**Exercício de gerenciamento de produto para os mercados industriais**

1. Voltemos a nossa planilha de usinas.
2. Qual é o potencial total desse grupo de usinas para colhedoras de cana-de-açúcar? Considere que não há parques instalados.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Infos Base / Media – Demanda Total | | | |
| Toneladas TTL | 220 milhoes | Hectare TLL | 2,8 mi |
| Número de Unidades | 50 |  |  |
| Ton/Hora Média | 30 | Hora Útil/Dia | 20 |
| Dias Úteis/Ano | 175 | Custo Unidade | 210 |
| Potencial em Unidade | 2000 | Potencial Negócios | R$ 2 bi |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 |
| Venda Ano |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Parque Insta |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Proponha/ escolha critérios de segmentação que façam sentido para esta nova categoria.
2. Descreva e defina o potencial de cada segmento em máquinas e valor.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Variável 1 | |
|  |  | Critério A | Critério B |
| Variável 2 | Crit. A | Nome  Descrição | Nome  Descrição |
| Potencial | Potencial |
| Crit B | Nome  Descrição | Nome  Descrição |
| Potencial | Potencial |

1. Defina os principais fatores de decisão de aquisição (benefícios esperados). E para cada segmento estipule pesos na base 100%.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Seg A | Seg B | Seg C | Seg D |
| Fatores de Decisão |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | 100% | 100% | 100% | 100% |

1. Defina critérios para estabelecer as linhas de produto e analise o Line up dos 3 concorrentes.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Conc.1 | Conc.2 | Conc.3 |
| Linha 1 |  |  |  |
| Linha 2 |  |  |  |
| Linha 3 |  |  |  |

1. Elabore quadros comparativos de produto

* Defina os produtos
* Defina os atributos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Quadro Comparativo Linha 1 | | | |
| Atributo | Produto 1 | Produto 2 | Produto 3 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Quadro Comparativo Linha 2 | | | |
| Atributo | Produto 1 | Produto 2 | Produto 3 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Confronte (encaixe) os atributos nos benefícios esperados

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Segmento 1 – Benefícios Esperados | | | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Valor > | Beneficio> | Atributo |
| Atributo | Benefício | Valor |

1. Dê notas (1-10) em cada comparativo para cada concorrente nos benefícios.
2. Se possível, descubra o preço cheio de cada máquina.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Segmento A | | | |
| Benefícios | Peso | Conc 1 | Conc 2 | Conc 3 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Força Relativa | 100% |  |  |  |
| Preço Máquina |  |  |  |  |

1. Analise o posicionamento de cada uma das marcas. Confronte os pontos paridade pontos diferenças (associações).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Prod 1 | Prod. 2 | Prod. 3 |
| Paridade |  |  |  |
| Diferença |  |  |  |

1. Proponha uma sequência de etapas (tabelas) sugerindo como identificar o que é valor para o cliente.
2. O que identificar?
3. Como levantar?

|  |  |
| --- | --- |
| Informação a ser Levantada (Objetivo) | Como Levantar (Método) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |