

PERFIL

Expense Reduction Analysts



Manuel Jardim, um experiente gestor que chegou para ajudar as empresas portuguesas a vencer o aumento dos preços

Licenciado em Economia e Gestão Industrial pela Universidade Católica de Lisboa, Manuel Jardim, Partner da Expense Reduction Analysts desde outubro de 2020, conta com 30 anos de experiência como gestor e um MBA na Universidade de Cambridge, cidade onde viveu o ano que considera o mais intenso da sua vida.

A diversidade é a chave do seu percurso profissional, tendo passado por diversos setores de atividade, onde desenvolveu diferentes funções. Começando pela Marks&Spencer, onde foi CFO durante seis anos, seguindo-se a Papelaria Fernandes, onde foi diretor adjunto da administração da cadeia, chegando até à advocacia como diretor geral da CMS Rui Pena&Arnaut durante oito anos.

Foi nessa altura que conheceu a Expense Reduction Analysts, a consultora especializada em redução de custos. O ambiente multinacional foi um dos pontos que atraíram a atenção de Manuel Jardim, bem como a equipa, a área de negócio e a sua metodologia com sucesso comprovado.

Hoje, o gestor integra uma equipa que encontra poupanças apenas nos gastos gerais e que prova que é possível reduzir custos em quase todas as situações, ajudando as empresas portuguesas com soluções viáveis que fazem a diferença. É por isso que trabalham com uma fórmula de remuneração que se pauta pelo sucesso.

O seu dia a dia passa, principalmente, por chegar às empresas portuguesas e fazê-las compreender que o crescimento e a agilidade advêm da sua rentabilidade. A isto junta-se a gestão de clientes e de projetos, onde começa o trabalho de especialista em redução de custos. Nos últimos tempos, tem-se focado, principalmente, na área dos Seguros, uma linha de custos presente em todas as empresas e que tem assistido a aumentos sobretudo dos prémios nos ramos de risco patrimonial e de responsabilidade civil, consequências da incerteza causada pela crise sanitária e económica que vivemos e que tem levado a reações protecionistas que empolam os preços.

Para 2021, a esperança de Manuel Jardim reside nos resultados dos programas de vacinação, esperados para o final do 3º trimestre do ano e que considera serem o principal suporte das expectativas económicas. Contudo, a falta de avanços em algumas partes do mundo continua a preocupar o “partner” que para reduzir custos, lida, diariamente, com o estado dos mercados.

Segundo Manuel Jardim, “as sequelas que todo este período deixam no balanço das empresas portuguesas são devastadoras”. Contudo, mantém a esperança na equipa da Expense Reduction Analysts e no trabalho que fazem diariamente para colaborar e apoiar o tecido empresarial nacional.

PORTUGAL É O PAÍS PARCEIRO

Empresas portuguesas em foco na Feira de Hanôver 2022

De 25 a 29 de abril as empresas portuguesas vão estar no centro das atenções na Feira de Hanôver 2022. Como investir nesta oportunidade com retorno? Na opinião de Silke Buss, diretora e fundadora da BUSS Comunicação, a preparação dos participantes para a comunicação específica com potenciais clientes alemães no stand e com jornalistas alemães em entrevistas pode facilitar aquele objetivo.

A Hannover Messe é a montra da indústria global. Foi nesta feira que nasceu o termo “Indústria 4.0” há 10 anos e desde então “a internet das coisas” faz parte do programa das empresas em todo o mundo. Foi aqui que, ainda em 2019, na última edição presencial, 6500 expositores apresentaram os seus produtos e inovações a 215 mil visitantes, dos quais dois terços eram alemães. Desde 1980 que a feira dá um especial destaque a um país parceiro e em 2022 será a vez de Portugal

Em Portugal, a Hannover Messe é representada pela Câmara de Comércio Luso-Alemã há precisamente 40 anos. A BUSS Comunicação, sócia da Câmara há 20 anos, é especializada em comunicação, “coaching” e marketing para a indústria luso-alemã. Com o objetivo de preparar as empresas portuguesas para a feira de Hanôver, a agência ampliou a sua equipa luso-alemã e também integrou um especialista em comunicação britânico.

A “Team Hannover Messe” está disponível para elaborar toda a comunicação em alemão e inglês para os “media” e os visitantes. Antes e durante a feira assume a comunicação com os “media” alemães, em colaboração com a sua agência parceira de Hamburgo. Para além disso, visa maximizar a participação das empresas portuguesas através de consultoria e de workshops que preparam as pessoas para a comunicação especí-



“O facto de Portugal ser o país parceiro é uma oportunidade única para as empresas portuguesas conquistarem, sobretudo, clientes na Alemanha”, afirma Silke Buss, diretora da BUSS Comunicação.

fica com potenciais clientes alemães no stand e com jornalistas alemães em entrevistas.

“Oportunidade única”

“O facto de Portugal ser o país parceiro é uma oportunidade única para as empresas portuguesas conquistarem, sobretudo, clientes na Alemanha, já que dois terços dos visitantes são alemães. Ainda por cima, e tendência atual, como reação à pandemia, é encurtar as cadeias de abastecimento e voltar a procurar fornecedores na Europa”, sublinha Silke Buss. “Quando soubemos que Portugal ia ser parceiro da Hannover Messe 2022, sentimo-nos logo em missão, conscientes de poder ajudar as empresas portuguesas na sua comunicação bem-sucedida com empresas alemãs. A cultura de negócios alemã é muito diferente. É preciso tomá-la em consideração na comunicação verbal e não-verbal para conquistar a confiança dos alemães e das alemãs. A comunicação com os “media” também tem as suas próprias

“Criamos pacotes estratégicos para preparar o terreno de antemão”

regras. É essencial ter uma agência no país com excelentes contactos nos meios técnicos, como a nossa parceira de Hamburgo tem”.

Os meios especializados começam a abordar a Feira de Hanôver com meio ano de antecedência: já a partir de novembro deste ano começam a apresentar as novas soluções e os produtos das empresas participantes. A BUSS Comunicação prepara e divulga press releases, vídeos e posts, concebe e realiza materiais de merchandising corporativos, websites e publicações, trata da publicidade, assim como promove e realiza entrevistas e artigos exclusivos. “Criamos pacotes estratégicos para preparar o terreno de antemão”, sublinha Silke Buss.

nomore Há 17 anos a criar relações fortes.

www.nomore.pt