um único prompt?

Não foi por acidente.

**O que muda quando o marketing
está estruturado.**

Na vossa empresa:

**O marketing é visto como um custo
ou como um investimento
estratégico?**



Duas formas de usar IA no marketing:

Sem estrutura

Foco: produzir mais

Começa na ferramenta

Resultado: volume sem impacto

A IA amplifica o vazio

Com estrutura

Foco: decidir melhor

Começa na estratégia

Resultado: eficiência com critério

A IA amplifica o valor

70%

dos recursos de IA investidos em pessoas e processos. Não
em tecnologia

McKinsey, 2025

A vantagem competitiva não está na ferramenta.

Está em quem sabe orientá-la.



Quando o marketing está estruturado e a IA entra com critério:

- A execução fica mais rápida e mais coerente
- As decisões ficam mais informadas e mais precisas
- O marketing torna-se mensurável e previsível
- Passa a ser reconhecido como um ativo estratégico

A questão não é se a IA vai mudar o marketing da vossa empresa.

É se vão liderar essa mudança ou segui-la.



3 ideias para levar convosco

1

No marketing, a IA entrega sempre

A questão é se o que entrega serve o vosso negócio.

2

A ferramenta é tão boa quanto o marketing que a orienta

Posicionamento, segmentação e estratégia vêm sempre primeiro.

3

Usar IA com critério não é uma questão de tecnologia

É uma decisão de liderança.



Vamos continuar a conversa?

Contactos:

Email: susana@dp-partners.com

Linkedin: [susanasantosmkt](#)

Telefone: 937 955 908

DT ao Vivo 2026 Workshop 2
Questionário de avaliação



Antes de saírem por favor leiam QR e deixem a vossa avaliação

