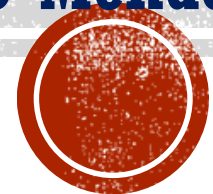


Conceitos Básicos e Visão Sistêmica do Marketing

Capítulo 1

Luciano Mendes



O que é Marketing?

“O Marketing envolve a **identificação** e a **satisfação** das necessidades humanas e sociais, de forma lucrativa”.

A que se aplica?



Bens



Serviços

Eventos



Pessoas



Experiências



Lugares



Organizações



Ideias



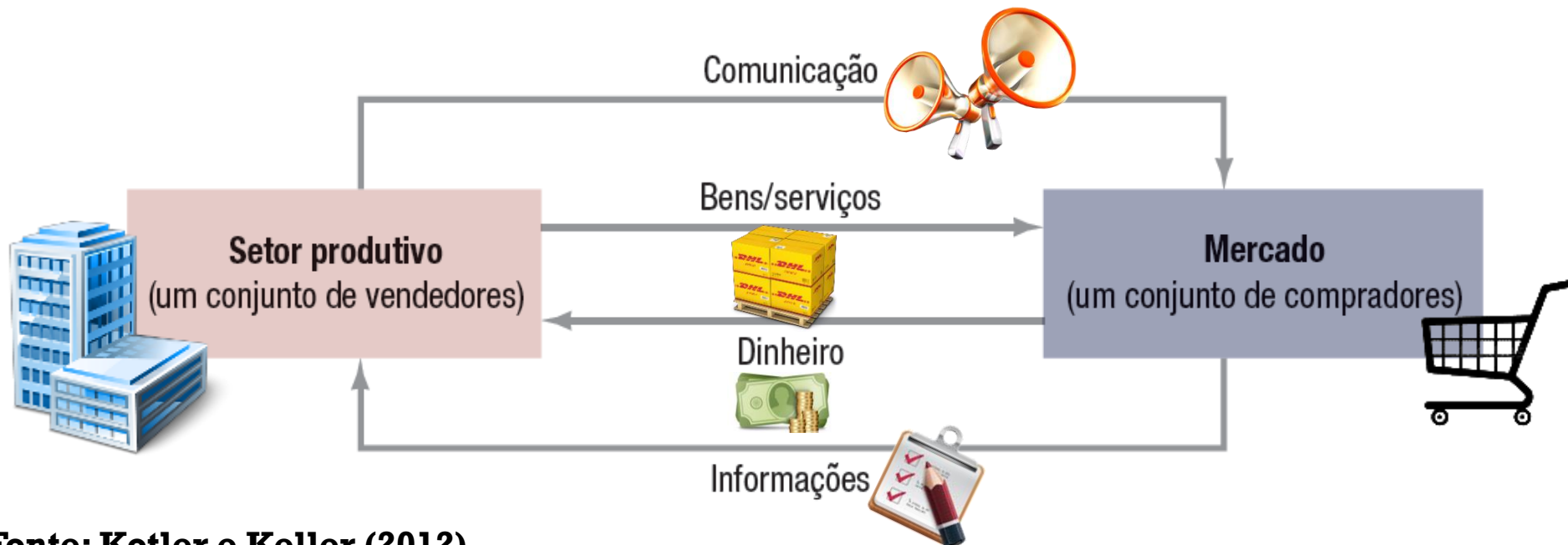
Propriedades



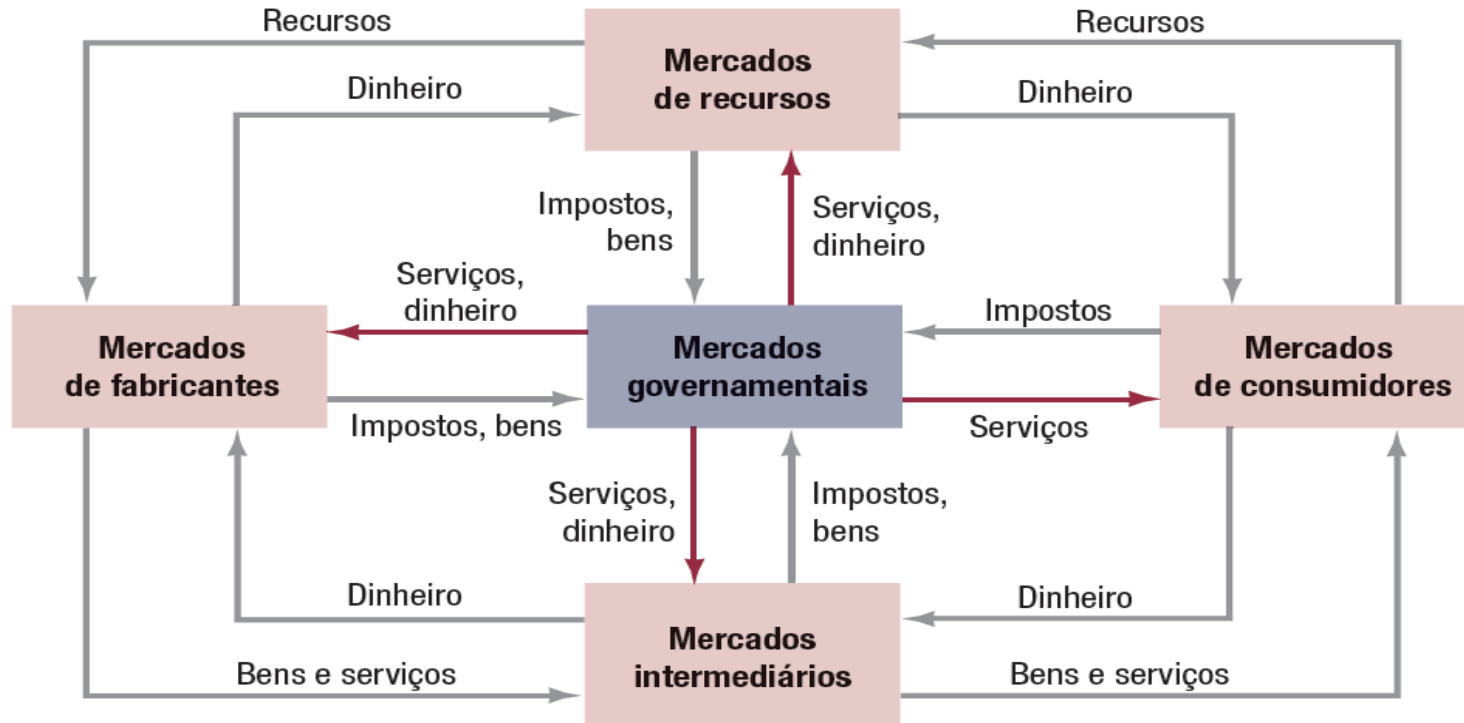
Informações

Quem faz o marketing?

O profissional de marketing é alguém que **busca** uma **resposta** (atenção, compra, voto, doação) de outra parte denominada **cliente potencial (prospect)**.

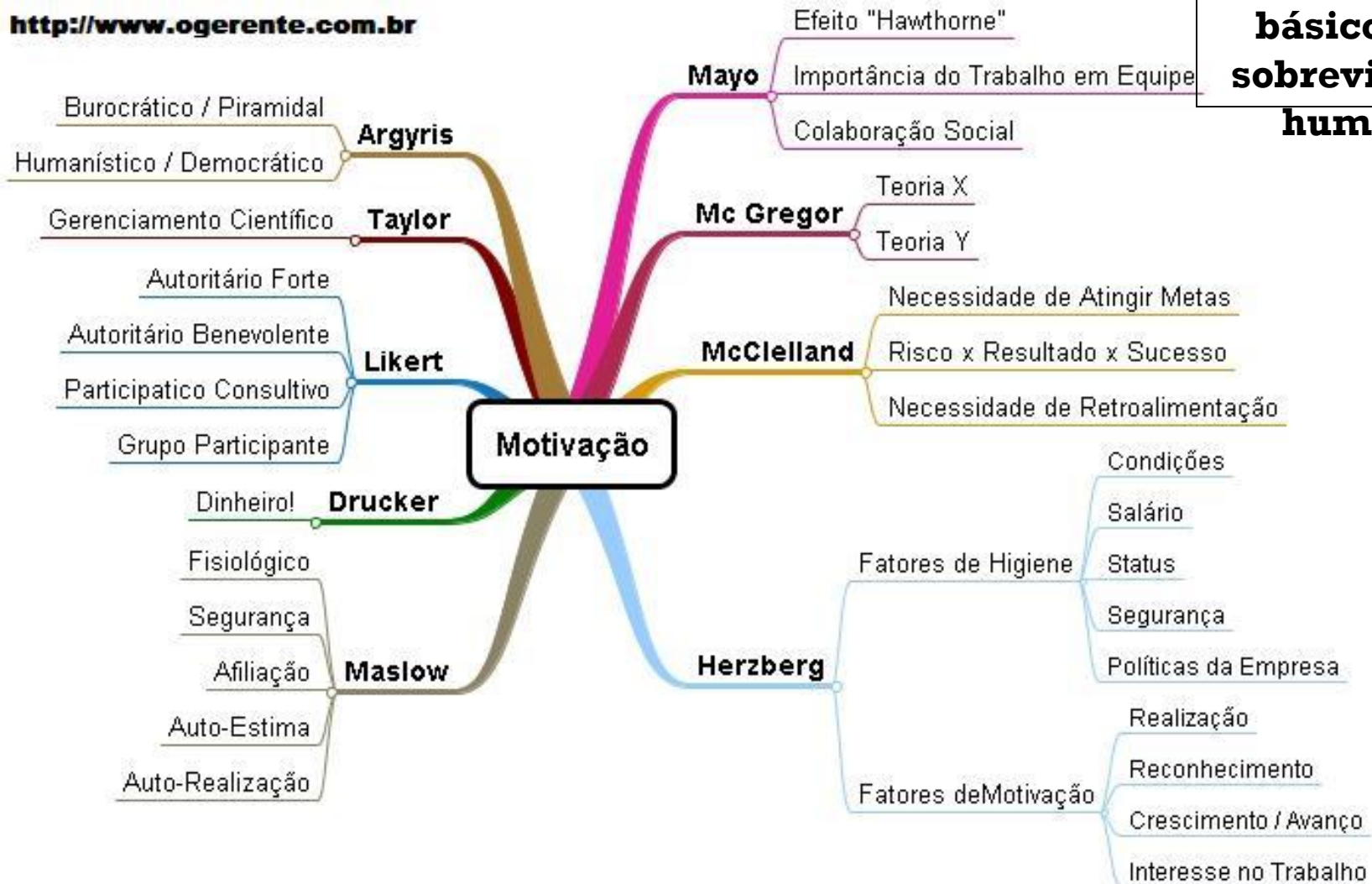


Estrutura de Fluxos em uma Economia de Trocas Moderna



Conceitos Centrais do Marketing

<http://www.ogerente.com.br>



Necessidade: pré-requisito básico para sobrevivência humana.

Conceitos Centrais do Marketing

Desejo: direcionamento da necessidade.



Desejo
MARCA



Necessidade
Comunicação

o



Demanda: é o desejo, acompanhado da possibilidade de pagar por ele.



Conceitos Centrais do Marketing



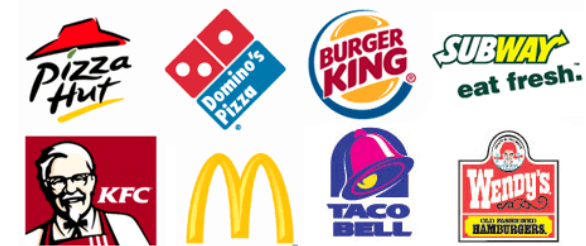
Mercado-Alvo/Target:
seleção de um grupo de
consumidores



**Valor (Benefícios x Sacrifícios) e
Satisfação (Expectativas x
Desempenho);**



Concorrência: oferta de
produtos rivais ou substitutos;

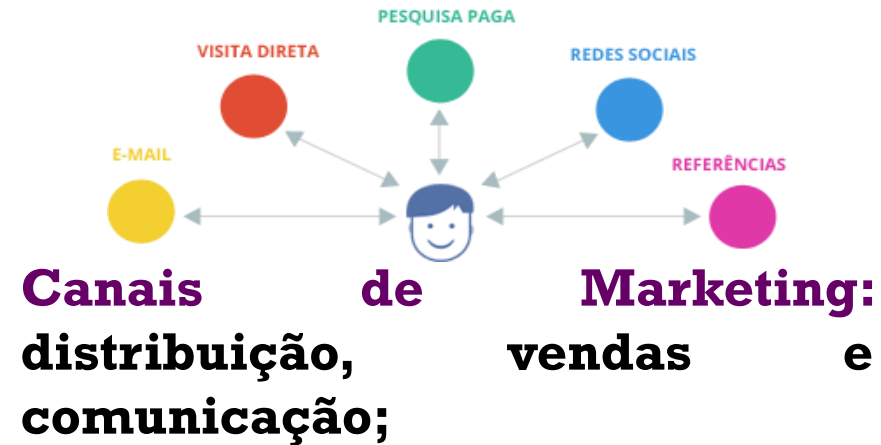


Ambiente de Marketing: forças
atuantes no mercado;

Conceitos Centrais do Marketing



Marca e Branding: patrimônio de marca;



Canais de Marketing: distribuição, vendas e comunicação;



Cadeia de Suprimentos ou Supply Chain: fornecedores.

Orientações da Empresa em relação ao Mercado



Produção: Os consumidores preferem produtos baratos e facilmente disponíveis



Produto: Consumidores preferem produtos inovadores e com melhor qualidade e desempenho disponíveis

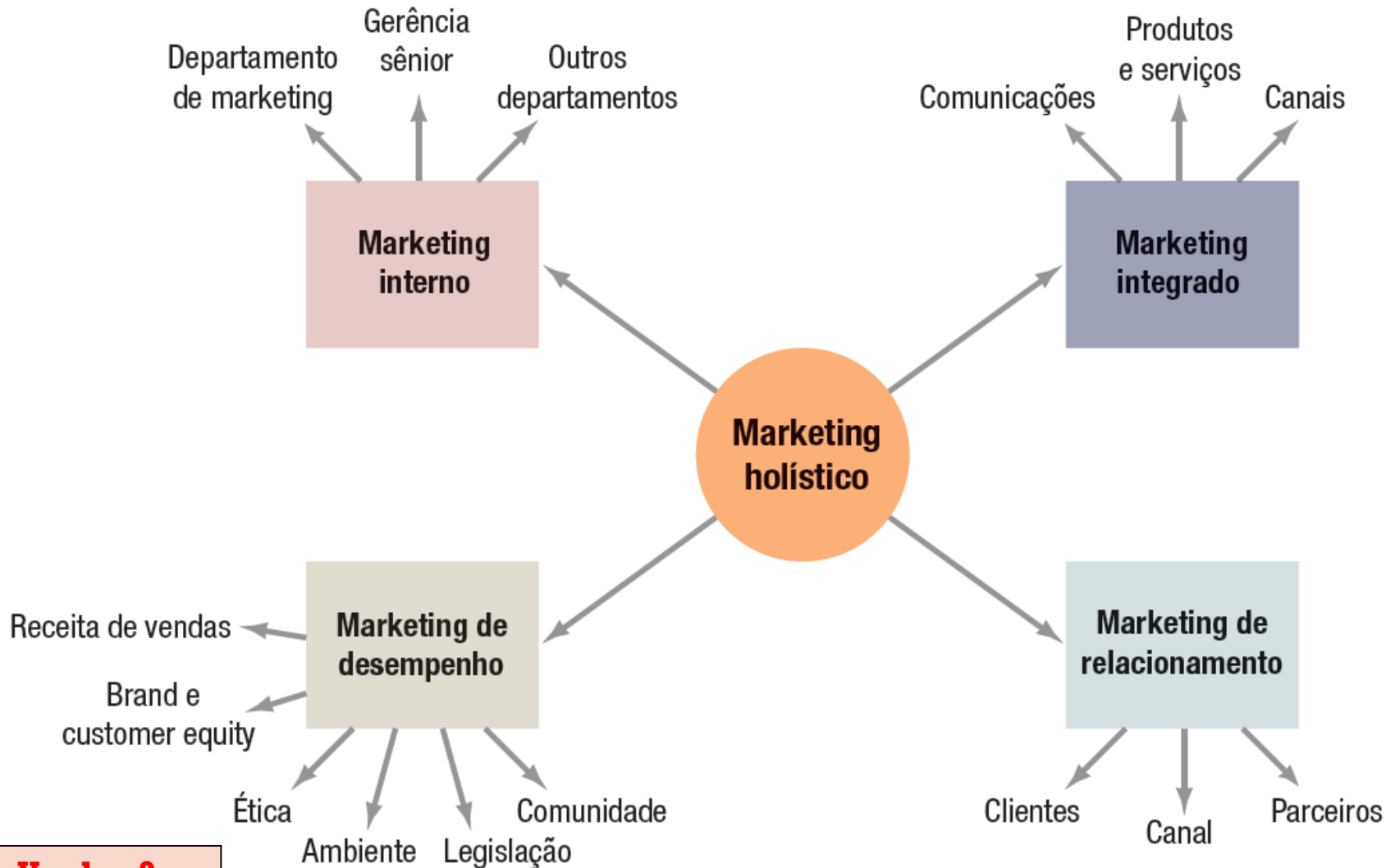


Vendas: Os consumidores só compram produtos que a empresa vende/promove agressivamente



Marketing: Concentra-se nas necessidades e desejos do mercado-alvo e em fornecer maior valor que a concorrência

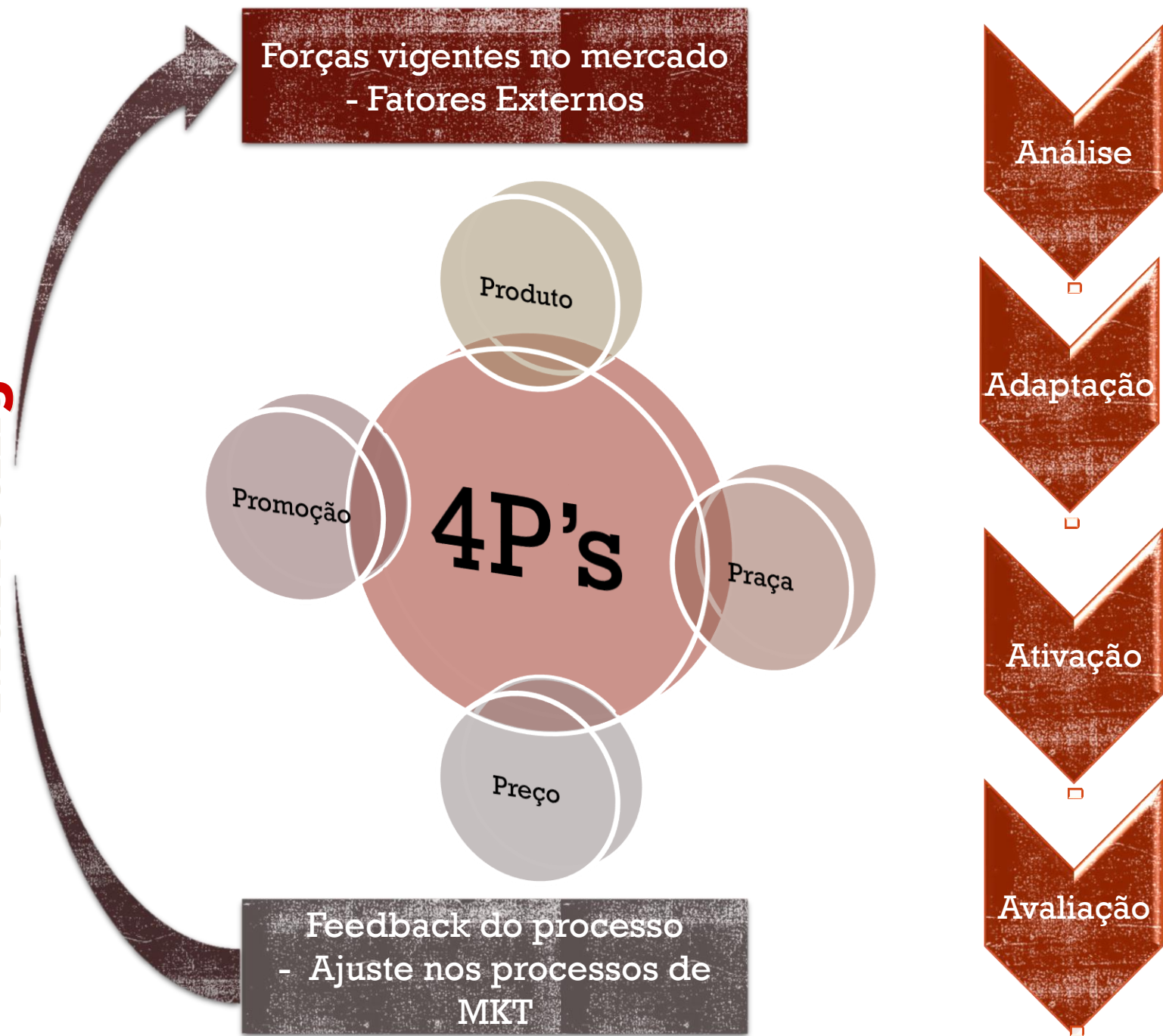
Orientação para Marketing Holístico



**Vendas ?
x
Marketing ?**

Fonte: Kotler e Keller (2012)

Planejamento de Marketing



4A'S

Fonte: Kotler e Keller (2012)

A Evolução da Administração de Marketing

Os 4P's do
Mix de
Marketing

Os 4P's da
moderna
administração
de marketing

Produto

Praça

Pessoas

Processos

Preço

Promoção

Programas

Performance

Tarefas da Administração de Marketing

Entre as tarefas necessárias para uma administração de marketing eficaz estão o desenvolvimento de **estratégias** e **planos** de marketing, a captura de **novas oportunidades** de marketing, a **conexão** com os clientes, a construção de **marcas fortes**, o desenvolvimento das **ofertas** ao mercado, a **entrega** e a **comunicação de valor** e a obtenção de um **crescimento de longo prazo**.

O que vamos fazer hoje, Kotler?



A mesma coisa que fazemos todos os dias, Pink: Ações com baixa verba e tentar dominar o mundo!

