

## Marketing e Vendas



**Ellen Francine**  
**Simone Souza**  
**ICMC/USP**

# Guaraná Champagne



ANTARCTICA PAULISTA

Mas como cresce  
este maroto!

Tudera!  
COM  
**MAIZENA**  
MARCA DURYEA REGISTRADA

OMO

Safe  
Whitener  
and  
Cleanser

Saúde e Alegria

**TODDY** contém no seu leite o quanto de  
melhores propriedades de nutrição em alimentos  
materna que lhe dá vigor e bem-estar.  
Cálcio, Carboidratos, Ferro, Fósforo, Potássio  
e Vitamina. Por ser de fácil digestão, pode  
ser tomado a qualquer hora de dia ou de noite.  
E COMO É GOSTOSO!

Não confundam: **TODDY** contém Extrato de Leite!

# Marketing

---

- Não é sinônimo de esforço de venda, nem de propaganda.
  - » **Marketing**: Arte de planejar o **antes**, o **agora** e o **depois** do processo de vendas.
    - Processo de **comunicar** uma transação com **valor** adequado para **clientes** em potencial para convencê-los da **compra**.
  - » **Propaganda**: Forma de estimular o cliente a fazer a compra.
    - A análise de marketing começa muito antes de pensarmos em como fazer uma propaganda persuasiva.

# Marketing

---

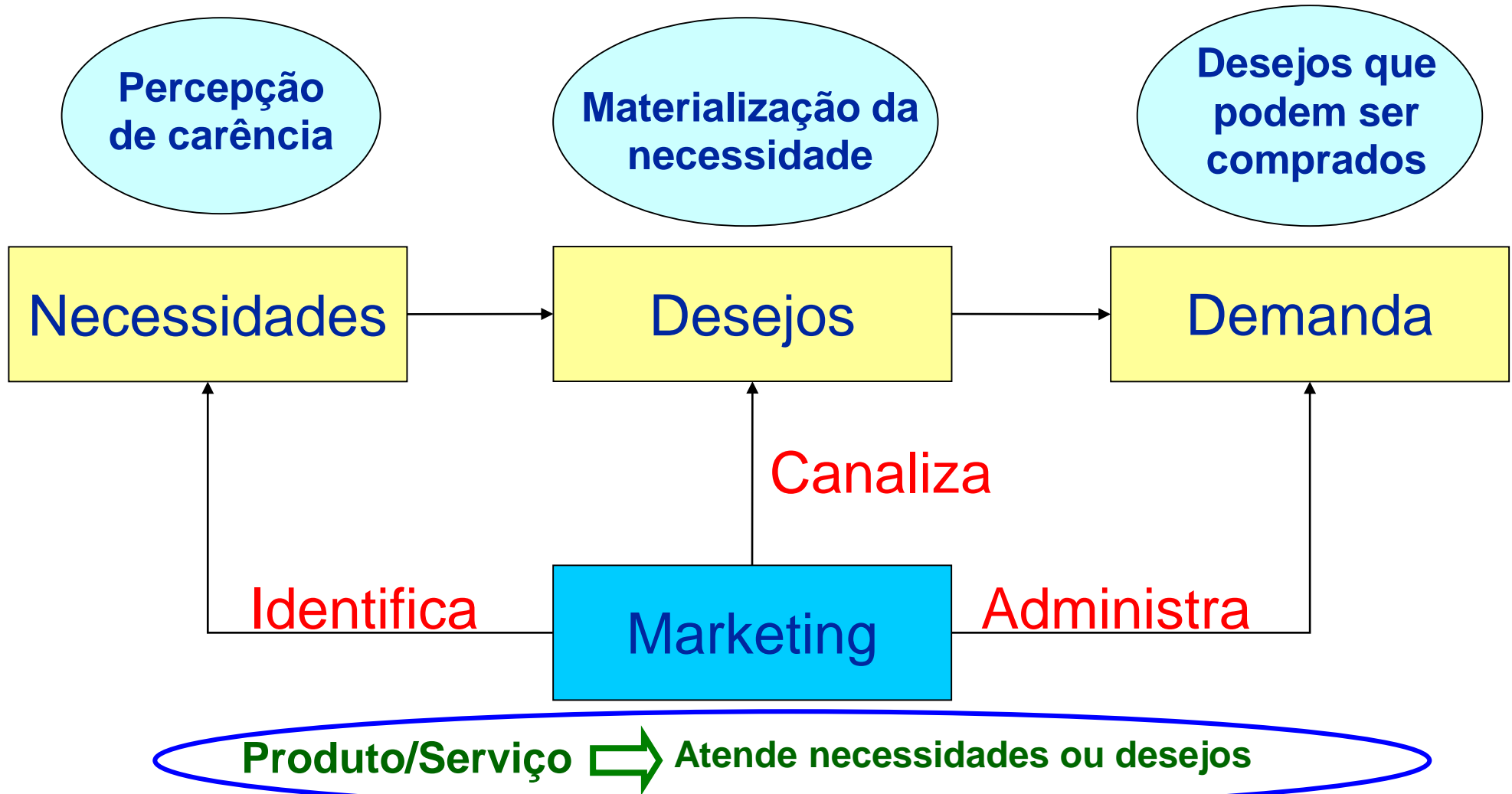
- **1a. Era do Marketing:** orientado a produto (até 1945)
- **2a. Era do Marketing:** orientado a venda (pós-guerra)
- **3a. Era do Marketing:** orientado a relacionamento (pós-1980)
- **4a. Era do Marketing:** orientado para a responsabilidade social (século XXI)

# Marketing

---

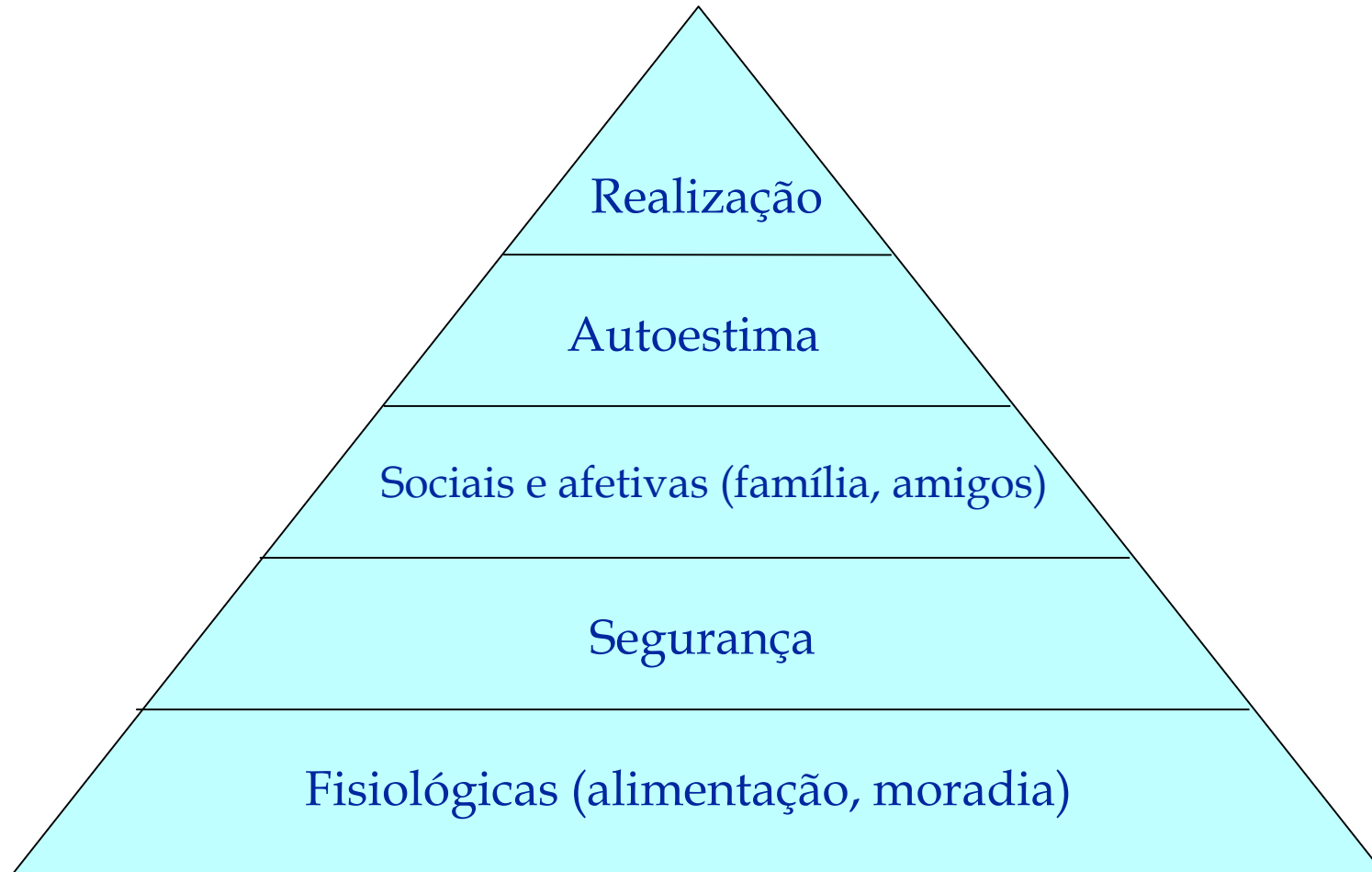
- Envolve a compreensão das **necessidades** e dos **desejos** do público-alvo para a concepção de produtos que visem à plena satisfação ou realização de tais necessidades e desejos.
  - » Começa ANTES da concepção do produto!

# Marketing

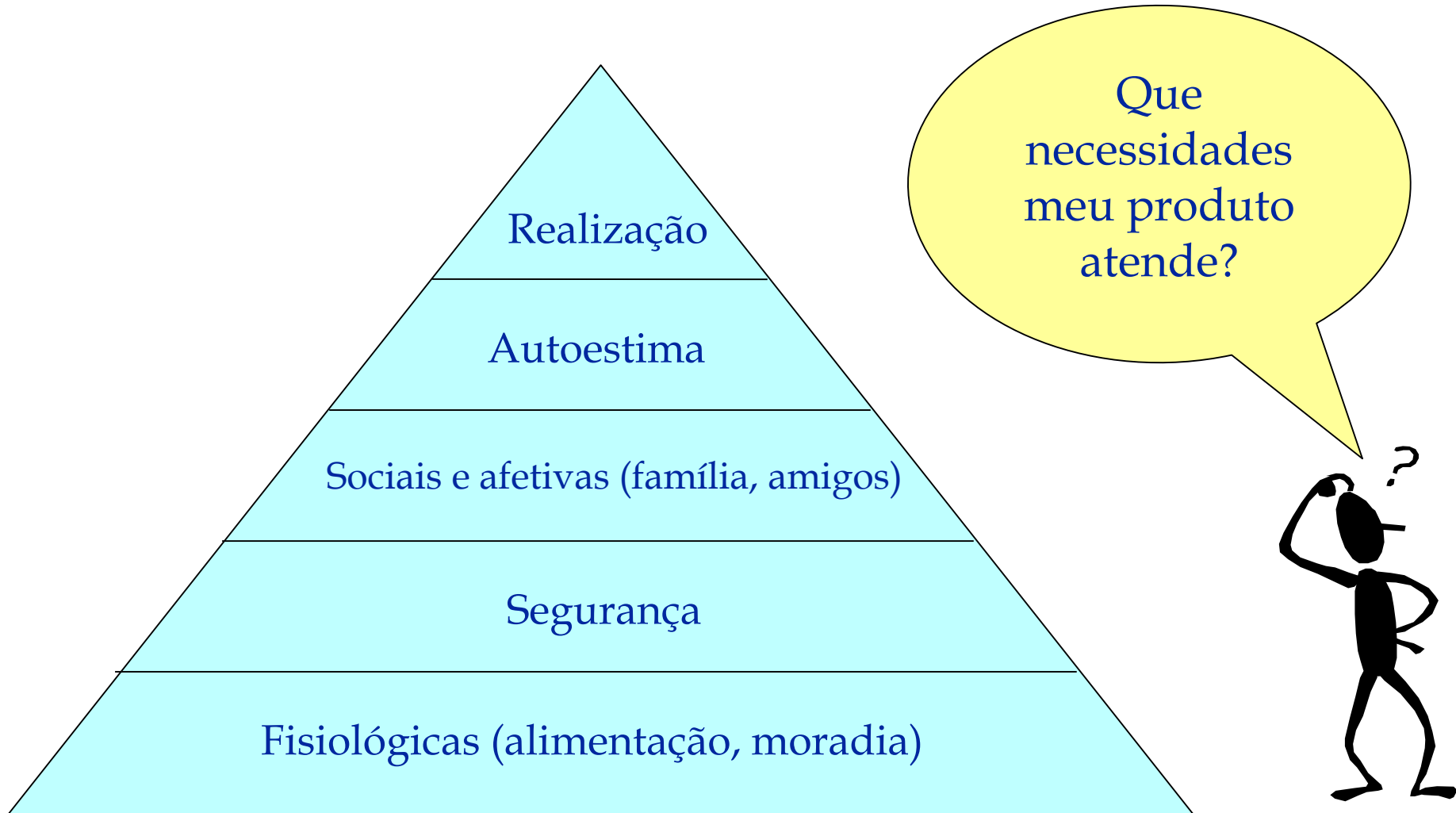


# Pirâmide de Necessidades de Maslow

---



# Pirâmide de Necessidades de Maslow

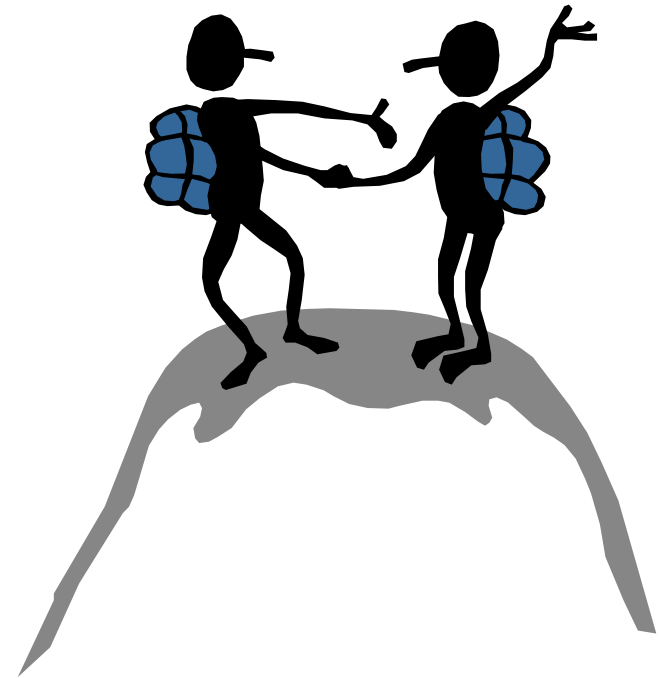




# Marketing

---

- Como conquistarei mercado?



# Marketing

- Qual é a **imagem** da minha empresa?

**IMAGEM**

**DESEJADA**

**X**

**PERCEBIDA**



# Importância da Imagem

---

- Patrimônio de qualquer empresa.
  - Imagem comunica expectativas.
  - Imagem é um filtro que influencia a percepção das operações da empresa.
  - Imagem tem impacto interno.
  - **Importante** compreender que a imagem é aquilo que existe na realidade.
    - A imagem não é o que se comunica, se a imagem comunicada não corresponde à realidade!

# Importância da Imagem

---

- **Imagem** da empresa na cabeça do consumidor...
  - » Refrigerante
  - » Esponja de aço
  - » Sabão em pó
  - » Barbeador
  - » Aguardente de cana ☺
  - » Chocolate em pó
  - » ...
- Criação da **MARCA!!**
  - » Serve para fazer com que o cliente te encontre.

# O Novo Cliente!

---

- Mais bem informado, exigente, quer informações precisas sobre o que compra, espera bom atendimento.
- Mais seletivo e racional, pode deixar de lado a fidelidade à marca.
- Bem informado sobre seus direitos, recorre a órgãos para apresentar queixas ou esclarecer dúvidas.
- Crítico à propaganda e preocupado com a qualidade.
- Necessita sentir-se diferenciado.
- Preocupado com questões sociais.



# Como conquistá-lo ?

- Oferecendo produtos e serviços com a qualidade esperada pelo cliente.
- Agregando serviços especiais e valor.
- Atendendo com cortesia e anotando suas solicitações que não foram atendidas.
- Ter flexibilidade para adaptar o produto/serviço às exigências do cliente.
- Promovendo palestras visando sensibilizar os funcionários sobre a importância do atendimento aos clientes.



# Web e o Marketing

---

- Novo meio: digital.
- Foca processos específicos ao meio.
- Maior eficiência e alcance.
- Maior complexidade.
- Fidelização.
- Relacionamentos.

# Na Web ...

---

- **Ganhe participação de mercado.**
  - Mantenha seu site atualizado e forneça informações em tempo real.
  - Ofereça algo novo toda vez que os usuários voltarem.
- **Ofereça informações gratuitas.**
  - Ofereça algo “a mais” do que o esperado.
- **Personalize.**
  - Conheça seus clientes, melhore seus processos de marketing.
  - Cumprimente seus usuários cada vez que retornarem.
  - Tenha seu público definido.



# Na Web ...

---

- **Seja mais rápido que seus clientes (seja prático).**
  - Não esconda informações.
  - Ofereça um instrumento de busca simples de usar.
- **Divulgue.**
  - Mantenha o domínio onde a marca da instituição estiver.
- **Faça marketing de evento.**
  - Ofereça bate-papo e entrevista on-line com pessoas importantes.

# Por onde começar?

---

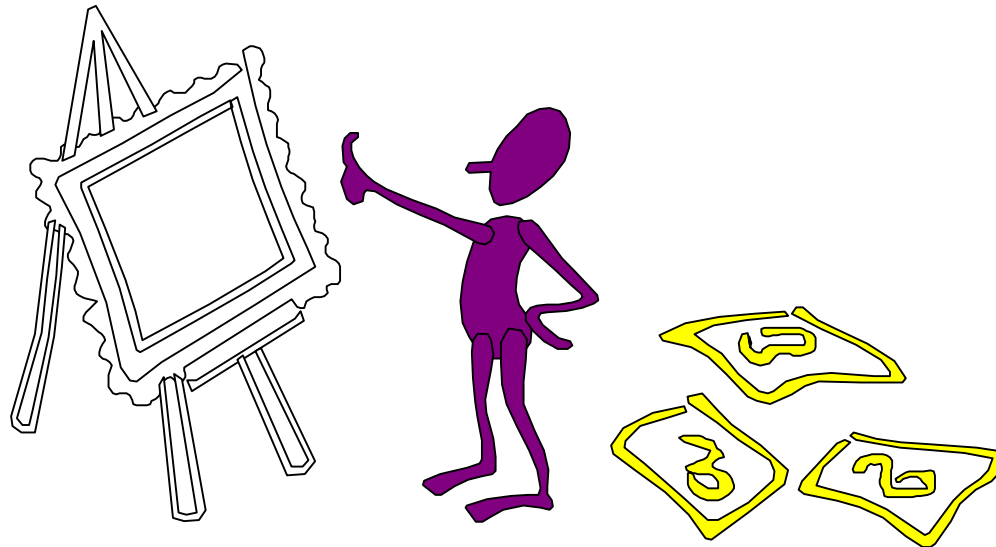
## **ANÁLISE DE MERCADO**

- Primeira etapa para o marketing (estratégico).
- Identifica as oportunidades reais de demanda.
- Reconhece necessidades, preferências e percepções.

# Em seguida ...

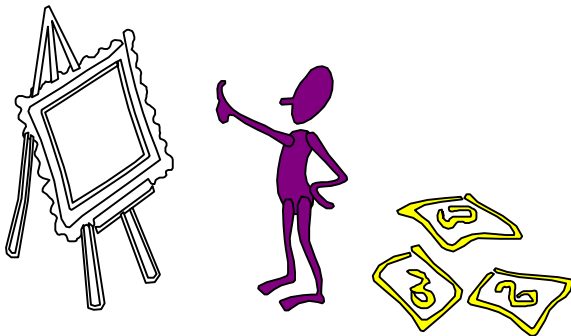
## ESTRATÉGIA DE MARKETING E VENDAS

- Meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos.



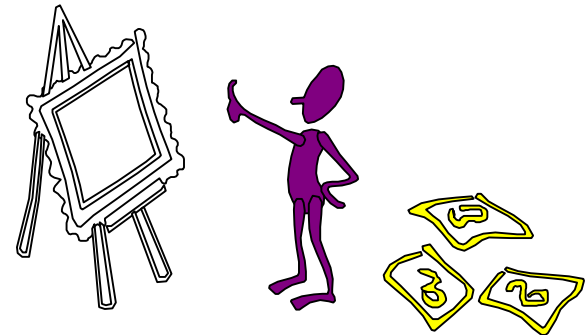
# Estratégia de Marketing e Vendas

- **Estratégia de Marketing (4 P's):**
  - » Posicionamento (produto/serviço).
  - » Preço.
  - » Praça (localização, canais de distribuição).
  - » Promoção (propaganda, publicidade, ...).



# Estratégia de Marketing e Vendas

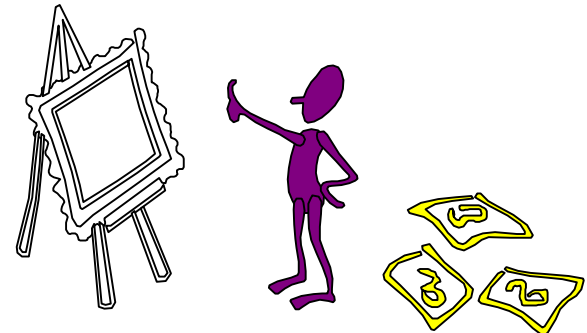
- Posicionamento (produto/serviço)
  - » Direcionar o produto para atender às expectativas do cliente-alvo.
  - » Exemplos:
    - Gol – Azul



# Estratégia de Marketing e Vendas

- Preço

- » Ter como referência o valor que o consumidor vê no produto e não o preço que a empresa acha que ele deva ter.
- » Ex: preço de carro no Brasil

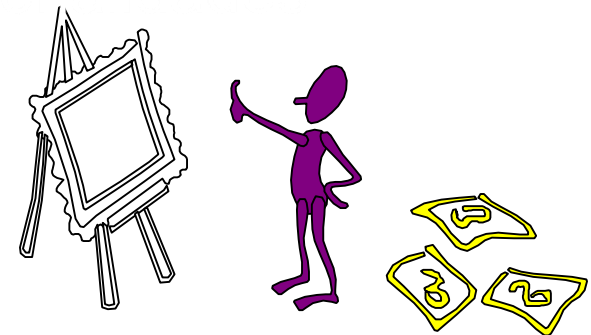


# Estratégia de Marketing e Vendas

## ● Preço

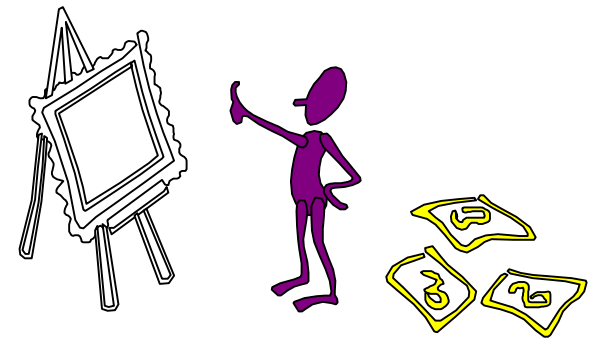
### » Sugestões para um produto novo:

- Abaixo do valor de mercado.
- Promoções (leve 3 pague 2).
- Parcelamento na compra.
- Aplicativo: disponibilizar gratuitamente por um período ou com menos funcionalidades



# Estratégia de Marketing e Vendas

- Praça (canais de distribuição)
  - » Como o produto chega ao cliente?
    - Venda direta ou indireta.
    - Formas intermediárias: internet, catálogos, mala direta, telemarketing, ...





# Estratégia de Marketing e Vendas

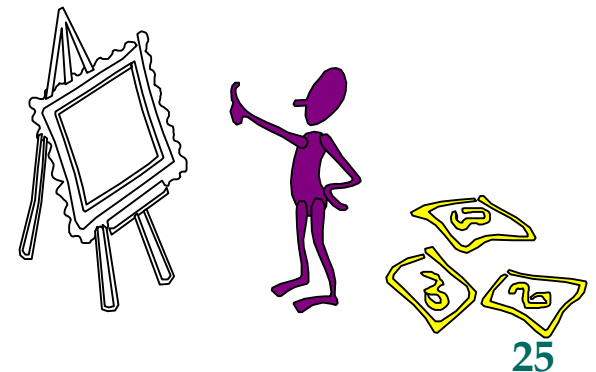
- Promoção

- » Identificar veículos de comunicação para promover o produto.

- Propaganda.

- Promoções:

- Patrocínio, internet, outdoor, busdoor, brindes, panfletos, ...



# Estratégia de Marketing e Vendas

## ● Promoção

### Alguns posicionamentos de valor

- 1- Ser o melhor em qualidade
- 2- Ser o melhor em desempenho
- 3- Mais confiável
- 4- Mais durável
- 5- Mais segura
- 6- Mais rápida
- 7- Fornece mais por menos \$\$\$
- 8- Menos cara
- 9- De maior prestígio
- 10- Que tem melhor design ou estilo
- 11- A mais fácil de usar

**Procure identificar onde seus concorrentes se posicionam e tente se diferenciar!**

**A empresa precisa passar de um posicionamento mais genérico de benefício ao cliente para um mais específico de valor!!!**

# Estratégia de Marketing e Vendas

- **Promoção**

Exemplos de posicionamentos de valor:

**1- Mais por Mais (Mercedes, Rolex)**

**2- Mais pela Mesma Coisa (calça de marca X calça sem marca)**

**3- A Mesma Coisa por Muito Menos (Extra: diz ser + barato)**

**4- Menos por Muito Menos (Aluguel de carro sem ar, som, etc.)**

**5- Mais por Menos (É o melhor posicionamento para o cliente)**

# Próximo Passo...

- Desenvolver a seção **Plano de Marketing e Vendas** do Plano de Negócios!!



# Plano de Marketing e Vendas

---

1. Posicionamento do Produto e/ou Serviço.
2. Preço.
3. Praça.
4. Promoção.
5. Expectativa (projeção) de vendas.

# Plano de Marketing e Vendas

---

## **POSICIONAMENTO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO**

- Quem está comprando meu produto?
- Quais as expectativas do cliente que serão satisfeitas pelo meu produto?
- Existirão versões diferentes do produto para públicos diferentes?

# Plano de Marketing e Vendas

---

## PREÇO

- O software será vendido ou alugado por meio de uma licença de uso?
- A venda inclui assistência técnica e instalação?
- Garantia de quantos meses?
- Qual será o preço?

# Plano de Marketing e Vendas

---

## PRAÇA

- Em que regiões o produto será vendido?
- Será vendido em lojas? Quais?
- Será vendido via telemarketing?
- Como será feita a entrega do produto?
- Onde o produto ficará estocado?
- Como será a equipe de vendas?



# Plano de Marketing e Vendas

---

## PROMOÇÃO

- Como o público alvo ficará sabendo da existência do produto?
- Como o produto será oferecido efetivamente ao público-alvo?
- Em quanto tempo todo o público-alvo terá uma oportunidade concreta de adquirir o produto?

# Plano de Marketing e Vendas

---

## EXPECTATIVA DE VENDAS

- Escrito com base nas informações da análise de mercado.
- Exemplo:
  - » Se o público-alvo é composto de 100.000 clientes e se o teste de mercado identificou que 20% do público adquire o produto no primeiro contato, então tem-se um total de 20.000 vendas no período considerado.

# Marketing e Vendas

---

