

Powering your voice

Clientes



Referências

"A parceria pode ser considerada uma palavra desgastada, infelizmente, devido ao seu uso e abuso. No entanto, a parceria entre a Boyden e a SayU mantém a sua essência: honestidade, trabalho, competência e disponibilidade. É com grande conforto e segurança que me refiro ao trabalho da SayU".

Andreia Barbosa – Partner, Boyden

"A OROC, no contexto turbulento em que se movem os negócios, deve pautar-se por uma comunicação cuidada e sensata. A SayU tem-se afirmado como mais do que uma consultora, mas sim como um parceiro fundamental no equilíbrio da sua comunicação externa e na escolha das suas opções. Tem sido o empenho, o profissionalismo e as excelentes sugestões e recomendações que têm proporcionado à Ordem um forte equilíbrio e bom senso na sua estratégia de comunicação e defesa da sua imagem pública."

José Azevedo Rodrigues – Bastonário, OROC

"Ao longo dos últimos onze anos de trabalho conjunto, a SayU Consulting tem demonstrado o seu profissionalismo e know-how. É uma empresa que trabalha com foco nos objetivos do cliente e que desenvolve o seu trabalho sempre com planeamento, o que ajuda muito quando temos uma variedade de temas para comunicar. É sem dúvida uma empresa com a qual gosto de trabalhar."

Rita Teixeira – CMO, Moongy Group

"Trabalhar com a SayU é ter uma equipa que está sempre ao nosso lado. Dedicção, atenção aos detalhes, rigor e proatividade são alguns dos pilares que sustentam o serviço que nos prestam diariamente."

Luís Gaspar – Country Managing Partner at Mazars

"O rebranding de uma empresa implica desafios significativos. A sua concretização depende, entre outros fatores, de a gestão saber exatamente o que pretende e da capacidade de envolver os colaboradores de forma transversal. No caso da GO>Express, ambas as tarefas são simplificadas pela criatividade, envolvimento, aconselhamento e profissionalismo da SayU Consulting, um verdadeiro parceiro que, a páginas tantas, representa a extensão natural da nossa ação."

Sousa Antunes – Sales, Marketing & People Management Director, GO>Express

"A AESE encontrou na SayU um parceiro atento às necessidades do cliente e colaborativo na procura de soluções criativas para aumentar a notoriedade da marca e dos seus eventos."

Cláudia Dias – Communications Manager, AESE Business School

"A Nielsen Portugal trabalha diariamente para fornecer aos seus clientes insights de qualidade que lhes permitam tomar decisões informadas. A SayU é um parceiro fundamental para que possamos contar ao resto do mercado histórias cativantes que transmitam com rigor o que se passa no sector FMCG e junto dos consumidores nacionais. O seu esforço contínuo para melhorar e apresentar o nosso produto (a informação) de forma inequívoca é para isso de louvar."

Marta Correia da Silva – Communications Manager Portugal Nielsen

"A SayU é sinónimo de competência, flexibilidade, networking e sinergias. Têm uma grande capacidade de se colocarem na posição de gestores estratégicos das marcas, sendo não só bons ouvintes como humildes e integrando sugestões de melhoria."

Jorge Monteiro – Executive Managing Director, Comfort Keepers

Competence, commitment and most importantly: trust. All intrinsic attributes of SayU Consulting. I recommend them.

Miguel Borges – Teamleader, (PortugalFoods)

Referências

"A decisão de criação de um novo site para a Family First foi uma experiência onde decidimos arriscar ter um novo parceiro. No entanto, e para uma área sensível como é a comunicação, optámos pela SayU, pelo facto de serem especialistas nesta matéria. A equipa é profissional, eficiente, empenhada e dedicada ao cliente."

Inês Oliveira Sousa – Managing Partner, Family First

"Trabalhar com a SayU é ter um serviço de qualidade, um atendimento personalizado – que liderado pela Marta Gonçalves faz a diferença, e o suporte de uma equipa altamente profissional. As respostas às necessidades das empresas são rápidas e a Habitâmega tem usufruído desse bom exemplo de eficiência e competência."

Carlos Lemos – Administrador, Grupo Habitâmega

"Trabalhar com a SayU é trabalhar em equipa e poder contar com profissionais competentes, dedicados e disponíveis. A SayU tem demonstrado um espírito de verdadeira parceria, baseado na compreensão das nossas necessidades e na apresentação de resultados alinhados com as mesmas."

Maria João Gomes – Marketing e Comunicação, Kelly Services

"A Neves de Almeida | HR Consulting, há mais de 20 anos no mercado, escolheu a SayU como fornecedora por considerar que a mesma é dinâmica e inovadora. Quando decidimos renovar a imagem da nossa empresa procurámos uma agência que, em primeiro lugar, se preocupasse em conhecer o nosso ADN e, ao mesmo tempo, que nos desafiasse com soluções inovadoras e 'out of box'."

Isabel Rita – CEO, Neves de Almeida | HR Consulting

"A SayU, oferece uma equipa altamente competente, capaz de uma leitura pertinente e rápida das nossas necessidades, que resultam em respostas assertivas face à realidade da nossa atividade e sempre acima das expectativas."

José Baptista – Proprietário, J. Baptista

"A SayU faz parte da nossa equipa! É esta capacidade de captar os nossos objetivos comunicacionais e o nosso estilo, aliada a uma enorme vontade de mostrar resultados que a destaca."

Inês Silva Nunes – Head of marketing, communication & brand, Maksen

"É graças a parceiros como a SayU Consulting, que se solidarizam com as organizações humanitárias, que vemos as nossas competências reforçadas resultando numa performance cada vez mais profissional. A Say U Consulting desenvolveu o conceito #PresentesMdM, tendo este potenciado a capacidade de mobilização de novos parceiros que contribuem para a missão da Médicos do Mundo. Por toda a qualidade e profissionalismo da sua equipa, com que nos têm vindo a habituar, e pela sua consciência de responsabilidade social o nosso agradecimento."

Carla Paiva – Diretora-geral, Médicos do Mundo

"A SayU é uma empresa que conhecemos bem. Temos total confiança na capacidade de trabalho da sua equipa para melhorar os resultados."

Célio Rijo – Managing Partner, Outscope / Claranet

"Com a SayU temos uma relação de confiança e parceria. Em todos os eventos que envolveram comunicação institucional contámos com a SayU para atingir os nossos stakeholders e termos destes o reconhecimento de que somos únicos e inovadores."

Sandra Gonçalves – Direção Executiva, outCome – Clínica Organizacional

Cientes



ORDEM DOS
REVISORES OFICIAIS
DE CONTAS
Integridade. Independência. Competência.



Referências Strategy & Creativity



Referências Strategy & Creativity

ADRITEM

» Desafio:

Consolidar a visibilidade e a credibilidade da ADRITEM enquanto promotora de uma iniciativa pioneira na área da saúde mental laboral. O objetivo central da intervenção foi o lançamento público da Incubadora, garantindo uma estratégia contínua de exposição mediática e thought leadership.

» Duração: 5 meses

» Intervenção:

- Estratégia de media relations e ativação editorial
- Gestão de agenda mediática e desenvolvimento de conteúdos



Link to Leaders

ADRITEM desafia empreendedores para o
“Achas que Consegues Aguentar?”

Link to Leaders | 22 de Abril, 2025



Revista do Empreendedor

Foto de Freepik

“Achas que Consegues Aguentar?”: Desafio
Imersivo de Empreendedorismo

E Empreendedor.com

Evento da ADRITEM inaugura primeira inci
na área do bem-estar no trabalho e projetos

LIDER
IDEIAS QUE FAZEM FUTURO

Primeira incubadora europeia de bem-estar
laboral chega a Portugal



Referências Strategy & Creativity

AICEP

» Desafio:

A Aicep Portugal Global e o GPEARI identificaram uma lacuna estratégica: as empresas portuguesas com potencial de internacionalização junto de organizações multilaterais não dispunham de um espaço de contacto direto, recorrente e qualificado com os profissionais portugueses integrados nessas instituições. O desafio consistia em criar, de raiz, uma dinâmica de networking de diplomacia económica que fosse simultaneamente informal o suficiente para gerar relações genuínas e estruturada o suficiente para produzir resultados de negócio.



» Abordagem SayU:

A SayU Consulting foi o parceiro estratégico e operacional ao longo de sete anos, concebendo e gerindo a evolução integral do projeto, desde o conceito inicial até ao ecossistema digital. A intervenção incluiu a definição do posicionamento da rede, o desenvolvimento da identidade visual e narrativa da Multilaterais Network PT, o naming e arquitetura da marca, bem como a estratégia de lançamento e content marketing. Em paralelo, concebeu e produziu sete edições do evento XMAS Get-Together, cada uma com uma dinâmica de icebreaker e networking própria, adaptada ao contexto e aos participantes. O trabalho culminou no lançamento de uma plataforma digital permanente e de uma comunidade ativa em canais próprios e no LinkedIn.

7 edições
entre 2014 e 2020, sendo a
última digital

1,400 participantes
Ação por convite, reunindo decisores e
profissionais qualificados.

Multilaterais Network PT
Criação de uma comunidade
ativa no LinkedIn com
estratégia própria

**Consolidação de um modelo
de networking institucional**

Referências Strategy & Creativity

AICEP



Referências Strategy & Creativity Agap2it

» Desafio:

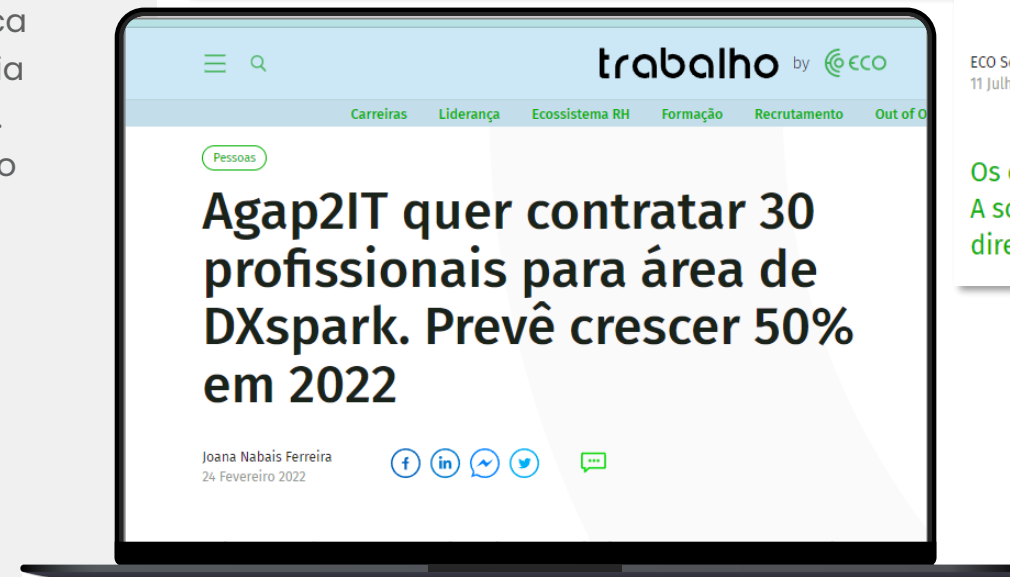
Estratégia de posicionamento da marca.

» Período de Intervenção: 9 anos.

» Intervenção:

- Criação de uma Agenda Mediática para a mediatização da estratégia de negócio e da oferta da marca.
- Apoio à estratégia de opinião e ao desenvolvimento de conteúdos editoriais para um conjunto específico de temáticas específicas predefinidas.
- Mediação e suporte para intervenções nos órgãos de comunicação social.

agap2IT



Referências Strategy & Creativity

APF

» Desafio:

Desenvolvimento de estratégia de visibilidade institucional.

» Período de Intervenção: 1 shot.

» Intervenção:

- Criação de Agenda Mediática para mediatização de temas relevantes e iniciativas da associação.
- Suporte a estratégia de opinião e conteúdo editorial para conjunto de temáticas específicas predefinidas.
- Mediação e suporte a intervenções em órgãos de comunicação social.



CRISTINA MATOS: "NO FINAL DE UM CICLO DE CINCO ANOS, 80% DAS EMPRESAS QUE ESTÃO SOZINHAS, MORRERAM. NO FRANCHISING SÓ MORRERAM 12%"



Rute Sousa
Vasco
Entrevista



Paulo Rascão
Fotografia

9 mai 2023

Com mais de três décadas de história em Portugal, o franchising é o modelo de negócio adotado por grandes marcas e por novas ideias que procuram expandir as suas redes.

Referências Strategy & Creativity

Automaise

» Desafio:

Apresentar soluções originais desenvolvidas pela marca.

» Período de Intervenção: 1 shot.

» Intervenção:

- Criação de uma base de dados de media relevante.
- Preparação de informação em formato jornalístico.
- Distribuição de comunicados de imprensa e desenvolvimento de propostas editoriais direcionadas.
- Acompanhamento de jornalistas e editores.
- Mediação de entrevistas.



Referências Strategy & Creativity

Cloudcomputing.pt

» Desafio:

Comunicar a aquisição por um grupo internacional.

» Período de Intervenção: 1 shot.

» Intervenção:

- Criação de uma base de dados de media relevante.
- Preparação de informação em formato jornalístico.
- Distribuição de comunicados de imprensa e desenvolvimento de propostas editoriais direcionadas.
- Acompanhamento de jornalistas e editores.



Allurity compra empresa portuguesa CloudComputing

O grupo sueco Allurity, fornecedor de serviços de cibersegurança, concluiu esta semana a aquisição da empresa portuguesa CloudComputing, por um valor que não foi revelado ao mercado. O negócio foi feito através da Trill Impact, fundo private equity apoiado pela Nordea Asset Management, uma das maiores empresas de gestão de ativos dos países nórdicos. Fundada em 2010, a CloudComputing gere mais de 10 milhões de identidades digitais. Além disso, trabalha em domínios como

Allurity adquire portuguesa CloudComputing

A Allurity, fornecedor europeu de serviços de cibersegurança, finalizou a aquisição da portuguesa CloudComputing. A aquisição reforça a posição da empresa nos mercados do sul da Europa, onde está a fomentar a sua estratégia de crescimento. "A operação é um passo importante para alcançar o objetivo de se tornar num gigante europeu no setor e ser capaz de competir em igualdade de condições com outros conglomerados nos EUA e na China", refere a empresa em comunicado.

como a Bélgica, os Países Baixos e o sul da Europa. Em 2022, a Allurity teve um volume de negócios consolidado de mais de 70 milhões de euros e prevê atingir os 250 milhões nos próximos dois anos. Para tal, tem vindo a realizar uma série de aquisições.



Referências Strategy & Creativity

Euromaster

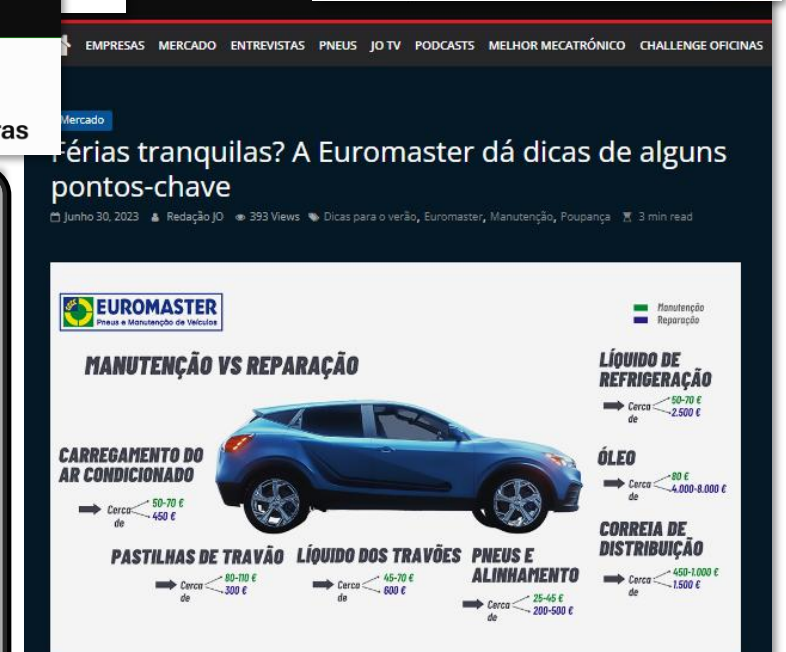
» Desafio:

Divulgar a expansão da rede em Portugal e os seus serviços especializados.

» **Período de Intervenção:** 2024 – até à data.

» Intervenção:

- Criação de uma Agenda Mediática para a mediatização de temas alinhados com a estratégia de negócio.
- Adaptação da informação com uma abordagem jornalística relevante.
- Divulgação de comunicados de imprensa, apoiados por abordagens editoriais direcionadas para meios de comunicação selecionados.



#TIC

Referências Strategy & Creativity

Eurona

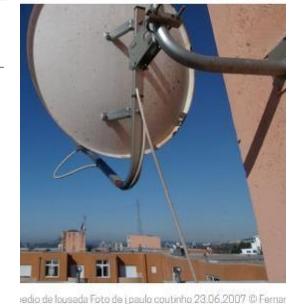
» **Desafio:** Comunicar o lançamento de um operador internacional de conectividade em Portugal.

» **Duração:** 1 shot.

» **Resultados:** 20 artigos e peças publicadas nos meios de comunicação social.

europa

SAYU
CONSULTING



Referências Strategy & Creativity

Events by TLC

» Desafio:

Assegurar o lançamento da marca Events by TLC, comunicando o rebranding da TLC junto de diferentes públicos de interesse e reforçando a notoriedade da organização através de uma estratégia de comunicação e assessoria mediática dirigida aos meios generalistas, económicos, de turismo e de marketing.



» Abordagem SayU:

A SayU Consulting desenvolveu uma estratégia de Media Relations assente na segmentação dos órgãos de comunicação social por tipologia de audiência, adaptando conteúdos e materiais de comunicação a cada público.

» Resultados:

Cobertura mediática
em Ambitur, Festas & Eventos,
Marketeer, Briefing e Opção Turismo

Destaques em meios nacionais
como TSF, Metro e País Económico

Presença editorial
em Jornal de Negócios, Diário
Económico, Vida Económica e OJE

Materiais de comunicação
segmentados
para media Trade, Marca e
Generalista/Económica



Referências Strategy & Creativity

Fundiestamo

**Lisboa merece ser vivida,
Não apenas admirada.**

O Cabeço da Bola nasce para devolver a cidade às pessoas.

Para quem começa, para quem recomeça, para quem acredita que o centro da cidade pode ser casa, trabalho e comunidade.

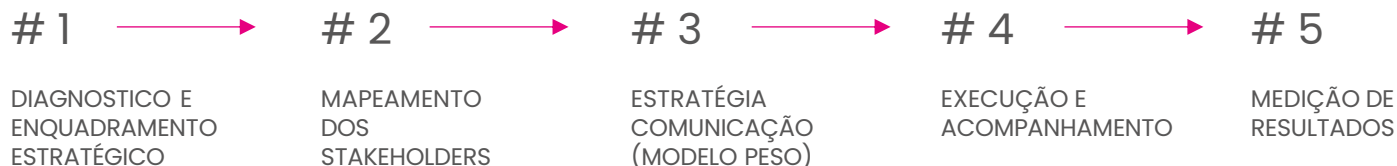
Entre ruas antigas e novas oportunidades, somos um ponto de encontro entre gerações, sonhos e vidas reais.

Aqui, a vida joga-se todos os dias. Com equilíbrio, propósito e esperança.

Cabeço da Bola, a cidade volta a ser de quem nela vive.



FUNDIESTAMO
SOCIEDADE GESTORA DE ORGANISMOS
DE INVESTIMENTO COLETIVO, S.A.



**CABECO
DA BOLA**
A vida joga-se aqui.



#Governo & Setor Público

Referências Strategy & Creativity

Fundiestamo



Referências Strategy & Creativity

GS1

» Desafio:

Consolidar o posicionamento da GS1 Portugal como parceiro estratégico para a transformação digital, reforçando a sua notoriedade, reputação e capacidade de atração e fidelização de associados.



» Abordagem SayU:

A SayU Consulting desenvolveu uma estratégia integrada de Media Relations, Public Affairs e Stakeholder Management para reforçar a notoriedade e o posicionamento institucional da GS1 Portugal. A intervenção centrou-se na criação e implementação de agendas mediáticas, no desenvolvimento de conteúdos editoriais e de opinião e na gestão do relacionamento com os meios de comunicação social, com o objetivo de aumentar a visibilidade da organização e das suas iniciativas junto dos diferentes públicos de interesse.

No âmbito desta estratégia, apoiou a comunicação de projetos e eventos da GS1 Portugal, assegurando a produção de materiais de imprensa, a mediação com jornalistas e a valorização mediática de temas relacionados com a transformação digital, inovação e colaboração empresarial.

48 notícias
publicadas sobre o Congresso
GS1 Portugal

140.789€
de retorno estimado (ROI)

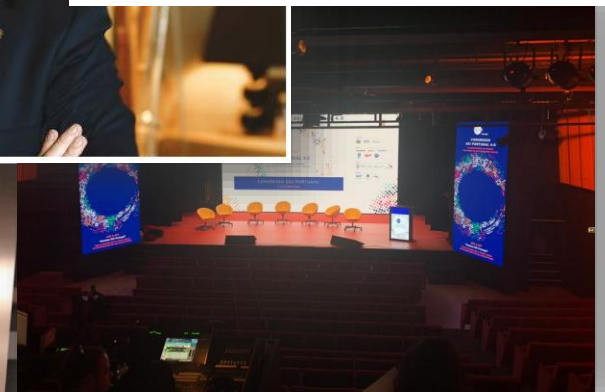
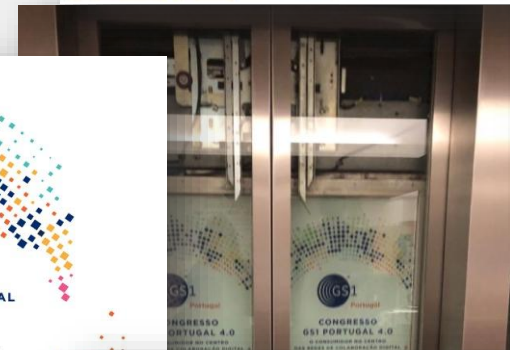
75%
das notícias publicadas em
canais online

Posicionamento como
referência
na transformação digital

#Governo & Sector Público

Referências Strategy & Creativity

GS1



Referências Strategy & Creativity

Initium Novum

» Desafio:

Posicionar o Initium Novum como o parceiro e excelência para o eixo Tróia-Melides

» Período de Intervenção: pontual.

» Intervenção:

- Criação de uma base de dados de media relevante.
- Preparação de informação em formato jornalístico.
- Distribuição do comunicado de imprensa e desenvolvimento de proposta editorial direcionada.

INITIUMNOVUM

NOTÍCIAS

Lançamento da Initium Novum, nova marca de imobiliário especializada no eixo Troia-Melides

Projeto com origem na necessidade de transformação da experiência imobiliária, identifica e operacionaliza soluções financeiras adaptadas a cada cliente. Com o objetivo de transformar cada negócio numa experiência única.

8 de Agosto, 2024

idealista/news

Procurar artigos

Subscrever o boletim informativo

Imobiliário Finanças Férias Decoração Especiais Fórum Estatísticas
Habitação Escritórios Lojas Empresas Construção Internacional Top idealista Blog do idealista

Habitação

Casas novas à venda mais que duplicam em 5 anos - mas procura absorve

Habitação

Portugal precisa de 70 mil novas casas por ano, avisam promotores

Economia

Preço do petróleo dispara com guerra no Irão - como fica Portugal?

Construção

Portugueses e p que mais investe

Imobiliário no eixo Troia-Melides atrai investidores

Initium Novum assume-se como "uma agência de referência em mediação imobiliária no eixo Troia-Melides", que tem atraído investidores.

Partilhar

Comentários: 0



Creative commons

DIÁRIO IMOBILIÁRIO

CONSTRUÍMOS NOTÍCIA

ACTUALIDADE

ARQUITECTURA

HABITAÇÃO

ENTREVISTAS



Brain Power™

SOL

ÚLTIMAS MULTIMÉDIA POLÍTICA SOCIEDADE ECONOMIA INTERNACIONAL CULTURA OPIN

CAPAS INQUÉRITO DE VERÃO ENTREVISTAS MÉDIO ORIENTE

ECONOMIA

Imobiliário. Tróia-Melides com marca de futuro

A região da Comporta, conhecida pela sua beleza natural e exclusividade, continuará a atrair compradores de elevado poder de compra, mantendo a valorização dos imóveis



Dreamstime

Início > Economia > Filipe Marques da Fonseca: "Transformamos a Experiência Imobiliária com Soluções Personalizadas"

Economia Negócio

Filipe Marques da Fonseca:
"Transformamos a Experiência
Imobiliária com Soluções
Personalizadas"

Referências Strategy & Creativity

**JTA- International
Investment Holding**

» **Desafio:**

Desenvolver e implementar uma estratégia integrada de comunicação de marca e assessoria mediática, com o objetivo de reforçar a notoriedade e presença nos media.

» **Período de Intervenção:** one shot



Link to Leaders

Entrevista/ “Portugal tem projetos com ambição suficiente para atrair capital de grande escala”

Fernando Fraga, Country Manager da JTA Investment Holding

Investimento

Fundo do Qatar tem pipeline de investimentos de 150 milhões em Portugal

Mariana Bandeira
16 Abril 2026



Em pleno programa para diversificar a economia, Qatar está a analisar investimentos na área do turismo, infraestruturas e tecnologia a partir de Lisboa. Private equity JTA diz que dispensa gestão.

JTA International Investment Holding estabelece operações em Portugal e nomeia country manager

A JTA International Investment Holding, holding de investimento e private equity sediada no Catar, no âmbito da sua estratégia de expansão internacional e do crescente foco em mercados europeus selecionados, anunciou o estabelecimento das suas operações em Portugal.

Referências Strategy & Creativity

JTA – International
Investment Holding

FERNANDO FRAGA, COUNTRY MANAGER DA JTA, ADMITE

Portugal tem condições competitivas para atrair capital internacional

A JTA International Investment Holding quer posicionar Portugal como uma base estratégica para a sua expansão europeia e já está a analisar um conjunto de projetos que poderá atingir os 150 milhões de euros. Em entrevista à Vida Económica, o country manager Fernando Fraga sublinha que a estratégia passa por “identificar oportunidades com impacto real e de longo prazo” e garante que o país reúne condições competitivas para atrair capital internacional, apesar dos desafios ao nível dos licenciamentos.



A velocidade e previsibilidade dos processos de licenciamento é o principal desafio do investimento” - afirma Fernando Fraga.

algo concreto a comunicar, será comunicado. O processo é deliberado e está a avançar.

Contexto regulatório

VE - Como avalia o ambiente regulatório e fiscal em Portugal para investidores internacionais e que desafios ou oportunidades identifica?

FF - Trabalho regularmente em mercados como o Paquistão, o Vietname ou o Líbano, onde o ambiente regulatório é substancialmente mais imprevisível. Nessa comparação, Portugal fica muito bem posicionado. O quadro legal e fiscal é competitivo no contexto europeu e melhorou significativamente na última década. O acesso a talento qualificado é um fator que surpreende quem chega de fora, pois mesmo pagando acima da média de mercado, os custos ficam muito abaixo do que se paga em cidades como Londres, Paris ou Amsterdão para perfis equivalentes. Trata-se de uma vantagem competitiva real que os investidores internacionais nem sempre consideram até a experimen-

EMPRESAS, SAPO ECONOMIA

Holding de private equity do Qatar JTA estabelece-se em Portugal e Fernando Fraga é country manager

Executive

RISCO auto monitor

ova vaga de projetos de investimento de

ECONOMIA

Holding de Investimento do Qatar escolhe Portugal como hub estratégico na Europa

A JTA International Investment Holding, presente em mais de 50 países, chega a Lisboa com olhos postos na tecnologia, energia, infraestruturas e imobiliário. Fernando Fraga, ex-Startup Portugal, lidera a operação portuguesa

LinkedIn Economia Empresas Entrevistas Facebook Notícias

“O ativo mais subestimado de Portugal é a capacidade de combinar tecnologia de topo com grandes projetos de investimento”, admite Fernando Fraga

Em entrevista à Executive Digest, Fernando Fraga, Country Manager da JTA International Investment Holding em Portugal, analisa as razões que tornam o país atrativo para o capital

IMOBILIÁRIO

Portugal tem uma janela única para captar investimento internacional

15 abr 2026

O Country Manager da JTA International Investment Holding em Portugal, Fernando Fraga, defende que o país continua subvalorizado pelos grandes investidores globais, apesar do seu potencial em áreas como tecnologia, energia e infra-estruturas. Em entrevista, explica por que razão existe uma “janela de oportunidade” para projectos de escala e impacto transformador, e como a entrada de capital paciente pode redefinir o posicionamento de Portugal no mapa internacional do investimento.

Referências Strategy & Creativity

KCS IT

» **Desafio:**

Estratégia de posicionamento da marca.

» **Período de Intervenção:** 9 anos.

» **Intervenção:**

- Criação de uma Agenda Mediática para a mediatização da estratégia de negócio e da oferta da marca.
- Apoio à estratégia de opinião e ao desenvolvimento de conteúdos editoriais para um conjunto específico de temáticas previamente definidas.
- Mediação e suporte para intervenções nos órgãos de comunicação social.

K | C | S IT.



Referências Strategy & Creativity

Master Vantagem

» Desafio:

Reforçar o posicionamento da Master Vantagem enquanto referência na comunicação estratégica e assessoria mediática, consolidando notoriedade, credibilidade e presença editorial através de uma agenda mediática contínua, conteúdos consistentes e uma narrativa institucional alinhada com os objetivos da marca.

» Intervenção:

- Estratégia de comunicação e assessoria mediática
- Desenvolvimento de agenda mediática e temas editoriais
- Elaboração de press materials (press release, press kit, press tool)



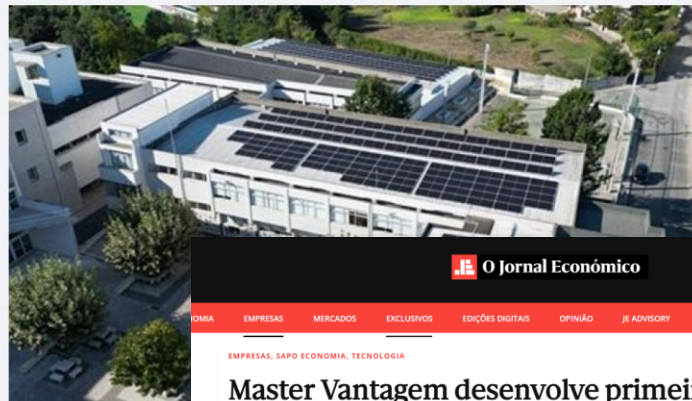
Nova Comunidade de Energia Renovável no Externato Cooperativo da Benedita

SOCIEDADE

Nova Comunidade de Energia Renovável no Externato Cooperativo da Benedita

26 MAI 2026 11:30

Projecto Master Vantagem contempla instalação de 312 painéis solares



O Jornal Económico

EMPRESAS, SAPO ECONOMIA, TECNOLOGIA

Master Vantagem desenvolve primeiro mercado diário privado de energia

A plataforma está ainda em desenvolvimento, encontrando-se na fase inicial de trabalho, no entanto, quando estiver finalizada, vai permitir que as empresas reduzam os custos energéticos, através da maximização da eficiência e da diminuição da volatilidade dos preços.

Revista do
Empreendedor

Na foto: Gonçalo Ferreira, Systems Manager da Master Vantagem

Master Vantagem Lança Primeiro Mercado Diário Privado de Energia para Empresas

Empreendedor.com

ECONOMIA

27 Jan 2025 00:01

INDUSTRIAMBIENTE
REVISTA DE INFORMAÇÃO TÉCNICA E CIENTÍFICA

Externato da Benedita vai ter Comunidade de Energia Renovável

02 junho 2026, terça-feira Energia



Referências Strategy & Creativity

Mazars

» Desafio:

Assegurar o sucesso do lançamento do rebranding global da Mazars em Portugal, reforçando o posicionamento da marca e garantindo uma comunicação consistente junto dos diferentes stakeholders.



» Abordagem SayU:

A SayU Consulting apoiou a estratégia de comunicação da Mazars em Portugal, assegurando a adaptação e disseminação da nova identidade global junto dos diferentes públicos. A intervenção integrou ações de Media Relations, desenvolvimento de conteúdos editoriais, preparação de materiais de comunicação, Media Training e suporte às fontes de informação da marca, promovendo uma comunicação consistente e alinhada com o posicionamento internacional da organização.

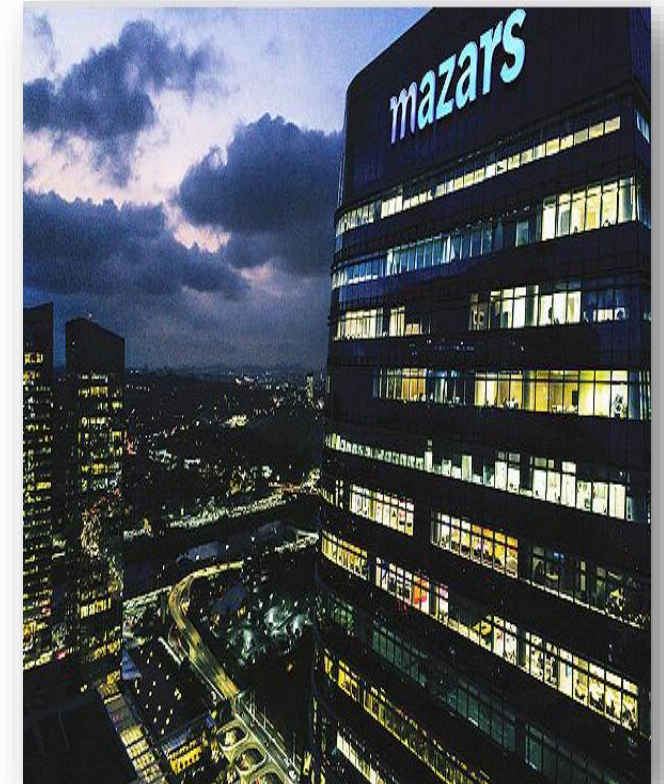
» Resultados:

10.000 impressões
nas redes sociais

15 notícias
publicadas nos órgãos de
comunicação social

124.244,91€
de retorno estimado em media

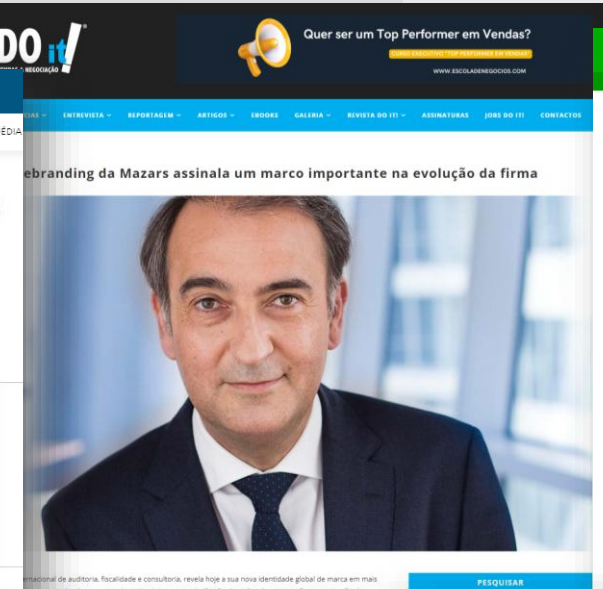
Lançamento bem-sucedido
do rebranding global em Portugal



#Auditoria

Referências Strategy & Creativity

Mazars



Referências Strategy & Creativity

Médicos do Mundo

» Desafio:

Divulgar os objetivos e as ações da ONG, com vista a angariar recursos e apoio para os seus projetos em curso, garantindo simultaneamente a sustentabilidade da organização.

» Contexto:

Para alcançar os objetivos propostos, a Médicos do Mundo (MdM) pretendia criar um conceito de comunicação único, que expressasse a sua posição em relação às pessoas que apoia, aos seus voluntários, doadores e parceiros, mobilizando-os através de uma mensagem clara e concisa. Os três vetores principais consistiam em sublinhar o caráter essencial da ação da MdM, reforçar a proximidade da sua atuação – «estamos onde somos necessários» – e destacar a natureza do seu papel.



» Abordagem SayU:

A estratégia concebida para este caso centrou-se num concerto de beneficência com artistas portugueses de renome, com o objetivo de ganhar visibilidade, sensibilizando o público para as ações e projetos desenvolvidos pela MdM; angariar fundos para a ONG e mobilizar recursos. A par da organização do evento, promovemos um conjunto de ações destinadas a aumentar a visibilidade do concerto, de modo a alcançar um leque mais alargado de pessoas e organizações – tais como doadores, patrocinadores, parceiros, voluntários e meios de comunicação social. Estas ações incluíram a gestão das relações com a imprensa em diversos canais (online, impressos, rádio) e as relações públicas 2.0.

» Resultados:

500.000 €

Assessoria de imprensa

110,000€

Espaço Publicitário

950

Bilhetes Vendidos

57

Destaques web

7

Entrevistas TV & Rádio

73

Presença OCS



#ONG

Referências Strategy & Creativity

Médicos do Mundo



PERIPÉCIAS, PILHÉRIAS E PARVOÍCES
DE MEIA DÚZIA DE ALMINHAS (E UM CÃO)



COCO CHAM na Fralda

21 de Março, 2016

Concerto Solidário Médicos do Mundo

É já amanhã este concerto, a primeira acção da campanha "SOMOS TODOS VÍSIVEIS", que tem por objectivo angariar fundos para suportar os vários projectos que a Médicos do Mundo actualmente desenvolve em Portugal - através do apoio a populações em risco, a idosos e a jovens, possibilitando à associação continuar a levar cuidados básicos de saúde gratuitos às populações mais vulneráveis e combater a sua discriminação.

SAPO Mail Úteis Notícias Vida Compras Classificados Internacional

fora de série ESTILO BELEZA PALADARES EVASÃO TECNOLOGIA MOTORES DESIGN

ÚLTIMAS NOTÍCIAS EDITORIAL FOTOGALERIAS CONTACTOS E PUBLICIDADE FICHA TÉCNICA CONFERÊNCIAS ECONÓMICO TV

IMPRIMIR

Um porta-chaves que abre a porta da saúde

1 Mar 2016 Cristina Borges

O porta-chaves "Médicos do Mundo by Topázio" tem dupla função, uma das quais é solidária: ajudar a associação médica que presta apoio a cerca de cinco mil pessoas em Portugal.

O Topázio, marca portuguesa de objectos em prata criada em 1874, associa-se à campanha "Somos Todos Visíveis", na angariação de fundos para os projectos da Médicos do Mundo em Portugal. Por isso, desenvolveu um porta-chaves em prata e borla de linha, em que uma parte das vendas é destinada à Médicos do Mundo.



296 gostos

David Fonseca é a muitos e talentoso, este concerto solidário do Mundo Portugal, dos Namorados, Dançado, João Ren, Pedro Abrunhosa, Sérgio Godinho, Yolanda Soares, apresentação da Embaixadora de Silvia Alberto. Este evento prepara para suportar o Médicos do Mundo desenvolve em continuar a levar saúde gratuitos vulneráveis e discriminação. Apareçam e participem solidário, promova

Inicia sessão para comentar

SOMOS TODOS VISÍVEIS CONCERTO SOLIDÁRIO

22 MARÇO | 21H30



TEATRO TIVOLI BBVA

Bilhetes disponíveis no Teatro Tivoli BBVA, www.ticketline.pt e locais habituais.

Seções S CULTURA GPS Lisboa 15°C ASSINE

Artistas em concerto solidário no Tivoli

Ala dos Namorados, Camané, David Fonseca, João Só, Jorge Palma, Pedro Abrunhosa e Sérgio Godinho são alguns dos artistas que se juntam nesta causa para ajudar a associação Médicos do Mundo



#ThinkThank

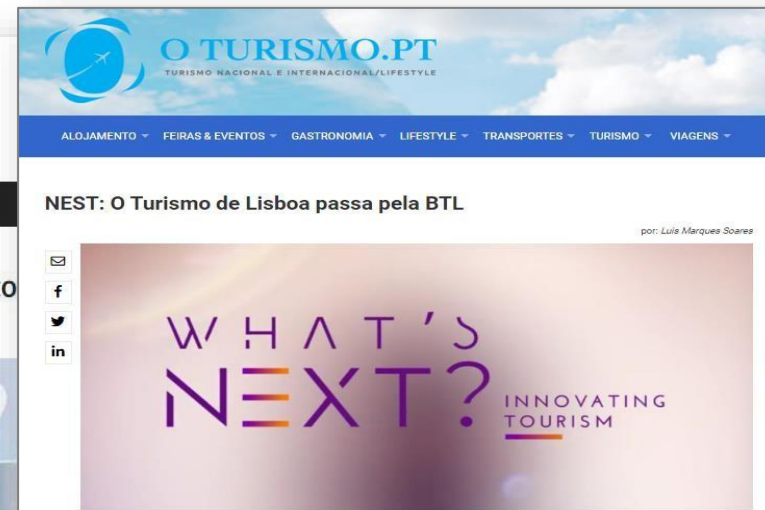
Referências Strategy & Creativity

NEST – Centro de Inovação do Turismo

» **Desafio:** Comunicar o evento “What’s Next – Innovating Tourism”, integrado na BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa, o evento de referência do setor em Portugal.

» **Duração:** 1 shot.

» **Resultados:** 84 artigos e peças publicadas nos meios de comunicação social.



Referências Strategy & Creativity Nielsen

» Desafio:

Estratégia de posicionamento de marca como *trusted opinion leader*.

» Intervenção:

Estratégia de Media Relations

- Criação de Agenda Mediática para mediatização de temas e conteúdo nacional e global original da marca.
- Suporte a estratégia de opinião e conteúdo editorial para conjunto de temáticas específicas predefinidas.
- Media Training e preparação de fontes de informação da marca.
- Mediação e suporte a intervenções em órgãos de comunicação social.



Referências Strategy & Creativity

OHAI Nazaré

» **Desafio:**
Alterar a percepção do público,
posicionando as piscinas do hotel como
um serviço acessível a não hóspedes e
potenciando novas fontes de receita.

» **Período de Intervenção:** 1 shot.

bom dia EUROPA

LIFESTYLE

Este verão leve os miúdos à Nazaré

Sábado 19 de julho de 2025 às 23:12

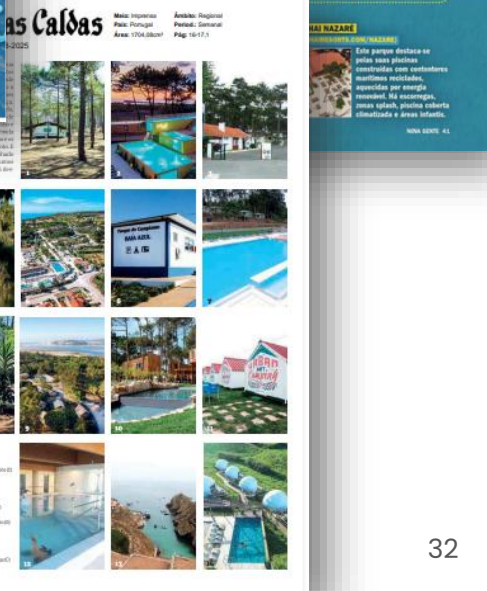
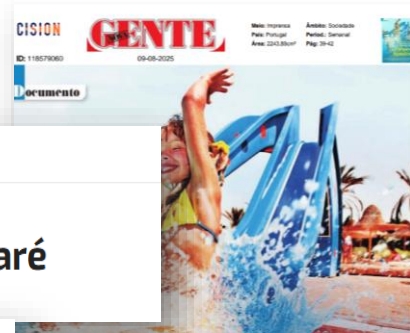
ECONOMIA

Parque aquático único marca verão na Nazaré

Utiliza pavimentos em plástico reutilizado, iluminação LED e aquecimento de
água alimentado exclusivamente por fontes de energia renovável

O H A I

SAYU
CONSULTING



Referências Strategy & Creativity

4BEST do P.Porto

» **Desafio:** A Universidade Técnica do Porto encontrava-se a desenvolver o 4BEST, um programa dedicado à promoção da saúde mental e do bem-estar da sua comunidade académica, com especial enfoque nos estudantes. O desafio passava por dar visibilidade ao programa, ao seu propósito e às diferentes iniciativas desenvolvidas, captando a atenção da comunidade interna e incentivando à participação ativa. Era, por isso, necessário desenvolver uma estratégia de comunicação integrada, capaz de criar reconhecimento em torno do projeto, transmitir a sua relevância e transformar conhecimento e sensibilização em envolvimento e ação.



» Abordagem SayU:

Foi implementada uma estratégia de comunicação integrada para o 4BEST, assente na criação e lançamento da identidade visual do programa, na definição da sua narrativa e na articulação dos diferentes canais de comunicação. A intervenção incluiu a estratégia de comunicação e execução do plano de ação da campanha, a produção de materiais de comunicação, a gestão de conteúdos digitais e redes sociais, a assessoria de imprensa e a produção audiovisual. O projeto integrou também ativação de marca e desenvolvimento de merchandising, reforçando a presença do programa nos campus.

» **Duração:** 17 meses.

» Intervenção:

- Estratégia de comunicação e plano de ação;
- Gestão de redes sociais e conteúdos;
- Assessoria de imprensa
- Ativação de marca;
- Desenvolvimento de merchandising;
- Monitorização e avaliação de resultados.

#Universidades

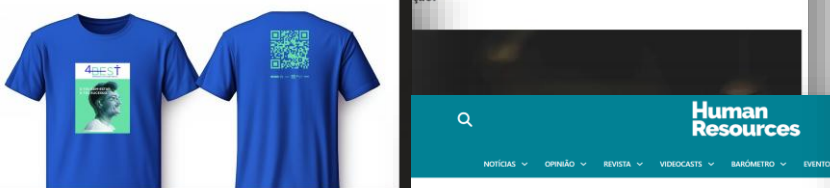
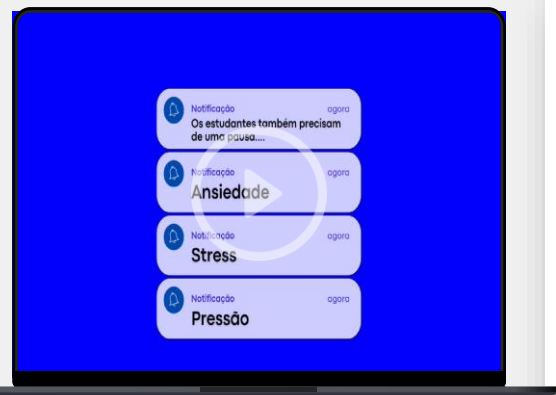
Referências Strategy & Creativity

4BEST do P.Porto

P.PORTO

4BEST
PROMOÇÃO DA SAÚDE MENTAL

SAYU
CONSULTING



Referências Strategy & Creativity

PORTUGAL FOODS

» Desafio:

Com o boom dos clusters de competitividade em 2008, a Portugal Foods – entidade gestora do cluster agroalimentar português – enfrentava um desafio de comunicação único: afirmar-se como algo distinto de qualquer associação existente. Era necessário criar uma dinâmica de lobbying profissional e relacional, assente em relações de proximidade, capaz de posicionar o sector nos mercados nacional e internacional, com a Dieta Atlântica como eixo estratégico diferenciador.



» Abordagem SayU:

A SayU Consulting definiu o posicionamento estratégico do cluster e desenvolveu a sua identidade visual e narrativa de marca, assente nos eixos de Alimentação Segura e Saudável, Alimentação Amiga do Ambiente e Dieta Atlântica. Implementou um plano de comunicação multicanal dirigido a media generalista, especializada e regional, organismos soberanos e consumidor final. Destaque para a Press Trip à Sérvia (Feira Internacional de Novi Sad), onde mediou relações com jornalistas num contexto de gestão de reputação, mobilizando 51 empresas e gerando cobertura em Antena 1, TSF, RTP, Jornal de Negócios e Jornal de Notícias, entre outros

51 empresas
mobilizadas
para os Balcãs

**Cobertura em
20+ órgãos de
comunicação social**

Press Trip Sérvia
Gestão de reputação
em contexto de crise

**Consolidação de um modelo
de networking institucional.
Posicionamento
nacional e internacional
do cluster agroalimentar**

#Agroalimentar

Referências Strategy & Creativity

PORTUGAL FOODS

Z



Referências Strategy & Creativity

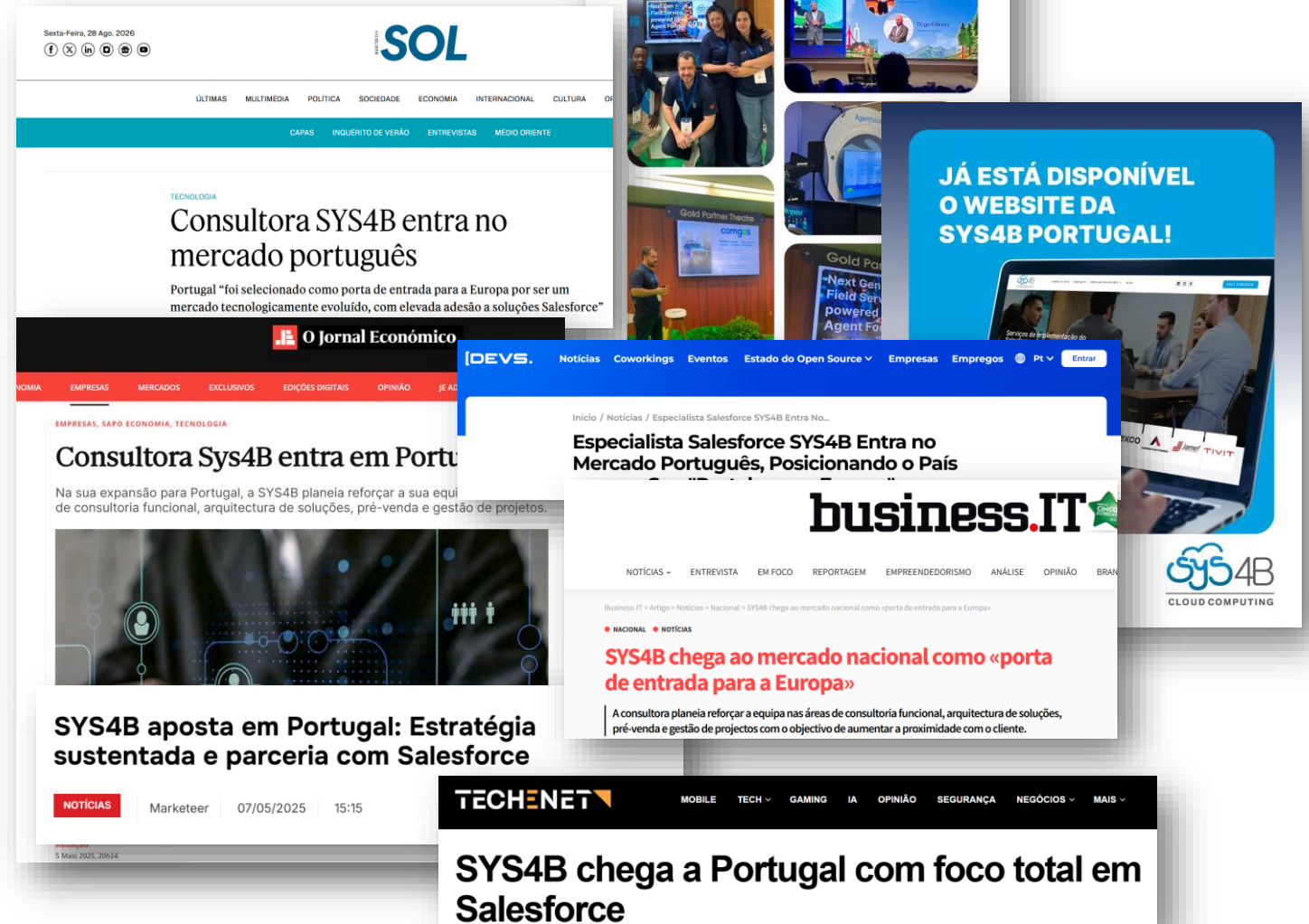
SYS4B

» **Desafio:** Apoiar a SYS4B na entrada no mercado português, reforçando a notoriedade, credibilidade e autoridade técnica da marca enquanto consultora especializada em CRM, CX e tecnologia Salesforce, e afirmando a sua relevância estratégica junto de decisores, prospects e stakeholders B2B.

» **Duração:** 3 meses

» **Intervenção:**

- Assessoria mediática e ativação editorial
- Gestão estruturada de social media
- Desenvolvimento de conteúdos estratégicos



Referências Strategy & Creativity

Pulitzer Center

» **Desafio:** Comunicar a conferência “Climate & Labour: Bringing Worlds Together”, organizada através de uma parceria entre o Pulitzer Center e a Universidade de Coimbra.

» **Duração:** 1 shot

» **Resultados:** 9 artigos e peças publicadas nos meios de comunicação social, sem follow-up.

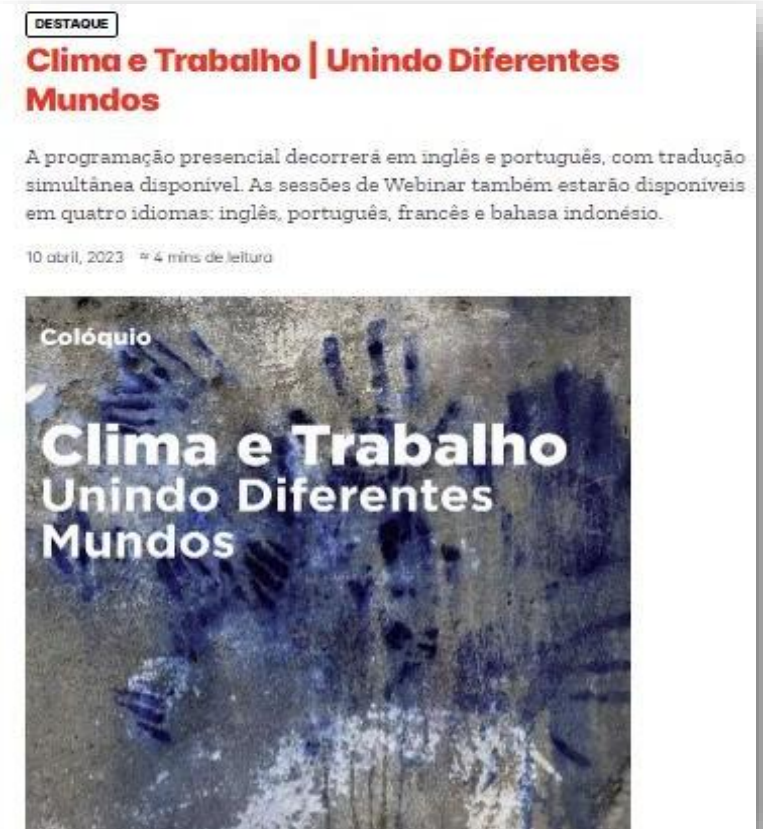


QUAL É A RELAÇÃO ENTRE AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E OS DIREITOS DOS/AS TRABALHADORES/AS?

O Centro de Estudos Sociais, a Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e o Pulitzer Center realizarão uma conferência que reúne, durante dois dias, jornalistas, académicos e movimentos sociais para discutir as dinâmicas de articulação entre as alterações climáticas e o mundo do trabalho numa perspetiva global.

CLIMA & TRABALHO
UNINDO DIFERENTES MUNDOS
19-20 DE ABRIL, 2023

Auditório da FEUC
Universidade de Coimbra
pulitzercenter.org/climatelabor2023



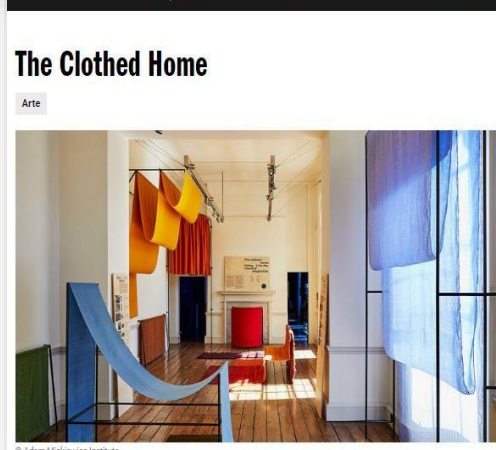
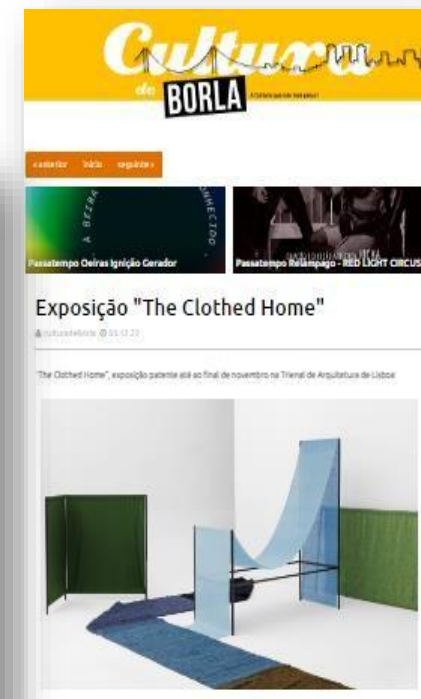
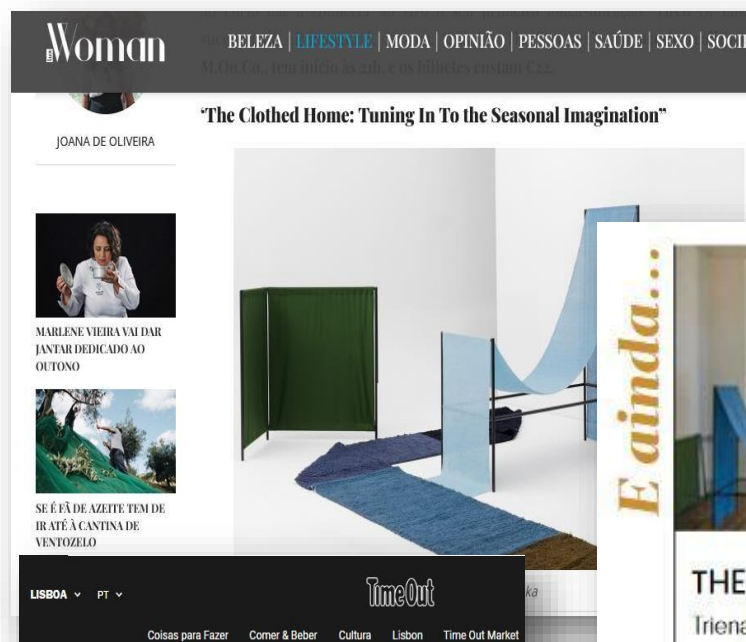
Referências Strategy & Creativity

ADAM MICKIEWICZ INSTUTE

» **Desafio:** Dar visibilidade à exposição de arte "The Clothed Home", integrada na Trienal de Arquitetura de Lisboa.

» **Duração:** 1 shot.

» **Resultados:** 27 artigos e peças publicadas nos meios de comunicação social.



Referências Strategy & Creativity

Aceler@Tech

» **Desafio:** Comunicar o programa de aceleração turística “Aceler@Tech in Portugal”, dirigido a startups internacionais do setor do Turismo.

» **Duração:** 1 shot.

» **Resultados:** 76 artigos e peças publicadas nos meios de comunicação social.

ACELER@TECH

Tourism Acceleration Program  Portugal



#Educação

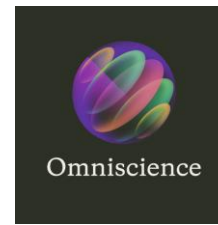
Referências Strategy & Creativity Omniscience

» **Desafio:** Lançar a Omniscience como consultora educacional premium, afirmando a marca como referência emergente numa nova categoria e reforçando notoriedade, legitimidade e autoridade técnica junto dos seus públicos estratégicos.

» **Duração:** 4 meses.

» **Intervenção:**

- Estratégia de comunicação;
- Relações com os media;
- Gestão de redes sociais;
- Stakeholder engagement;



SAYU
CONSULTING



Omniscience quer redefinir a educação em Portugal com percursos académicos personalizados



Arquiteto Educacional: a proposta da Omniscience para transformar o ensino

Omniscience inova na educação através de “arquitetos educacionais”

Link to Leaders

Referências Strategy & Creativity

Velca

» Desafio:

Apoiar o lançamento da motocicleta elétrica Velca no mercado português.

» Período de Intervenção: 1 shot.

» Intervenção:

- Ativação da marca, proporcionando aos convidados a oportunidade de experimentar e conhecer a motocicleta.
- Desenvolvimento de abordagens editoriais: Press Kit e Comunicado de Imprensa.



Referências Strategy & Creativity

ZUG POWER

» Desafio:

Lançar a ZUG POWER no mercado energético português, afirmando a marca como operador inovador e credível, com soluções avançadas de energia, forte capacidade técnica e uma parceria estratégica de longo prazo com a Shell Energy Europe.

» Período de Intervenção: 3 meses

» Intervenção:

- Relações com os media e ativação editorial
- Alinhamento de mensagens e narrativa corporativa



Thank You

askus@say-u.pt

T. (+351) 211 926 120

LISBOA

Avenida 5 de Outubro, 151 - 7.º C
1050-053 Lisboa

[www. say-u.pt](http://www.say-u.pt)

