

# Gestão de Empresas de Projeto



# Processo Comercial

O Processo comercial de uma empresa de projeto é o principal responsável pela captação de novos clientes e, também, pela manutenção da carteira de clientes existente.

CUSTOMER  
ANALYSIS  
ADVERTISING  
MARKET  
SALES  
PROMOTION  
PRICE  
INTERNET  
TARGET



Fornecedores/ parceiros estratégicos

Mercado

Apetite de Vendas

Inovação

Plano estratégico

Comunicação

Abordagens venda: onde e como?



Competidores

Clientes

Relacionamento

Produtos

Preços

Plano de Marketing



As empresas mais bem sucedidas atualmente têm algo em comum: são voltadas aos clientes e possuem estruturas de marketing extremamente fortes



Estas empresa motivam todas as pessoas da organização à consolidar relacionamentos duradouros com os clientes a partir da criação de valor.

E o que é Marketing?

*Marketing é a gestão de relacionamentos lucrativos com os clientes  
Kotler, 2015*

<https://www.youtube.com/watch?v=SAJyyl5jTpo>

CUSTOMER  
ANALYSIS  
ADVERTISING  
MARKET  
SALES  
PROMOTION  
PRICE  
INTERNET  
TARGET



Entender o Mercado, necessidades e desejos dos clientes

Pesquisar o mercado e clientes

Administrar informações de marketing e dados dos clientes

Elaborar uma estratégia de marketing orientada para o cliente

Selecionar Clientes : segmentação de Mercado e Definição do Alvo de Marketing

Determinar a proposição de Valor, diferenciação e posicionamento

Desenvolver um Programa de Marketing Integrado que entregue valor superior por meio dos produtos/ serviços

Concepção do Produto/ Serviço  
Construir uma Marca Forte

Determinação de Preço

Distribuição

Promoção: comunicar a proposição de Valor

Construir Relacionamentos construtivos e encantar o cliente

Gestão de Relacionamento com Clientes

Gestão de Relacionamento com Parceiros

Capturar Valor dos Clientes para gerar lucro

Satisfazer os Clientes de modo a criar uma relação de fidelidade

Aumentar a participação de mercado ao longo do tempo

# Orientação para **VENDAS** ou para **MARKETING**



Kotler, 2015

- 1) *O segmento de projetos, em geral, atua com uma visão mais voltada à vendas ou uma visão voltada ao Marketing?*
- 2) *Quais as facilidades e barreiras da aplicação da visão de Marketing por parte das empresas projetistas?*
- 3) *Em geral, quais são as necessidades que sua empresa ou até mesmo vocês, enquanto profissionais, identificam e não são atendidos por meio dos serviços oferecidos pelas empresas de projeto. Nesse exercício o aluno deve colocar-se no lugar de cliente das empresas projetistas.*

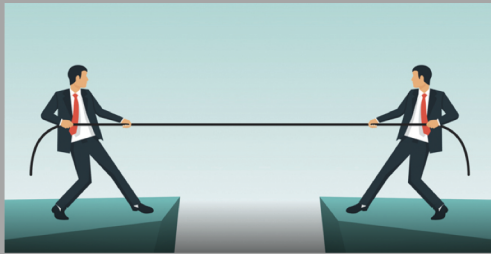
# Algumas perguntas FUNDAMENTAIS na concepção de um novo produto ou serviço....



A minha ideia é coerente com as demandas/ necessidades/ lacunas do mercado?  
Ou ...



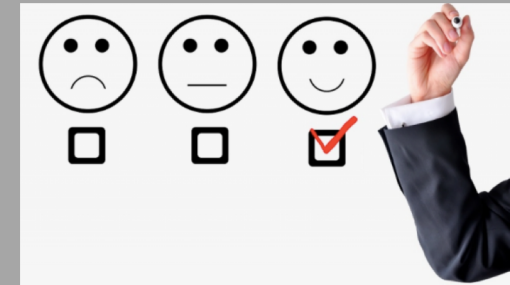
O que o mercado precisa?



Quem são os meus competidores e como posso me diferenciar deles?



Quem são os meus clientes, onde estão e como pensam?????



Como produzir?



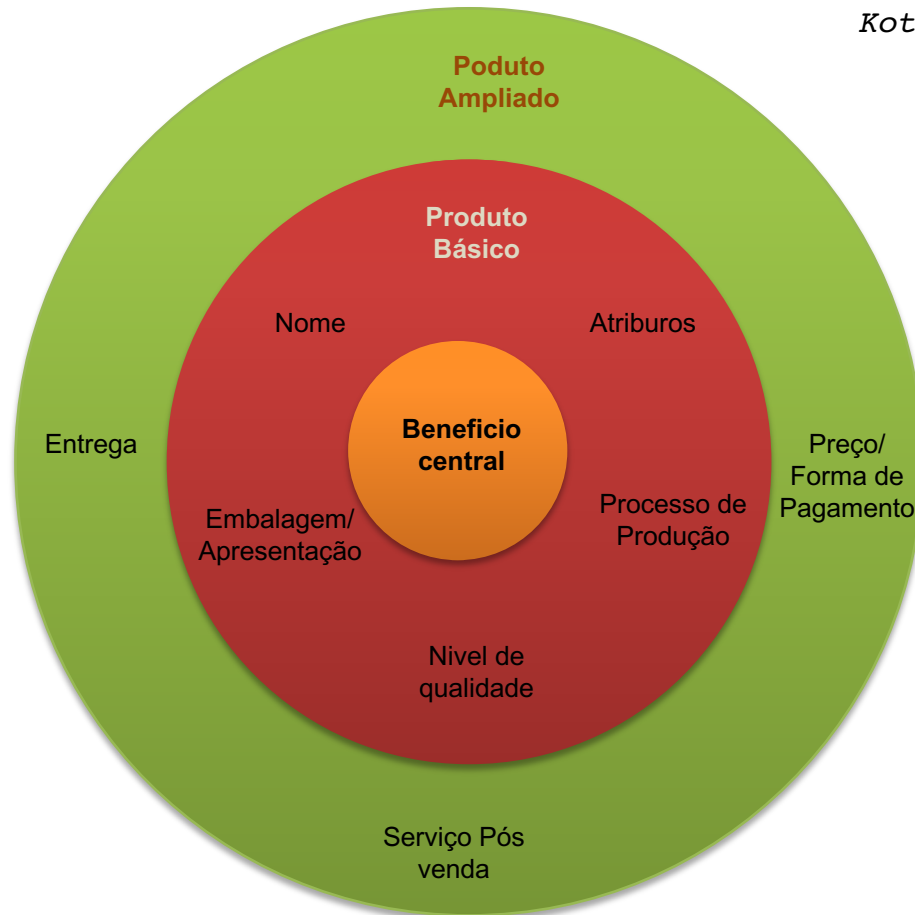
# Mas afinal..... O que é um um PRODUTO ou SERVIÇO ??????



Qualquer coisa que pode ser oferecida à um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode (ou deve...) satisfazer um desejo ou uma necessidade.

*Kotler, 2015*

*Três níveis do produto  
Kotler, 2015*



# O quê????

A minha ideia é coerente com as demandas/ necessidades/ lacunas do mercado?



Você precisa definir sua proposta de valor que consiste em responder as seguintes questões:

- O que eu estou vendendo?
- Quem vai comprar ou me contratar ?
- Por que vai comprar ou me contratar? Qual o problema/ demanda/ necessidade do meu cliente resolverei?
- Como você pode se diferenciar dos seu competidores?
- Porque seus clientes voltariam a contratar este serviço?

Como? Value proposition!!!!





# Por que? Mercado

O que o mercado precisa?



Você precisa definir o seu mercado respondendo as seguintes questões:

- Qual é o mercado??
- Qual o tamanho deste mercado?
- Quais são as características e tendências deste mercado?

Como?.....Pesquisa de Mercado  
**Survey com potenciais clientes**

**OU**

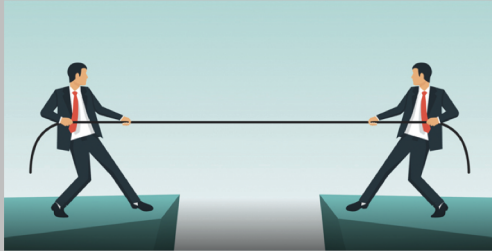
**Conversa com potenciais clientes**

**E**

**Espionar seus competidores através da Web**



# Por que? Competidores



Quem são os meus competidores e como posso me diferenciar deles?

Para avaliar os seus competidores você precisa se colocar no lugar do cliente e responder as seguintes questões:

- Quem são os meus competidores?
- Qual o valor do serviço/ produto oferecido pelo meu competidor?
- Em qual aspecto o competidor é realmente bom? (preço, rapidez, qualidade, expertise???)
- Se eu fosse o seu cliente, o contrataria novamente?
- Como você se sente como cliente desta empresa?

Como?

**Se colocando no lugar do Cliente**

**E**

**Conversa com potenciais clientes**

# Por que? Clientes

Quem são os meus clientes,  
onde estão e como  
pensam?????



Para conhecer os seus clientes você deve responder as seguintes questões:

- Quem são? e para cada um deles?
  - Quais são os seus problemas ?
  - O que os frustra?
  - Qual é o core do negócio do meu cliente?
  - O que ele deseja terceirizar ou contratar?
  - Se eles precisam gerar mais valor para os seus clientes , quais recursos, informações ele precisará?
  - Onde ele atua?
  - Quais são as suas diretrizes estratégicas?

Como?

**Conversa com potenciais clientes**

# COMO? Produzir



Como produzir?

- Estrutura Física?
- Pessoas?
- Conhecimento?
- Tecnologia?
- Aspectos Legais?
- Investimentos?
- Vendas?
- Novo Processo?



CUSTOMER  
ANALYSIS  
ADVERTISING  
MARKET  
SALES  
PROMOTION  
PRICE  
INTERNET  
TARGET



Como esta nova solução agregará valor na vantagem competitiva da sua empresa?



**Estratégia  
Competitiva**

