

ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS- MARKETING

FBF 0350: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS FARMACÊUTICAS

**Profa. María S. Aurora Prado
FCF-USP
msaprad06@usp.br**

ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

CONCEITO

É o processo pessoal ou impessoal de ajudar e/ou persuadir a um cliente para que compre um artigo ou um serviço ou para que atue favoravelmente sobre uma ideia que tem importância comercial sobre o vendedor.

“American Marketing Association”

OBJETIVOS



AUMENTAR O VOLUME
DE VENDAS

CRESCIMENTO
CONTÍNUO

MELHORAR A EVOLUÇÃO
DO PRODUTO

RESULTADOS
FINANCEIROS

OBJETIVOS e ESTRATÉGIAS

OBJETIVOS

O QUE A EMPRESA
PROCURA ATINGIR

O QUE QUEREMOS?

ESTRATÉGIAS

É A AÇÃO
NECESSÁRIA PARA
ALCANÇAR O
OBJETIVO

COMO?

OBJETIVOS e ESTRATÉGIAS

OBJETIVO

**Aumentar as vendas
2021**

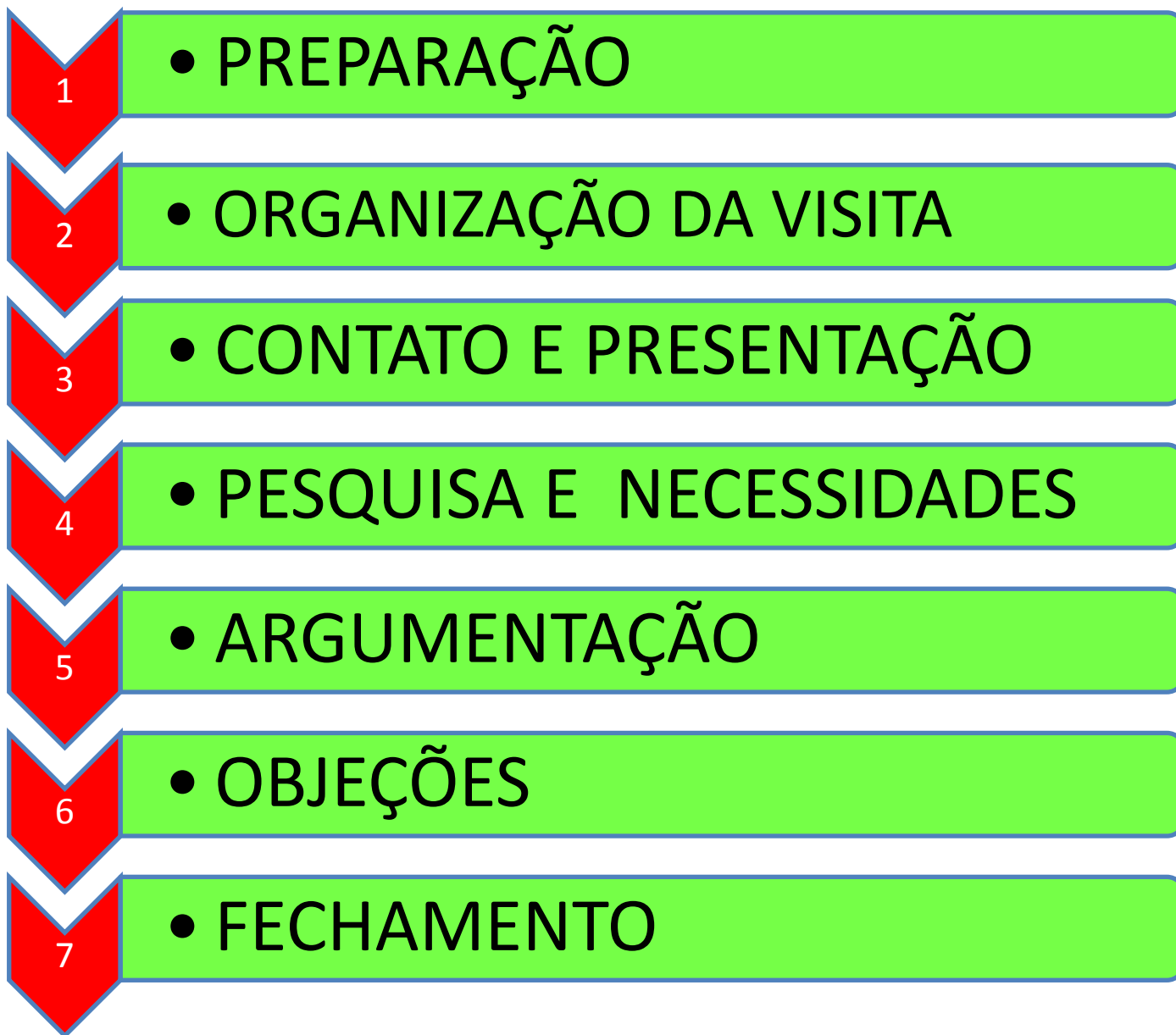
Tornar os produtos mais competitivos

ESTRATÉGIAS

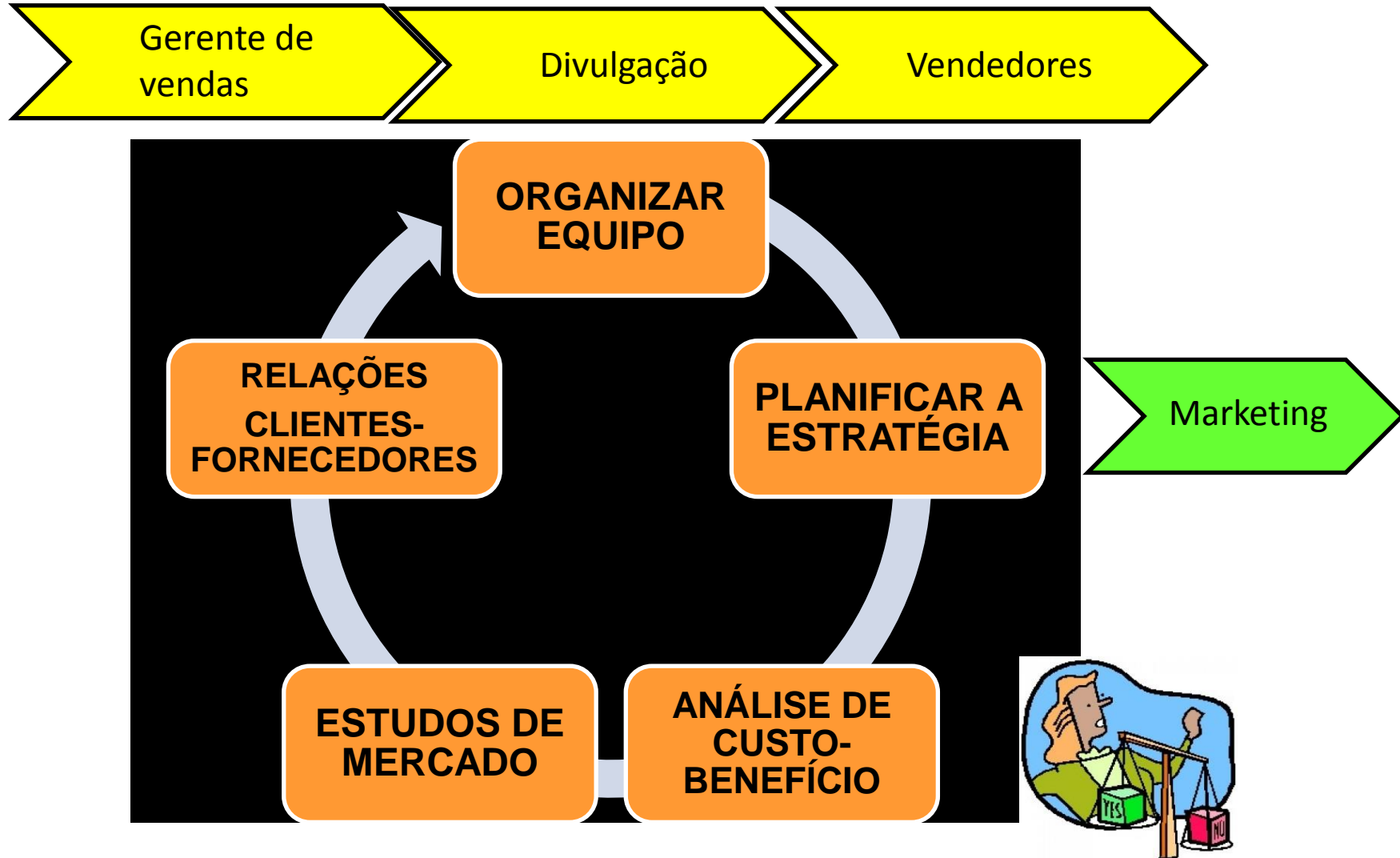
- Aumentar número de vendedores
- Ampliar a área de distribuição, atingir outras cidades
- Aumentar o número de linhas e modelos de produtos

Utilizar equipamentos de produção mais automatizados e eficientes, de forma que reduzem os custos.

ELEMENTOS DA VENDA



FUNCIONES DA ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS



GERENTE DE VENDAS vs VENDEDOR

Desenvolver pessoas

A função a realiza através de outros

É coach

Dirige e motiva aos vendedores

É líder

PLANIFICA

Desenvolver clientes

A função a realiza sozinho

É o jogador

Patrulha seu território, retém clientes, detecta necessidades, da serviço

VENDE

CARACTERÍSTICAS DO VENDEDOR

Flexibilidade

Criatividade

Organização

Auto-estima

Linguagem

- Atualiza-se,
- Pratica novas ações

- Esta criando sempre
- Respeita o concorrente
- Troca ideias

- Planeja e organiza o processo das vendas

- Sente-se realizado
- Tem orgulho da profissão

- Sabe usar a linguagem corporal

MARKETING

**MARKETING É A CIÊNCIA E A ARTE DE
EXPLORAR, CRIAR E ENTREGAR
VALOR PARA ATENDER ÀS
NECESSIDADES DE UM MERCADO-ALVO
DE LUCRO.**

Philip Kotler

MARKETING

ATIVIDADE

CONJUNTO DE INSTITUIÇÕES e PROCESSOS

CRIAR, COMUNICAR, ENTREGAR e ALTERAR AS as OFERTAS

CONSUMIDORES, CLIENTES, ASSOCIADOS e

SOCIEDADES EM GERAL

American Marketing Association

HISTÓRICO

1450
1900

- Gutemberg-imprensa
- Revista, medio de comunicação. Filadelfia
- Pôsters

1920-
1949

- Publicidade na rádio
- 55,2% tem rádio nos Estados Unidos
- Publicidade na TV (50%). Primeiro anuncio: relógio Bulova
- + 50% de casas tinham telefone nos Estados Unidos da América

1950-
1972

- Ingressos de publicidade TV supera anuncios em rádios e revistas.
- Telemarketing toma força –contato direto com o comprador
- Marketing nasce e cresce

HISTÓRICO

1973-

1994

- Martin Cooper, Motorola, usa celular pela primeira vez
- - IBM, computador. - Apple, Macintosh.
- Tecnologia 2G. - Spam comercial

1995-

2012

- Buscadores Yahoo! Altavista. - Google e MSN.
- Blogging. - LinkedIn - MySpace e Facebook
- Twitter. - Inbound marketing.

2013-

Atual

- Instagram - Youtube
- Mark Zuckerberg - Whatsapp
- TikTok

TIPOS DE MARKETING

MARKETING DIGITAL



- Facebook
- YouTube
- Whatsapp
- Instragram
- QZone
- E-mail
- LinkedIn
- Skype
- outros

TIPOS DE MARKETING

MARKETING TRADICIONAL



TIPOS DE MARKETING

MARKETING DIRETO



CTA: Call to Action

TIPOS DE MARKETING

MARKETING de RELACIONAMENTO



Diclofenaco de sódio
revestido



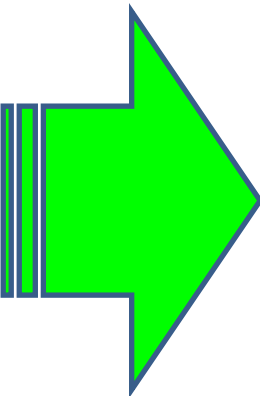
TIPOS DE MARKETING

MARKETING de GUERRILHA



TIPOS DE MARKETING

MARKETING VERDE



TIPOS DE MARKETING

MARKETING INSTITUCIONAL



TIPOS DE MARKETING

MARKETING SOCIAL



Dove pela Autoestima

TIPOS DE MARKETING

MARKETING de CONTEÚDO



TIPOS DE MARKETING

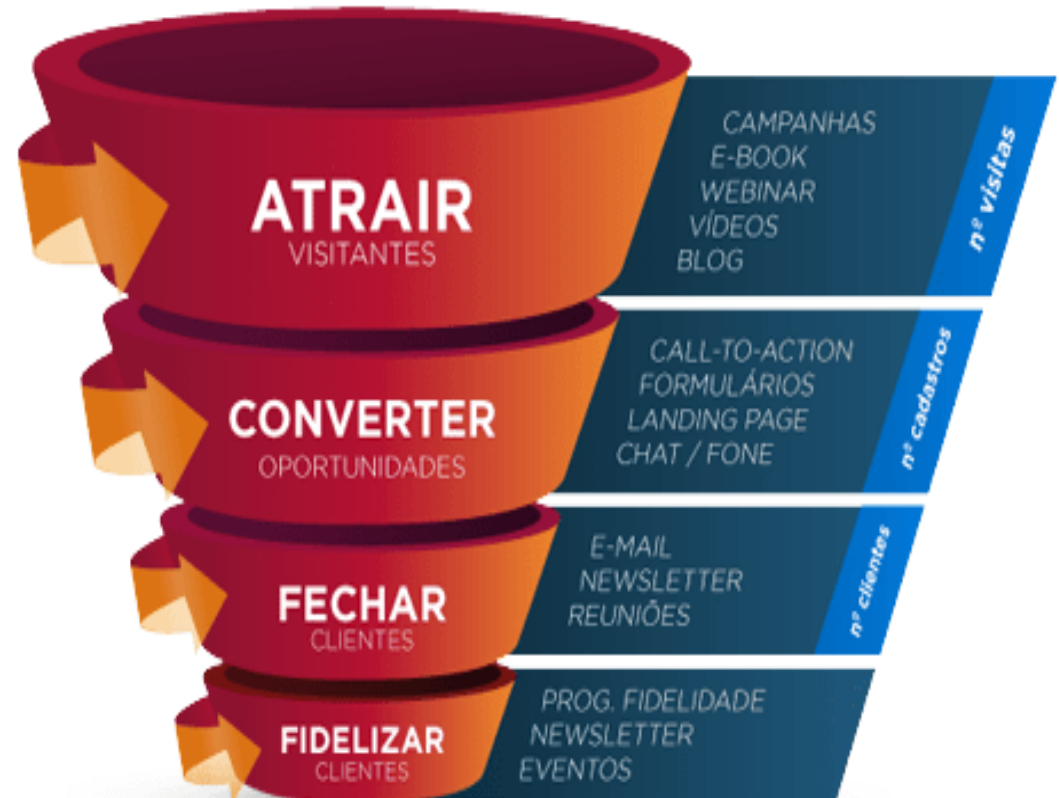
INBOUND MARKETING

ATRAIR

CONVERTER

ENCANTAR

CLIENTES



TIPOS DE MARKETING

OUTBOUND MARKETING

INTEGRATE

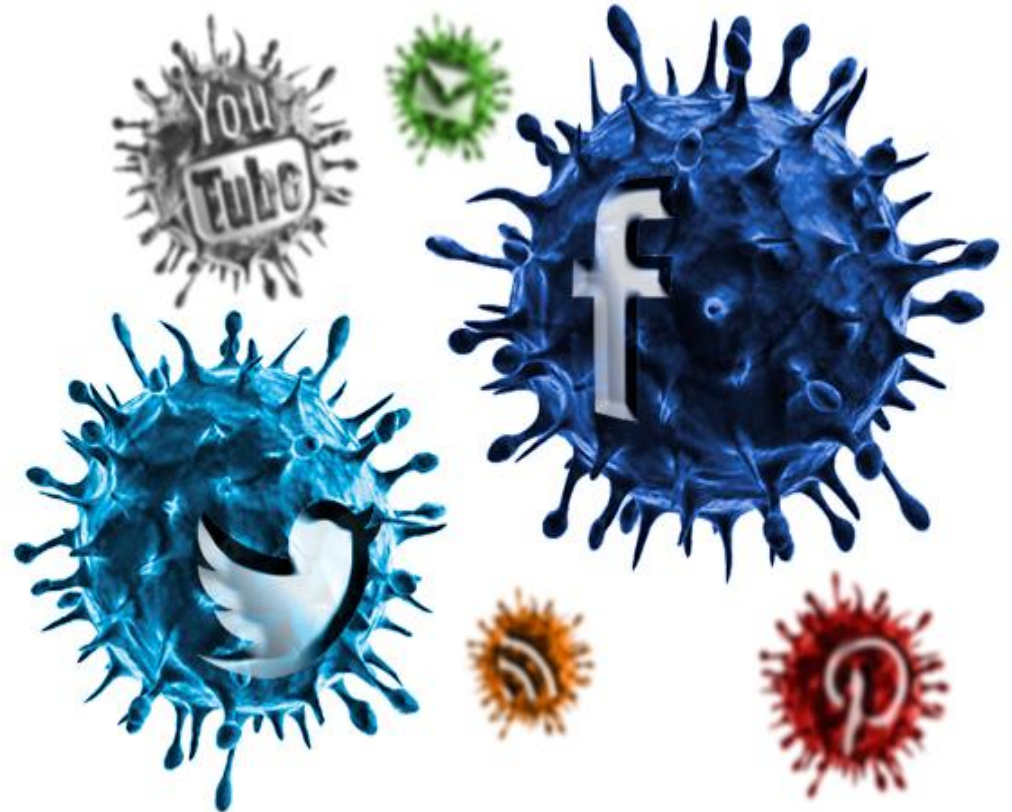


TIPOS DE MARKETING

MARKETING VIRAL



**PROPAGAÇÃO RÁPIDA
GRANDE ESCALA**



TIPOS DE MARKETING

VIDEO MARKETING

**ASSISTIR VÍDEO
Aumenta a chance
De compra**

O PODER DOS VÍDEOS

Até 2021, vídeos online serão responsáveis por



Em uma pesquisa realizada pela HubSpot em 2018,



40%

dos consumidores em todo mundo afirmam que já compraram produtos que descobririam no YouTube.³



81%
das empresas

usam vídeos como ferramenta de marketing.⁴



99%
dessas empresas

afirmam que vão continuar apostando em vídeo marketing.⁵



85%
dos negócios apontam os vídeos online como parte importante de suas estratégias de marketing.⁶



88%
dos profissionais de marketing estão satisfeitos com o ROI das estratégias de vídeo marketing nas redes sociais.⁷

Estratégias de conteúdo em vídeo geram até

66%
mais leads qualificados por ano.⁸



Profissionais de marketing que usam vídeo em suas estratégias alcançam um

54%
crescimento de no brand awareness.⁹



81%
das empresas que apostam em vídeos verificaram aumento nas vendas e

53%
apontaram redução nas chamadas de suporte.¹⁰



¹ Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017-2022.

² HubSpot Content Trends Survey, Q3 2018

³ Google/Jisco, Global 2018

^{4,5,6} The State of Video Marketing 2018

⁷ 2018 State of Social Video: Marketer Trends, Animoto

^{8,9} Understanding the Expanding Benefits of Marketing with Video, Aberdeen Group

¹⁰ 2017 State of Video Marketing, Wyzowl

DEPARTAMENTOS DE MARKETING NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

ASSESSORIA MÉDICA

**ASSESSORIA DE
PROPAGANDA**

**ASSESSORIA DE
PESQUISA DE MERCADO**

MARKETING NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

**AÇÃO DIRETA PARA OS
MÉDICOS**

**AÇÃO DIRETA PRA
CONSUMIDOR**

**AÇÃO INDIRETA DE
MARKETING**

**AÇÃO DE CULTURA DE
MEDICALIZAÇÃO**

PROPAGANDA NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

**INSTRUMENTOS PROMOCIONAIS
VENDA PESSOAL**

**CONSTRUÇÃO DE LEALDADE À
MARCA**

NO PROCESSO DE COMPRA

REFERÊNCIAS

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. Definição de Marketing. 2017.

Disponível em: <https://www.ama.org/AboutAMA/.../Definition-of-Marketing.aspx>.

Acesso em: 02 fev. 2018.

NASCIMENTO, Álvaro. Propaganda de medicamentos: como conciliar uso racional e a permanente necessidade de expandir mercado?. Trab. educ. saúde. 2007, vol.5, n.2, pp. 189-250.

BRASIL. LEI Nº 9.787, DE 10 DE FEVEREIRO DE 1999. Disponível em:

<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1999/lei-9787-10-fevereiro-1999-351613normaatualizada-pl.html>.

Acesso em: 26 set. 2020.

CHURCHILL, Gilbert; PETER, Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

RABELLO, Elaine Teixeira and CAMARGO JUNIOR, Kenneth Rochel de. Propagandas de medicamentos: a saúde como produto de consumo. Interface (Botucatu). 2012, vol.16, n.41, pp. 557-567.

BACHA, Maria de Lourdes. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: CenaUn, 1998.



**OBRIGADA
PELA
ATENÇÃO !!**