

WALTER LONGO



Temas da palestra: Tecnologia, Motivação, Marketing e Comunicação, Liderança, Empreendedorismo, Criatividade e Inovação, Competitividade, Atendimento ao Cliente

Seus mais de quarenta anos de vida profissional estão distribuídos em múltiplas atividades e facetas, sempre bem sucedidas, mas abrangendo uma gama muito variada de segmentos e especialidades que fazem dele um profissional raro de ser encontrado, e ainda mais de ser definido.

Iniciou sua carreira aos dezenove anos como profissional de vendas, especializando-se, desde o início, em apresentações para grupos numerosos de potenciais clientes. O objetivo dele era vender mais, e essa inovação no estilo de abordagem possibilitava massificar os resultados.

A atuação "por atacado" desenvolveu nele o gosto por apresentações em público, e foi o embrião de sua futura e reconhecida faceta de palestrante que viria a desenvolver muitos anos depois através da participação em grandes eventos de mídia e comunicação, tanto no Brasil quanto na Europa, Estados Unidos e América Latina.

Enquanto trabalhava, Longo fazia faculdade de Administração, tendo posteriormente se especializado em marketing no Exterior (Califórnia/ EUA).

Das vendas, Longo passou para a área de marketing, iniciando também nessa fase sua atuação como empresário. Convidado por importante líder do setor de comunicações, associou-se na empreitada de desenvolver a atividade de eventos como ferramenta de mídia. Foi nesse período que teve atuação destacada como homem de show-business e entretenimento, organizando, promovendo e realizando mega-eventos musicais, esportivos e culturais no Brasil, Argentina e Estados Unidos.

Após oito anos nesse setor de eventos, Longo concluiu que era hora de expandir sua experiência e aproveitar mais de seu conhecimento e especialização em marketing. Foi então trabalhar na área de propaganda, como executivo de algumas das grandes agências nacionais e estrangeiras como MPM e Young&Rubicam.



Quando completava quase sete anos no Grupo Young&Rubicam, recebeu da matriz americana mais um desafio: lançar as operações de Marketing Direto do Grupo no Brasil. Passou a acumular então a função de Presidente da Wunderman Brasil e, em pouco tempo, tornou-se um dos maiores especialistas do país em comunicação dirigida e database marketing.

Nessa época, final de 1995, Longo recebeu um convite irrecusável: participar da experiência pioneira de lançar uma nova mídia segmentada no País. Esse convite o levou para a presidência da TVA, empresa de TV por assinatura do Grupo Abril.

Durante cinco anos à frente desse projeto, Longo e a equipe da TVA ampliaram o número de assinantes dos iniciais 12 mil para mais de 800 mil, elevando seu faturamento anual de quatorze para trezentos milhões de dólares.

A relevância que a TVA alcançou sob sua liderança levou Longo à Presidência da ABTA - Associação Brasileira de TV por Assinatura, onde posteriormente foi eleito à Presidência do Conselho. Foi nesse período também que Longo acabou sendo eleito o Profissional de Veículo do Ano/Prêmio Caboré, entre outros.

Após deixar a presidência da TVA montou sua própria empresa de consultoria de marketing, a Unimark/Longo, e tornou-se membro de vários conselhos de empresas de telecomunicações e entretenimento no Brasil e Exterior. Em 1998, associou-se ao Grupo Newcomm Bates, um dos maiores grupos de propaganda em nosso país composto por sete empresas especializadas em múltiplas ferramentas de comunicação, e, em apenas 3 anos, tornou-se Presidente do Grupo.

Em 2002 fundou a Synapsys, a primeira empresa de Advertainment do país, que presidiu como mentor e CEO até 2005. Durante esse período, iniciou também as operações da nova empresa nos Estados Unidos, criando a Synapsys International.

Em 2006, retornou ao Grupo Newcomm (holding formada pela associação de Roberto Justus e o Grupo WPP) como Mentor de Estratégia e Inovação, além de Presidente da Grey, onde permaneceu até março de 2016.

Hoje, é Presidente do Grupo Abril, um dos maiores grupos de comunicação da América do Sul.

Walter Longo é membro de vários conselhos de empresas de telecomunicações, articulista de múltiplas publicações além de autor, entre outros, dos livros - Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar(Ed.Atlas), O Marketing na Era do Nexo(Ed.BestSeller) e Marketing e Comunicação na Era Pós-Digital(Ed.HSM).