

---

# Marketing: Conceitos e Tendências

# MARKETING

## □ O que é Marketing?

**Marketing é uma Tecnociência da Ação. Visa:**

- Otimização do ciclo produção-consumo
- Entender comportamento de consumo
- Disciplina do comportamento de troca

## □ Composto de 3 Dimensões:

1. propósitos
2. método
3. meio de ação



## Propósitos

- Lucratividade
- Conquistar parcela de mercado / vendas
- Desenvolver imagem da marca
- Manter e criar clientes
- Criar novos hábitos de pensamento
- Posicionar uma instituição econômica/social

**MA**

□ **Marketi**

□ **Comp**

**1. propósitos**

**2. método**

**3. meio de ação**

## Método

- Método = Tecnologia Cognitiva
  - Forma de organização do saber
  - Método de pensamento
  - Pensar demanda Método
- Exemplos:
  - Análise de Cenários e SWOT
  - Pesquisa de mercado
  - Análise do comportamento dos clientes
  - Análise da concorrência

MA

□  
Marke

□ Com

1. propósitos

2. método

3. meio de ação

**MA**

## Meio de Ação

Ativar a demanda através da força do Marketing Mix:

Produto

Logística

Preço

Comunicação

**4 P's**

**Marke**

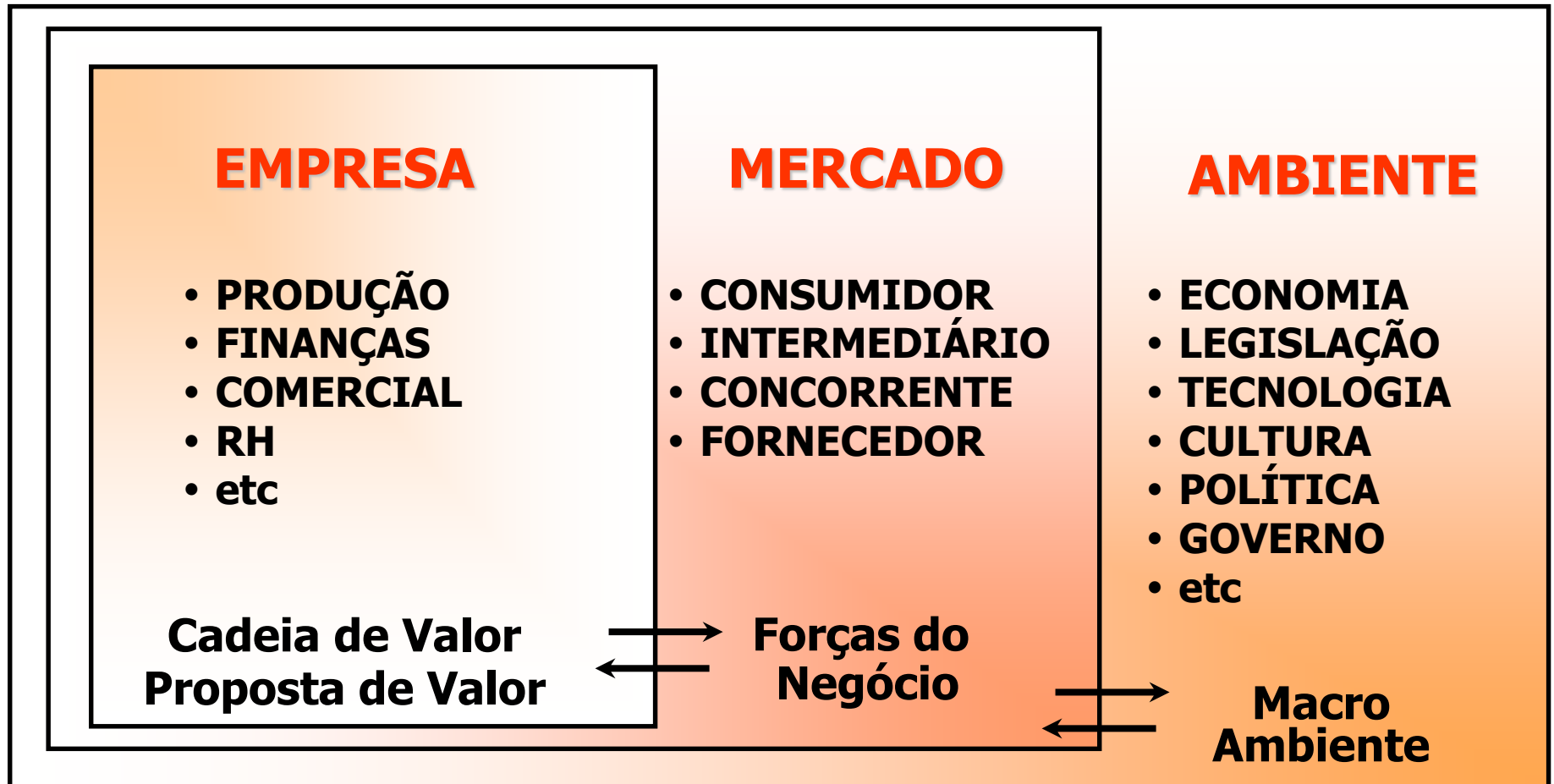
□ **Composto de 3 Dimensões:**

**1. propósitos**

**2. método**

**3. meio de ação**

# AMBIENTE DE MARKETING



# Marketing

O que é preciso para que **algo faça sucesso**? Dito de outra forma: o que é preciso para que algo (idéia, pessoa, produto) seja aceito e adotado em larga escala?

**Marketing** – “ciência” que trata daquilo que faz as pessoas “comprarem” alguma coisa.

# Marketing

A chave do marketing: **entender** o que o ser **humano valoriza**, pois é por essas coisas que ele estará disposto a pagar.

Profissional de Marketing: desenhar **proposta de valor**.

**Mensagens** são mais importantes que produtos.



# marketing

Marketing é **sobressair da média**, ser diferente.

A missão do marketing é descobrir o que tem apelo à mente.

Sem marketing toda a competição seria baseada só em preço.

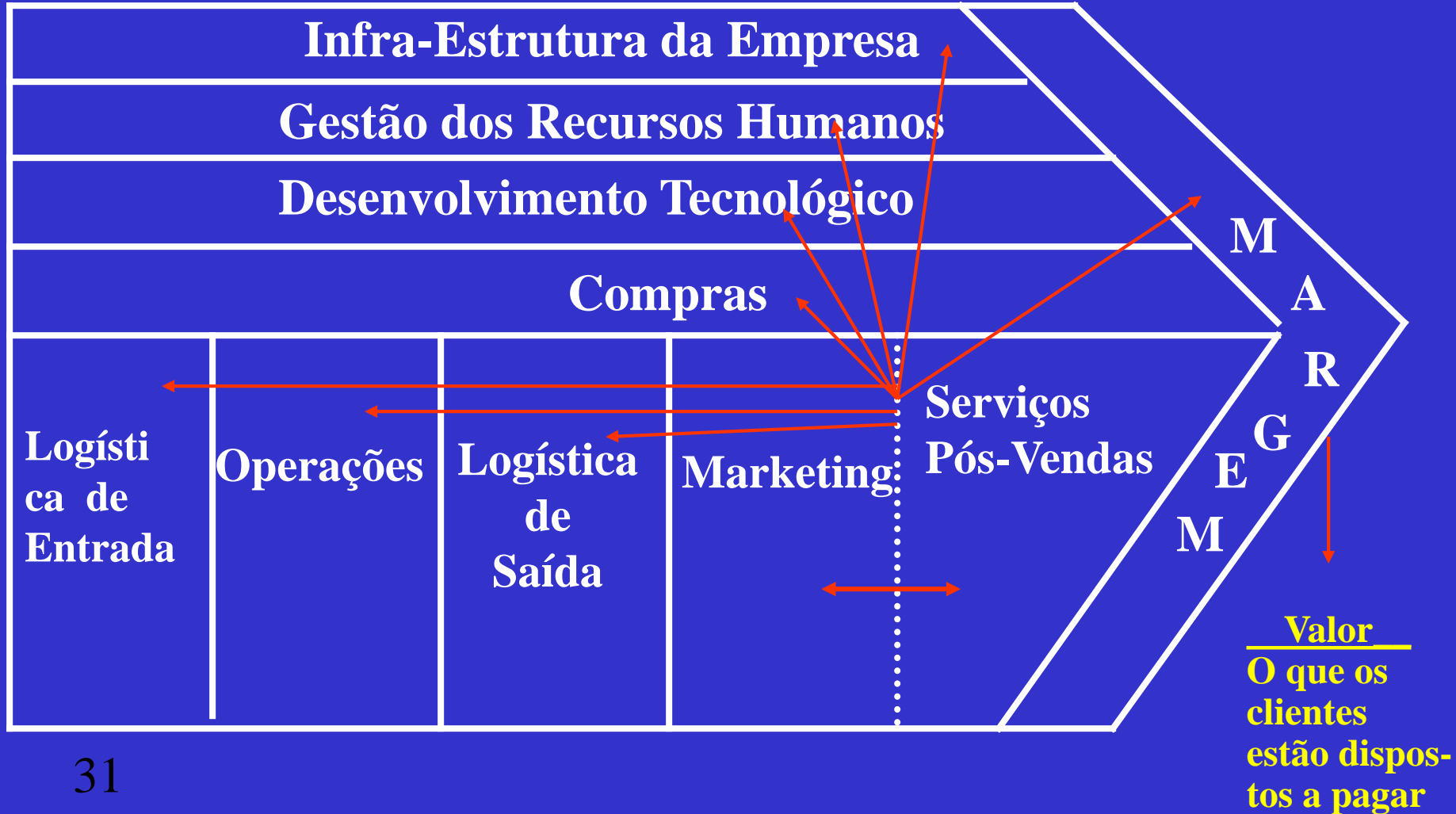
**Nada tem valor intrínseco em marketing.**

Marketing é a arte de fazer as pessoas perceberem valor em sua oferta e optarem por você.

Reputação, reciprocidade, colaboração – marketing tem tudo a ver com isso.

# Interface Marketing e a Empresa

## Cadeia de Valor Genérica



# Cadeia de Valores da Empresa

Toda empresa é uma reunião de atividades que são executadas para projetar, produzir, comercializar e sustentar seu produto/serviço.

Todas estas atividades podem ser representadas fazendo-se uso de uma cadeia de valores.



**Estratégia é a arte de criar valor para o cliente**

# Marketing no Brasil

## ▶ No Brasil

- Mercados fragmentados e dispersos
- Rodovias e Ferrovias
- A chegada através de multinacionais
- O viés da comunicação: TV, rádio

## ▶ A transformação essencial

- Surge o consumidor ativo
- Evolução do Consumidor ativo - Mulher
- Mercado potencial brasileiro

# **A teoria do Marketing**

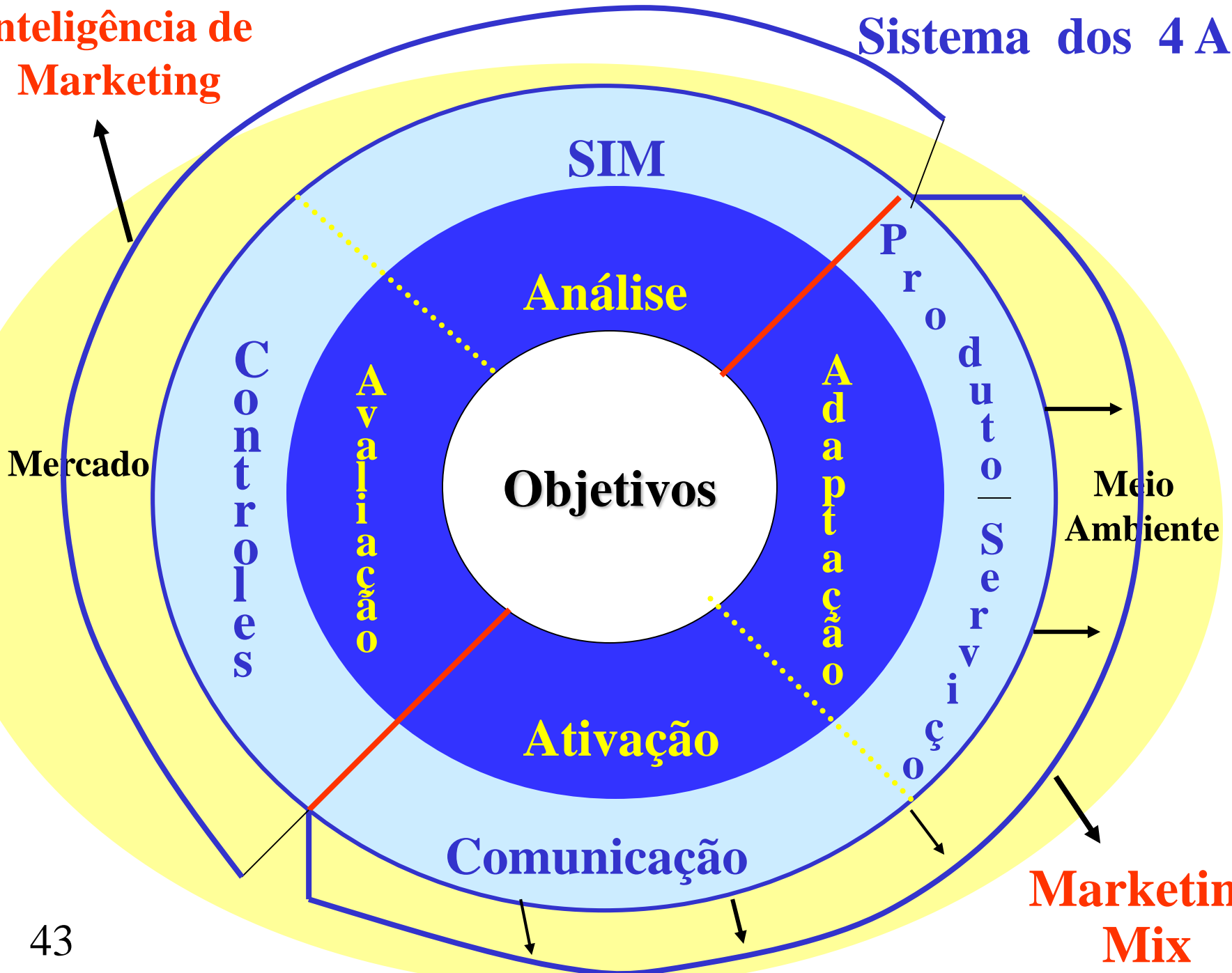
## **OS 4 As**

# Sistema dos 4 As



**Inteligência de Marketing**

**Sistema dos 4 As**

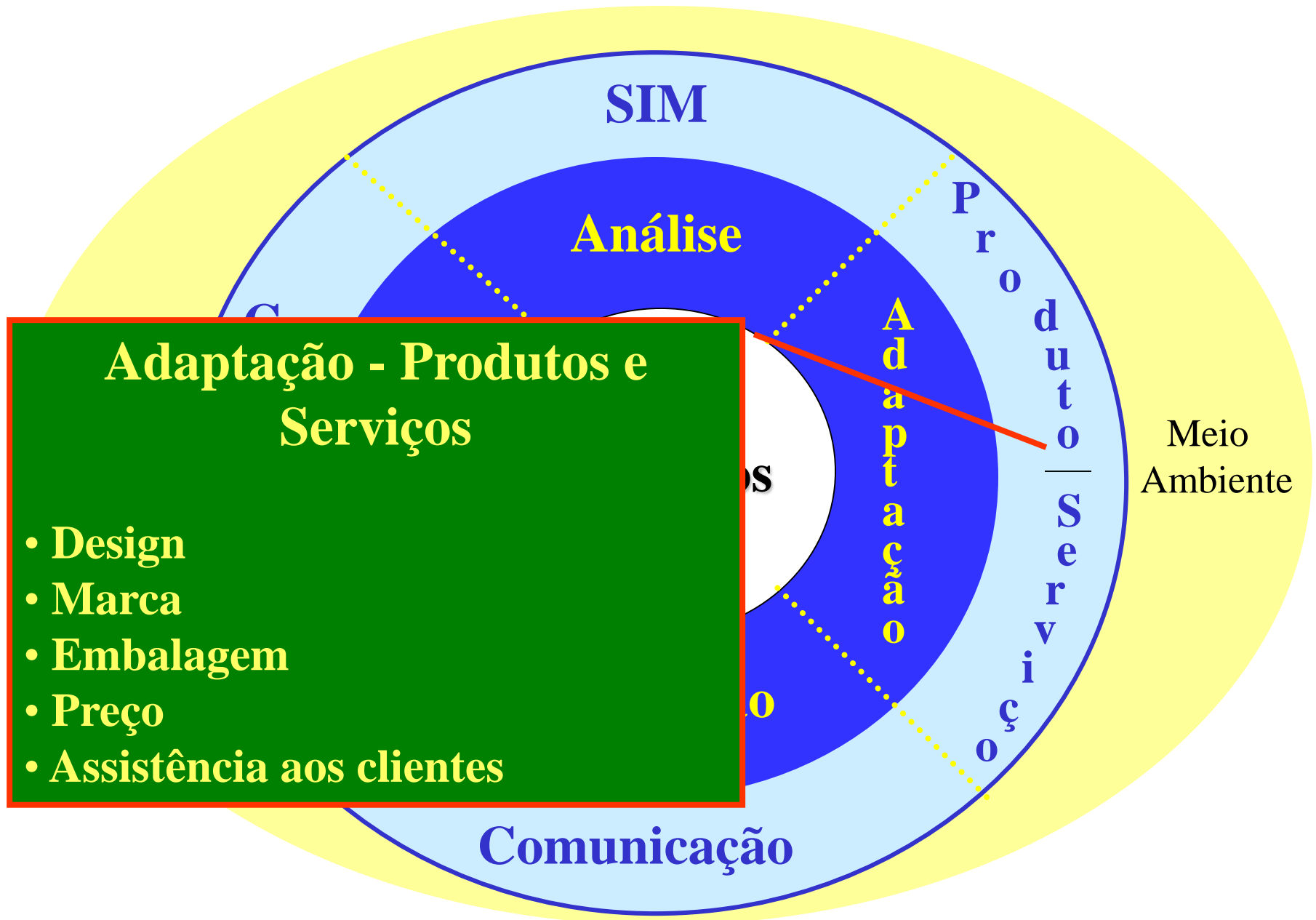


# Sistema dos 4 As





# Sistema dos 4 As



# Sistema dos 4 As

## Ativação - Comunicação

- Distribuição e Logística
- Comércio Eletrônico
- Força de Vendas
- Propaganda
- Promoção de Vendas

Mercado

Controles

Ativação

Objetivos

Adaptação

Ativação

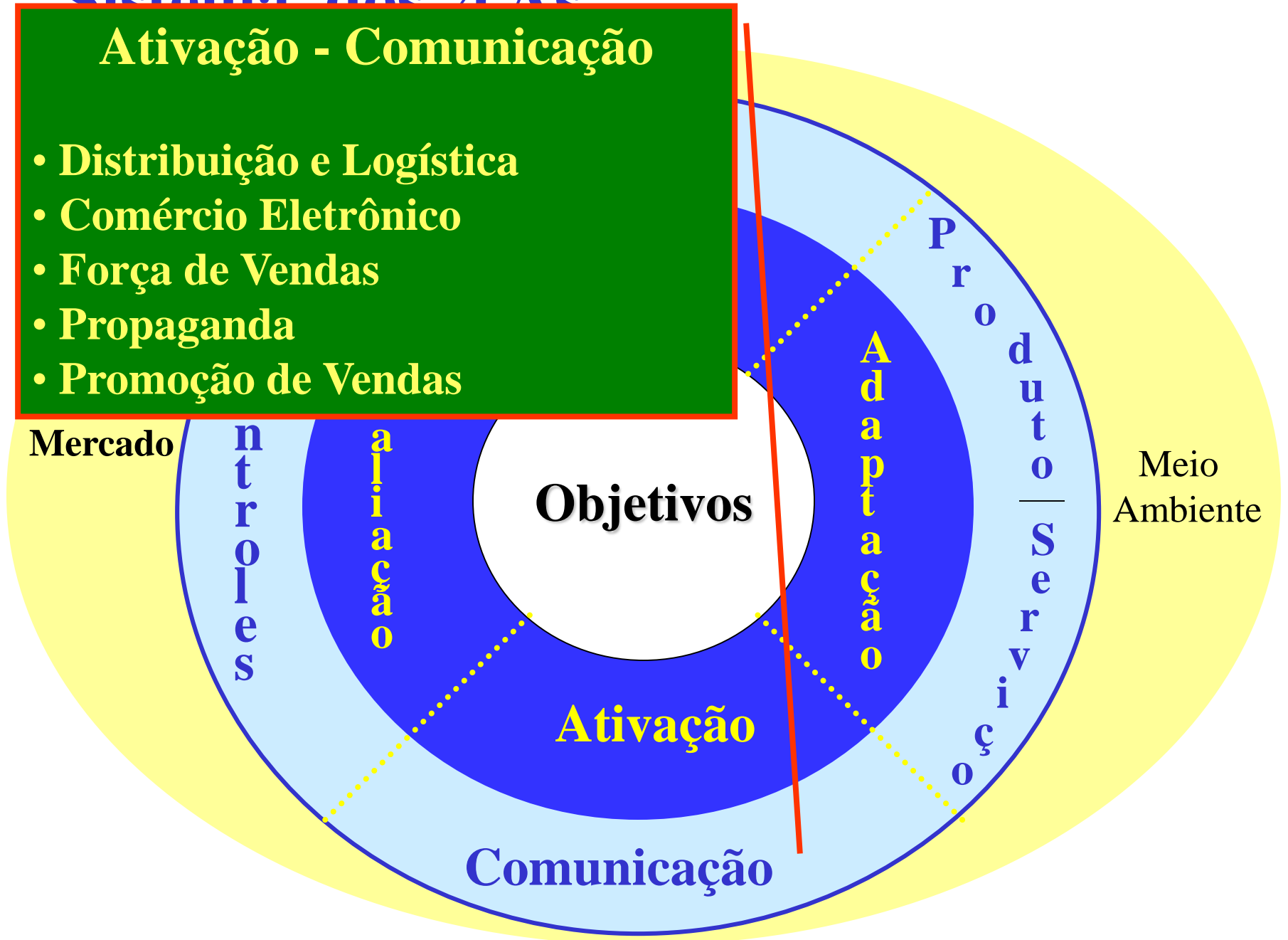
Comunicação

Produto

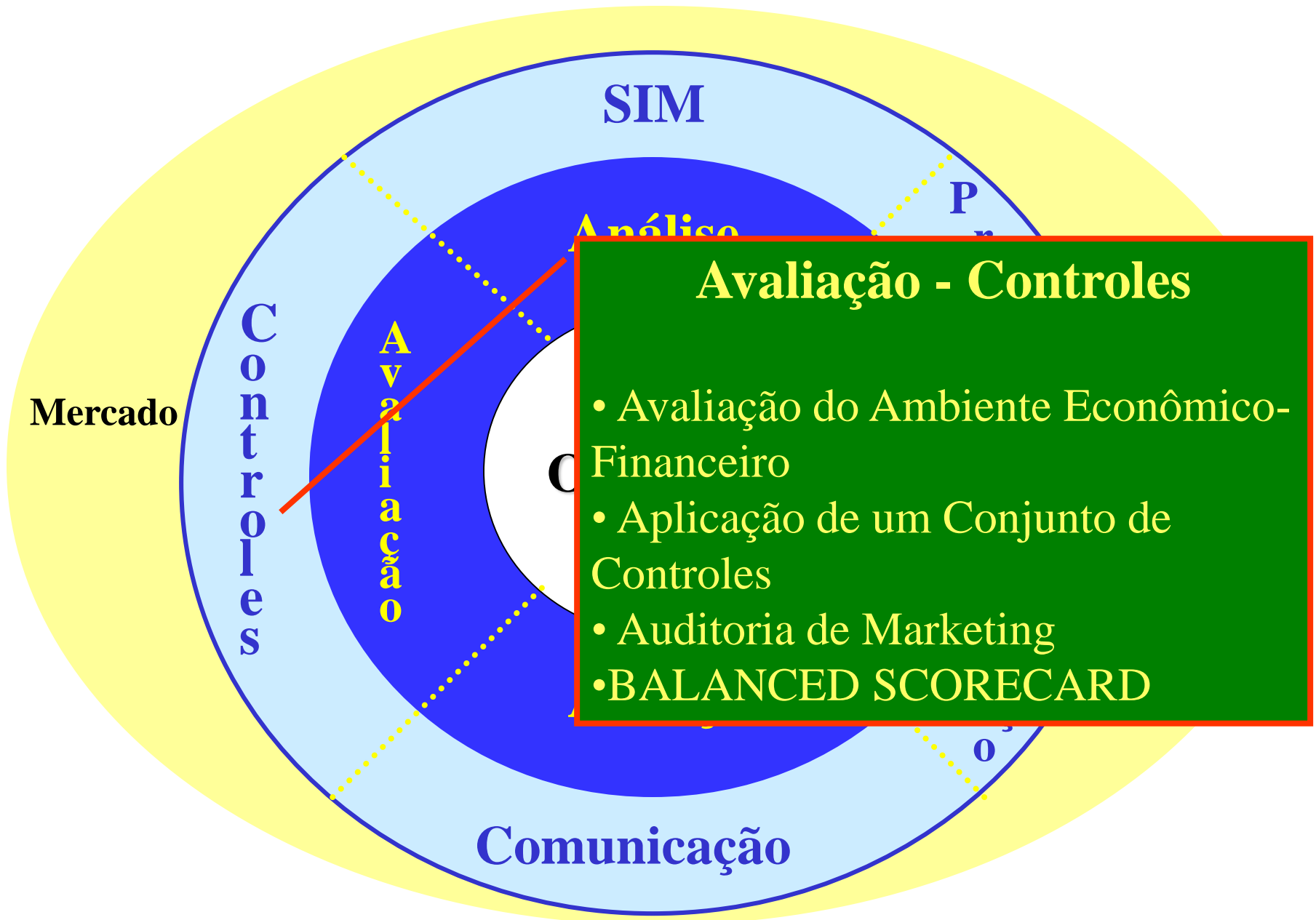
Serviço

Opções

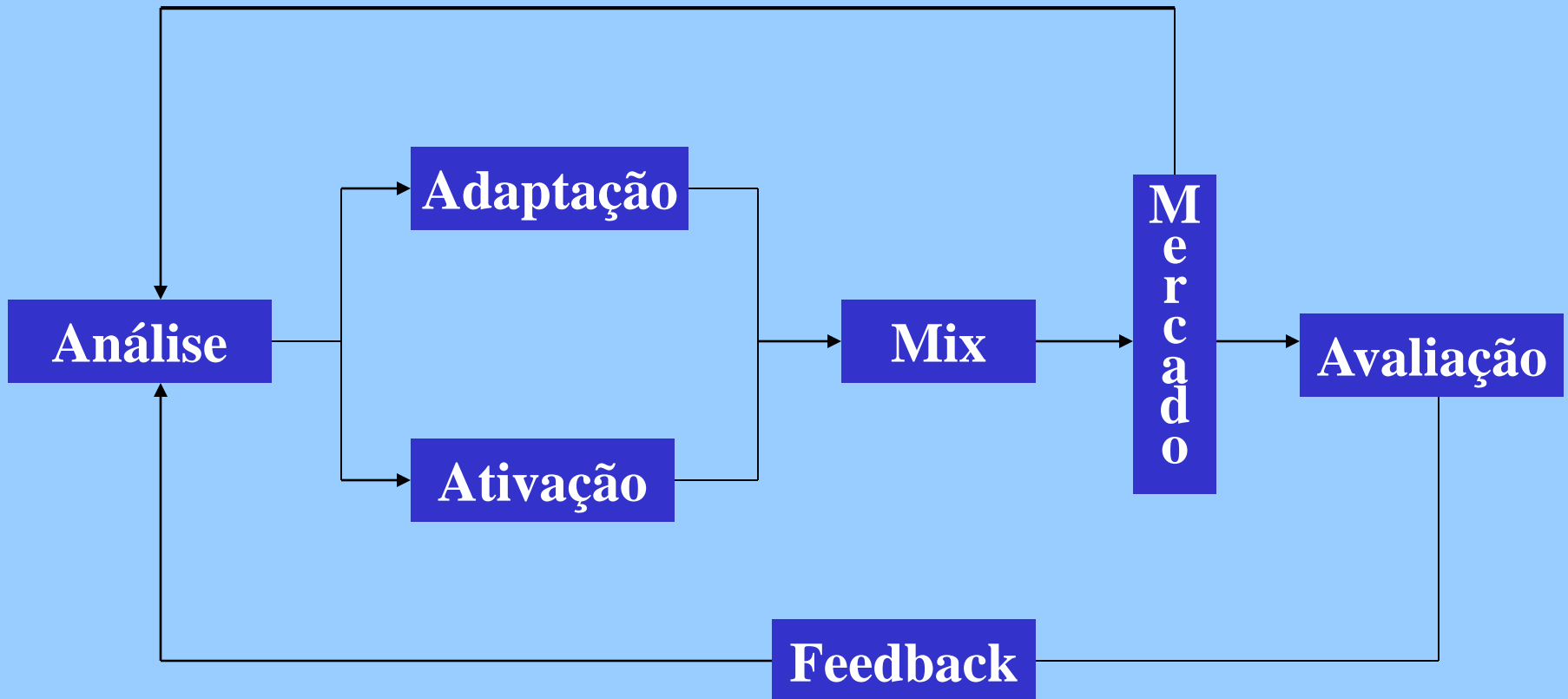
Meio Ambiente



# Sistema dos 4 As



# A visão sistêmica dos 4 As



# A visão sistêmica

Visa compreender as forças vigentes no mercado em que a empresa opera, ou pretende operar no futuro, como: economia, política, sociedade, concorrência, legislação e tecnologia.

Adaptação

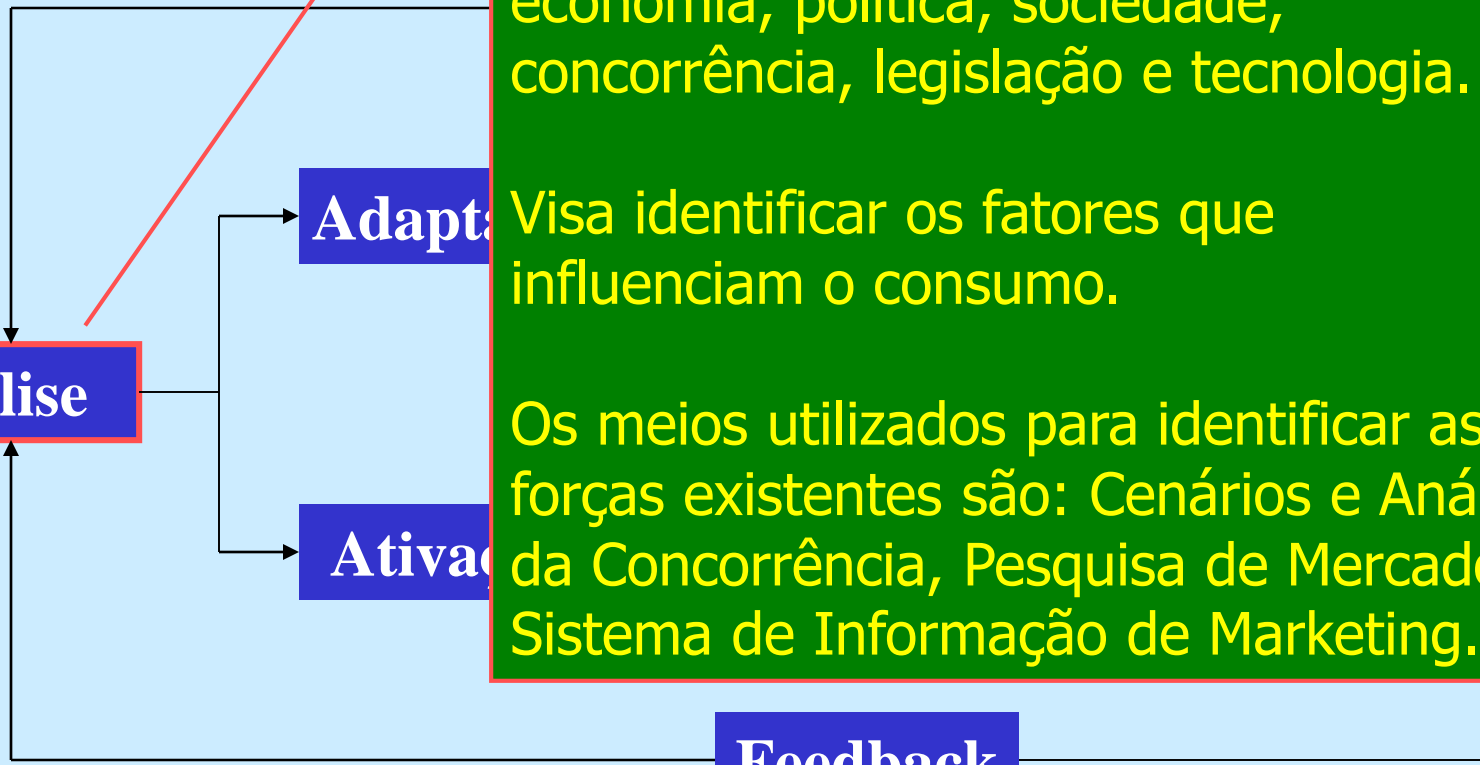
Visa identificar os fatores que influenciam o consumo.

Ativação

Os meios utilizados para identificar as forças existentes são: Cenários e Análise da Concorrência, Pesquisa de Mercado e Sistema de Informação de Marketing.

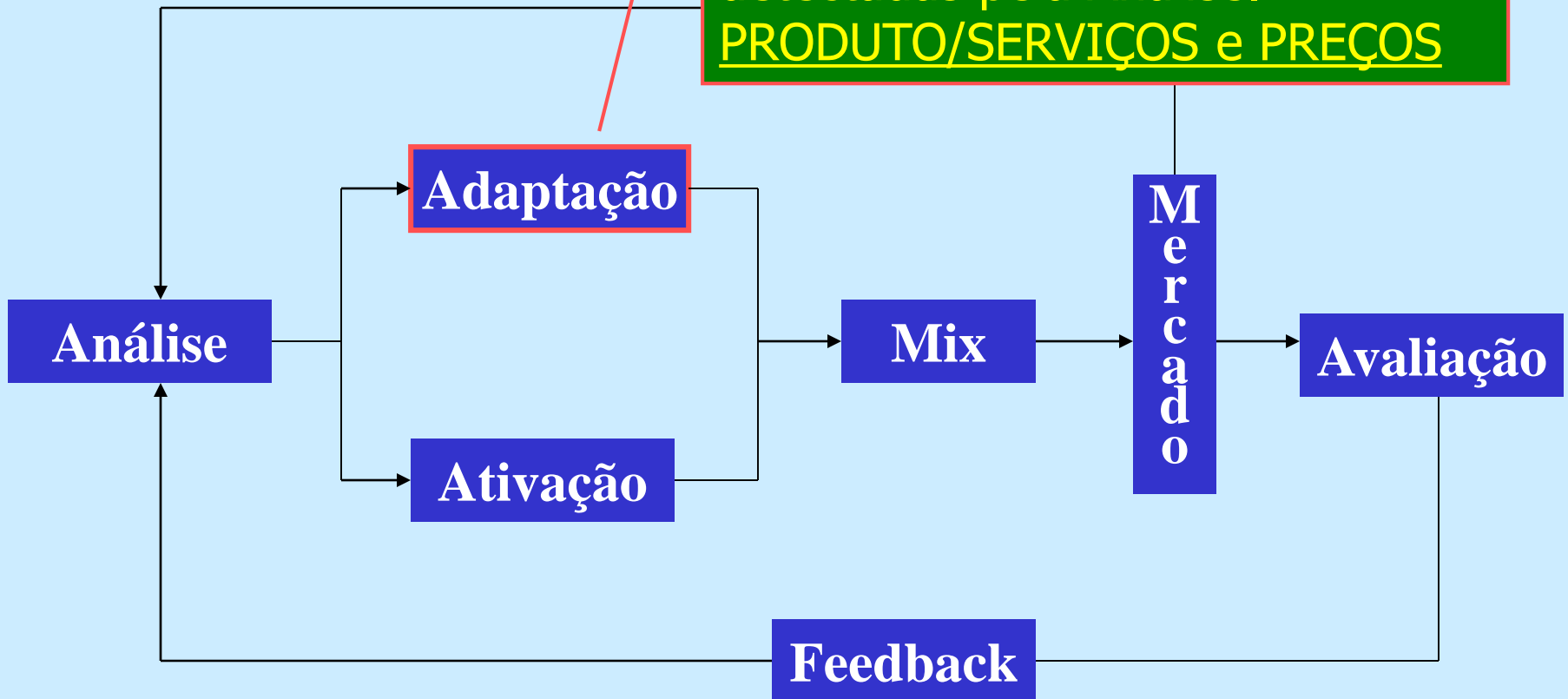
Análise

Feedback

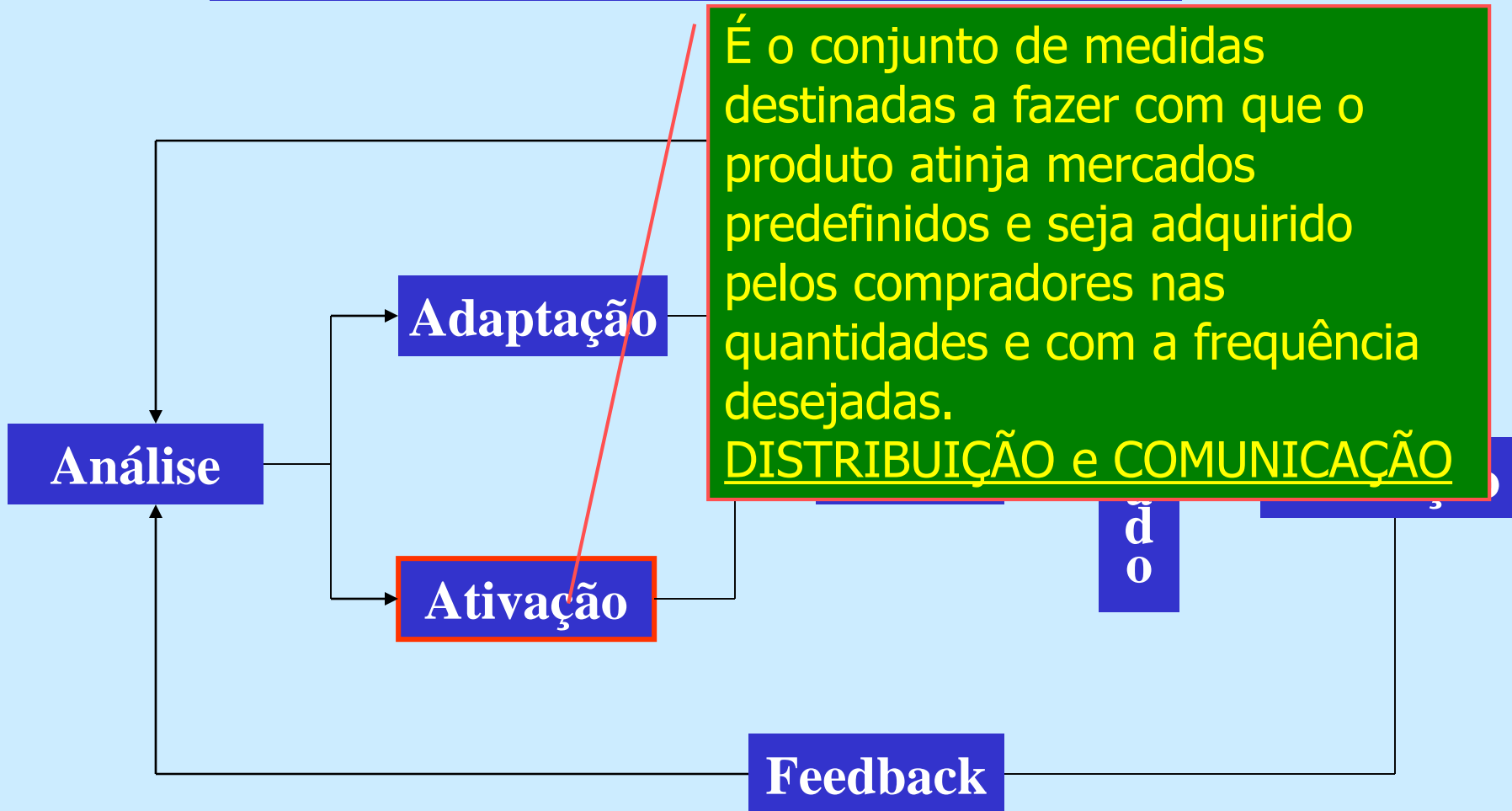


# A visão sistê

Visa ajustar a oferta da empresa - as suas linhas de produtos e/ou serviços - às forças externas detectadas pela Análise.  
PRODUTO/SERVIÇOS e PREÇOS



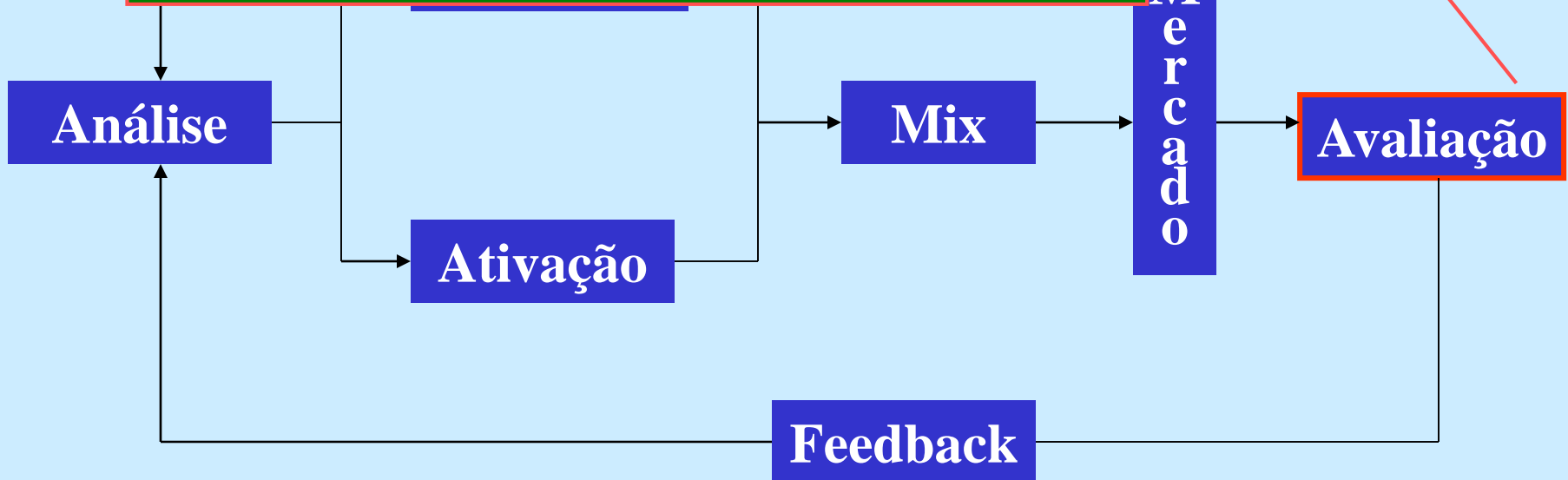
# A visão sistêmica dos 4 As



É o conjunto de medidas destinadas a fazer com que o produto atinja mercados predefinidos e seja adquirido pelos compradores nas quantidades e com a frequência desejadas.  
DISTRIBUIÇÃO e COMUNICAÇÃO

# A visão sistêmica dos 4 As

Propõe-se a exercer controles regulares e esporádicos sobre os processos de comercialização e a interpretar seus resultados para realimentar o sistema com dados atualizados, a fim de permitir um ajuste nos futuros processos de marketing.

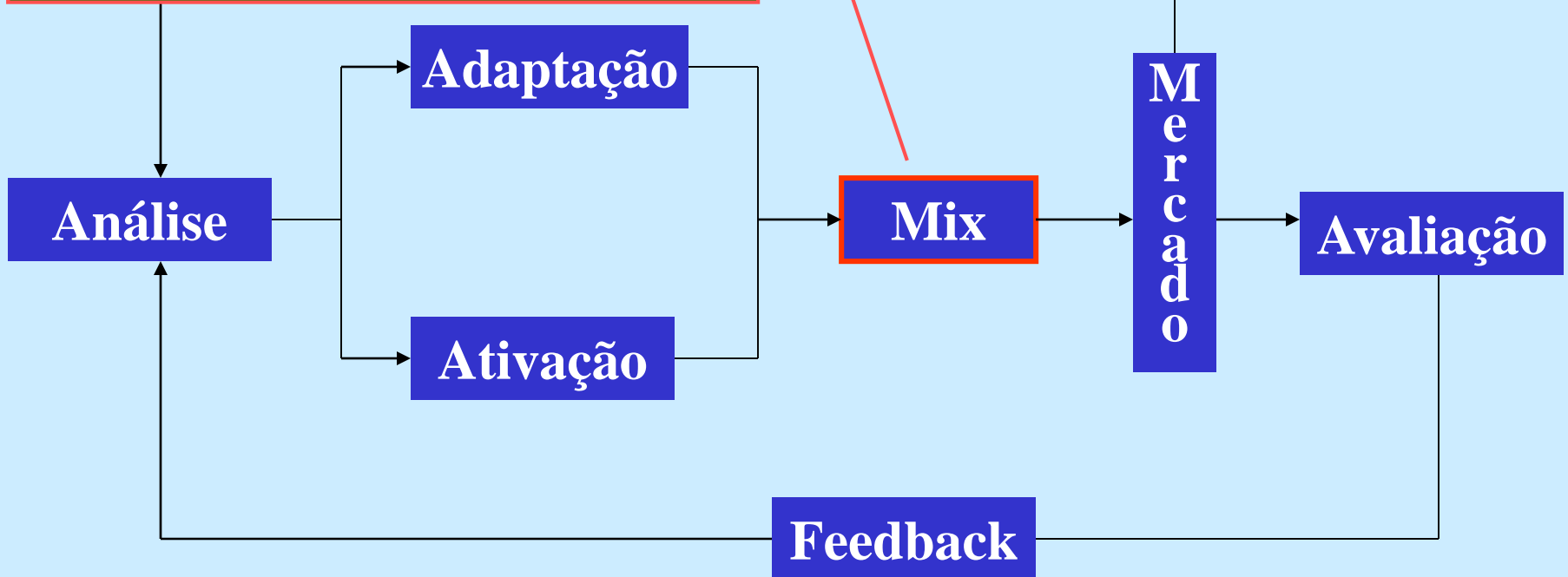




# A visão sistêmica dos 4 As

Composto de Marketing ou  
Marketing Mix

Exemplo: Margarina Qualy



**Conjunto de Atividades**

# Mix de Marketing 4 Ps

**Estratégia**

## Produto

Variedade  
Qualidade  
Design  
Características  
Marca  
Embalagem  
Tamanhos  
Serviços  
Garantias  
Devoluções

**Mercado-alvo**

## Praça

Canais  
Cobertura  
Variedade  
Pontos-Venda  
Estoque  
Transporte

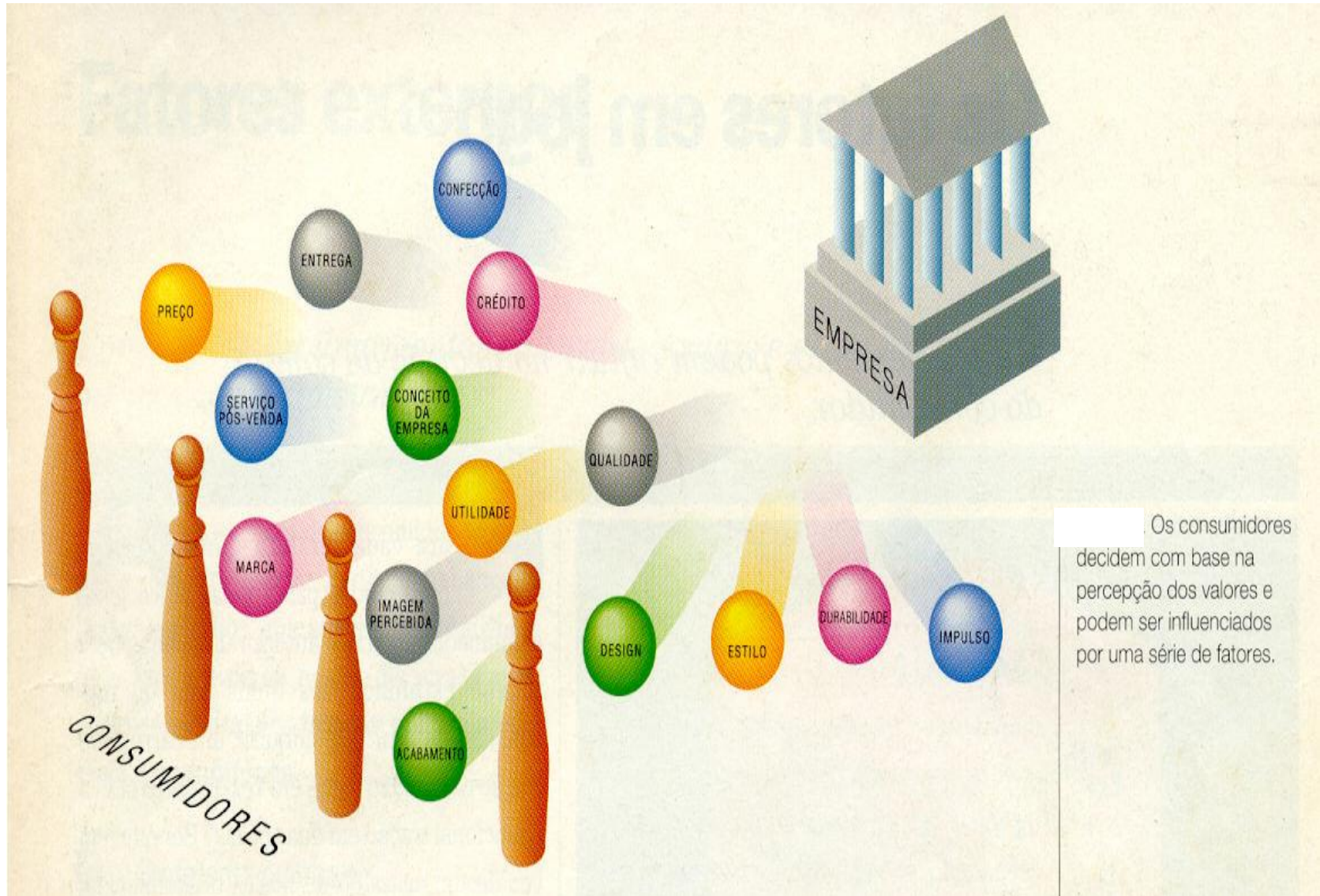
## Preço

Preço nominal  
Descontos  
Concessões  
Prazo  
Crédito

## Promoção

Prom. Vendas  
Propaganda  
Força Vendas  
Rel. públicas  
Mkt direto na Web

# Ferramentas de Marketing



Os consumidores decidem com base na percepção dos valores e podem ser influenciados por uma série de fatores.

# Tendências

---

**Para onde vai o Marketing?**

# Tendências 1

## ▶ **Revolução da comunicação**

- Novas sociabilidades
- Novos esquemas de comunicação

**Internet**

## ▶ **Ênfase na troca com o consumidor**

- Preocupação com a “fidelização”

## ▶ **Segmentações do mercado**

- Geográfica, demográfica, psicográfica, comportamental
- Transnacional, singular

# e-Commerce x e-Business

**e-Commerce =  
processos externos**

**e-Business =  
todos os processos  
de negócios**



Fonte: Giga

# Tendências 2

## ▶ Database marketing e CRM (Customer Relationship Management)

- O começo com os cartões de crédito
- Perfis de consumo
- CRM

## ▶ Interatividade

- O produtor dialoga com o consumidor
- O consumidor independente: o auto-serviço

# Tendências 3

## ▶ Personalização

- O retorno do “sob medida”
- Sincronias de estoques e demandas

## ▶ Engajamento social

- “Nós cuidamos de você”
- Marketing cultural, esportivo, social, ambiental etc.
- Responsabilidade social.
- Economia das qualidades humanas.



# Tendências 4

## ▶ Tomada de decisão

- Transformar dados em informações e conhecimentos
- Capacidade de coleta, processamento e difusão

## ▶ Oportunidade/Lucratividade

- Competitividade
- Velocidade