



MARKETEER

Marcas, Marketing e Negócios

ÚLTIMAS

REVISTA

EVENTOS

TALKS

ESPECIAIS

CONSELHO EDITORIAL

CONTENTS

Retorno ao real: uma nova tendência no marketing das marcas

OPINIÃO

NOTÍCIAS

Marketeer

12/12/2025

15:24



Partilhar

Opinião de Sónia Nogueira, Coordenadora da Licenciatura em Marketing da Universidade Portucalense



O boom do Marketing Digital, do Business Intelligence ao serviço das marcas, e a constante necessidade de produção de conteúdo adaptado ao momentum, em função das últimas tendências do consumidor captáveis em plataformas online, como o Google Trends, têm pautado as decisões e as iniciativas do marketing nos últimos (recentes) tempos.



Contudo, o mesmo consumidor que exige às marcas uma forte presença online em formato omnichannel, 24h por dia, começa agora a sentir os efeitos da saturação digital com que tem sido abordado pelas marcas. Nas novas jornadas de cliente, começamos a observar uma valorização do retorno às lojas físicas, do lado humano e real das marcas. Assistimos agora a consumidores “cansados” com a sequência de fake news nas redes sociais, com imagens produzidas por inteligência artificial que já não aninam os clientes como antes. Os consumidores começam a valorizar a possibilidade de falarem para pessoas reais em vez de ter de lidar permanentemente com máquinas, automatismos e chatbots; valorizam, de forma crescente, um retorno a eventos físicos com pessoas que lhes proporcionem experiências tangíveis, únicas, personalizadas, memoráveis.

As marcas devem voltar a prestar atenção a esta nova realidade. Encontrar o mix certo entre a flexibilidade, a comodidade, a conveniência e a rapidez proporcionada pelas ferramentas digitais, mas também abrir portas para receber os seus clientes de forma presencial com eventos integrados, marcados por emoções reais de conexão à marca.

Na nova jornada do cliente prevalece uma fase de contacto direto e presencial, pautada pela autenticidade e pelo marketing experiencial que se foque na construção de um outro tipo de laços com o consumidor muito mais centrados na confiança, na transparência e na perceção do lado real da marca com o qual os consumidores se consigam identificar e sentir integrados.

Mais Recentes

Redes sociais e menores: que impacto teria uma proibição para as marcas?

há 9 minutos

Porsche e SMEG estreiam-se em Portugal com campanha inédita da Worten

há 24 minutos

Novo projeto de Elon Musk promete impactar a vida de milhões de pessoas

há 39 minutos

A partir de hoje Pornhub impõe verificação de idade e bloqueia milhões de utilizadores

há 54 minutos

Também pode gostar



Nova IA para ganhar dinheiro está a tomar...

Patrocinado futurotecs.com



Ano novo, Poupança nova
Mais poupança e energia verde.
Mude para a Endesa e aproveite...

Patrocinado [Endesa](https://endesa.com)



A sua próstata agradecerá

Patrocinado [Rooted Strength](https://rootedstrength.com)



NOVOS COFFRETS
para oferecer... ou ficar com eles

QUERO





Bombas de Calor: Uma Solução Simples para...

Patrocinado [Visionary Echo](#)



Base Double Serum : a base mais rica em...

Para aumentar a luminosidade da pele com cobertura adaptável.

Patrocinado [Clarins](#)



Imóveis de banco a bom preço (dê uma olhada)

Patrocinado [Curiosity Dive](#)

 Apoia ONGs

Abrace o mundo com a sua causa!

Email marketing, automação e outras ferramentas

100% grátis!

[SAIBA MAIS](#)



Não é uma plataforma de namoro típica

Compartilhe seus sentimentos e emoções com alguém.

Patrocinado [miaromance.com](#)

Ferva uma banana e beba à noite... Coisas incríveis...

Patrocinado [Conselhos E Truques](#)

Pirates Approach a Cruise Ship – See How the Geni...

Watch what happened

Patrocinado [Happy in Shape](#)

Redes sociais e menores: que impacto teria uma proibição para as marcas?

Porsche e SMEG estreiam-se em Portugal com campanha inédita da Worten

Novo projeto de Elon Musk promete impactar a vida de milhões de pessoas

A partir de hoje Pornhub impõe verificação de idade e bloqueia milhões de utilizadores

Podcast – Festival Português de Podcasts está de regresso em 2026 e volta a reunir criadores, profissionais do setor e público

TAP e Rock in Rio Lisboa unidas na promoção de Portugal como destino turístico e cultural

Wallapop passa a ser 100% da sul-coreana Naver após operação de 600 milhões de euros

Vinho botânico português nomeado na categoria de inovação dos prémios V d'Or. "Delância nasce da vontade de trazer o vinho para a cultura do aperitivo"

Bad Bunny faz história ao vencer Grammy de Álbum do Ano com disco em espanhol

Nuno Bettencourt vence Grammy por participação em "Changes" durante a homenagem a Ozzy Osbourne

Liderança: especialistas apontam 5 tendências que vão moldar o perfil do líder moderno

Cientistas descobriram ferramenta de IA que pode antecipar doenças graves a partir do ADN

[Ver Mais](#)



[Assinaturas](#)

[Contactos](#)

[Estatuto Editorial](#)

[Estatuto Editorial Kids Marketeer](#)

[Ficha Técnica](#)

[Ficha Técnica Kids Marketeer](#)

[Política de Privacidade](#)

[Termos de Utilização](#)

[Automonitor](#)

[Executive Digest](#)

[Human Resources](#)

[Forever Young](#)

[Risco](#)

[Viagens&Resorts](#)

[Multipublicações](#)

© 2026 Marketeer. Todos os direitos reservados. | Produzido por: Neurónio Criativo