

Projetos e Processos

de TI

PDF 02 :: Gestão de Novos Produtos

27.02.2024
Antunes Vila Nova Neto



“Estabeleça metas para o desenvolvimento de novos produtos. Elas devem ser claras, concisas, específicas e verificáveis”.

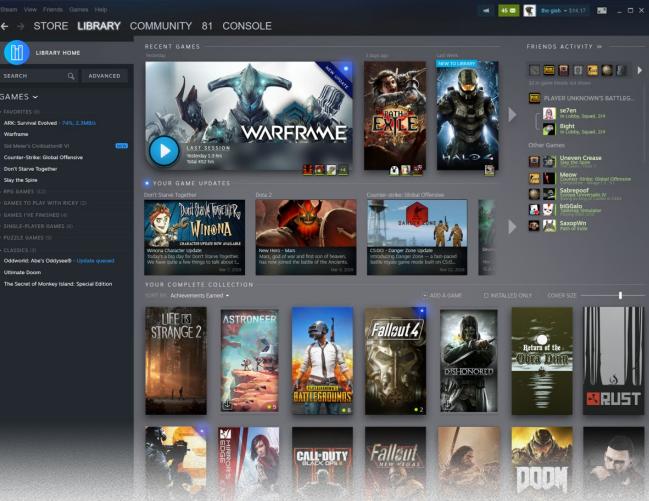
Baxter, 2008.

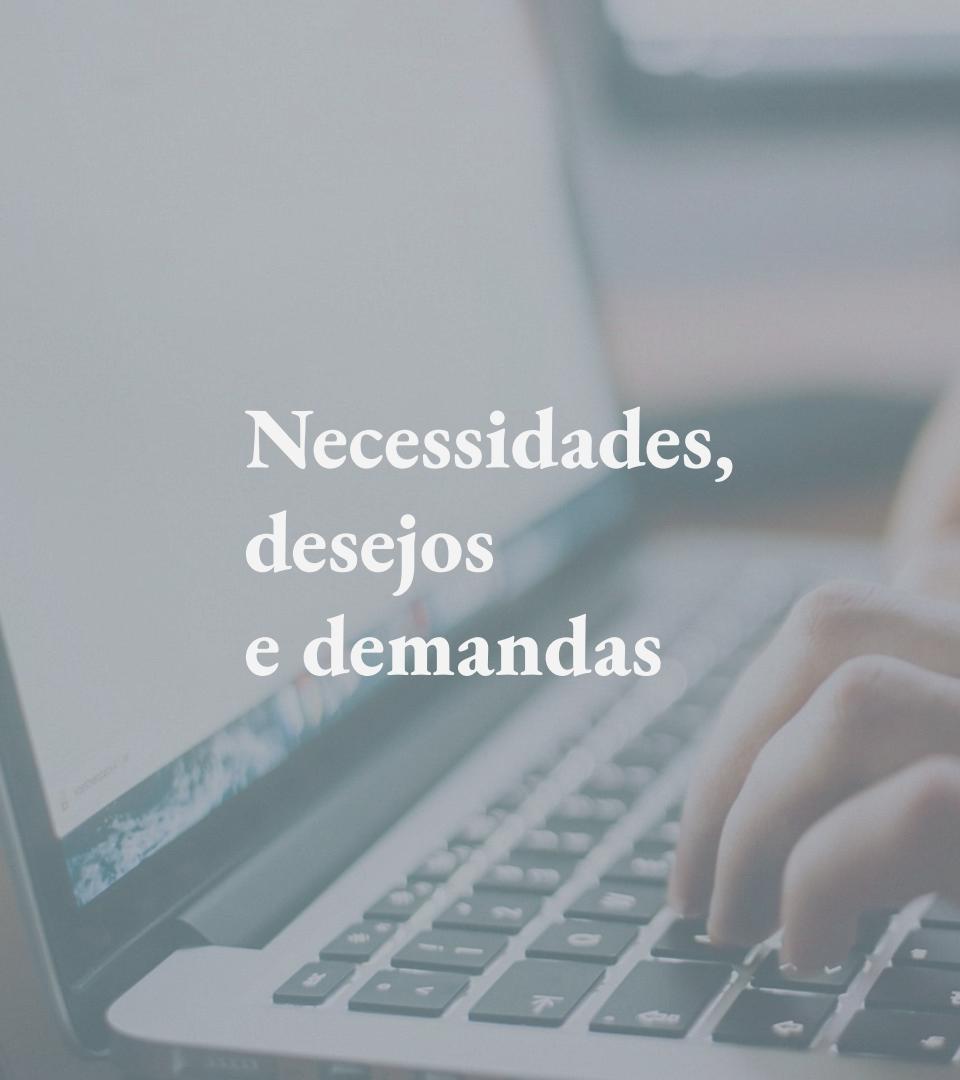


Fundamentos do Marketing

Fundamentos do Marketing

Marketing é uma ciência de causa e efeito que procura entender o mercado de forma holística, abrangendo etapas que vão “do surgimento de uma nova idéia até a elaboração de estratégias de comunicação para o lançamento de um produto ou serviço”. (SANTIAGO, 2016)





Necessidades,
desejos
e demandas



Necessidades, desejos e demandas

Necessidades são *requisitos* humanos básicos: Comida, ar, água, moradia, vestuário, lazer, entretenimento e instrução.

Desejos são objetos *idealizados* de suas necessidades. Muitas vezes desejar algo não implicar em poder ter.

Demandas “são desejos por produtos ou serviços específicos apoiados pela capacidade de comprá-los”.

O **Marketing** pode influenciar o desejo de compra de um objeto específico, entendendo com transforma uma necessidade em uma demanda para um indivíduo.

Tipos de Necessidades



Tipos de Necessidades

Necessidade declarada :: Um jogador que um jogo de aventura gratuito para celular;

Necessidade real :: o jogador quer um jogo divertido e que o entretenha;

Necessidade não declarada :: o jogador espera não ter problemas com a jogabilidade do jogo;

Necessidade de “algo mais” :: o jogador gostaria de poder jogar com seu próprio avatar;

Necessidade secreta :: o jogador quer interagir com seus amigos que curtem o mesmo tipo de jogo e ser melhor que eles no jogo;

Comprendendo as Necessidades



Compreendendo as necessidades

Os **estudos de mercado** são diferentes **ferramentas** de Marketing que procuram **dividir o mercado em segmentos** de acordo com localidade, clima, renda, cultura, população, sexo, escolaridade e idade. **Identificar** e separar o mercado em **grupos** ajuda a compreender as necessidades, desejos e hábitos de diferentes em cada grupo;

É através da organização do mercado em agrupamentos que o Marketing consegue estabelecer um público alvo para um determinado produto ou serviço. Ou ainda, ao estudar um público alvo reconhecer uma oportunidade de produtos ou serviços para este agrupamento.

Ofertas e Marcas

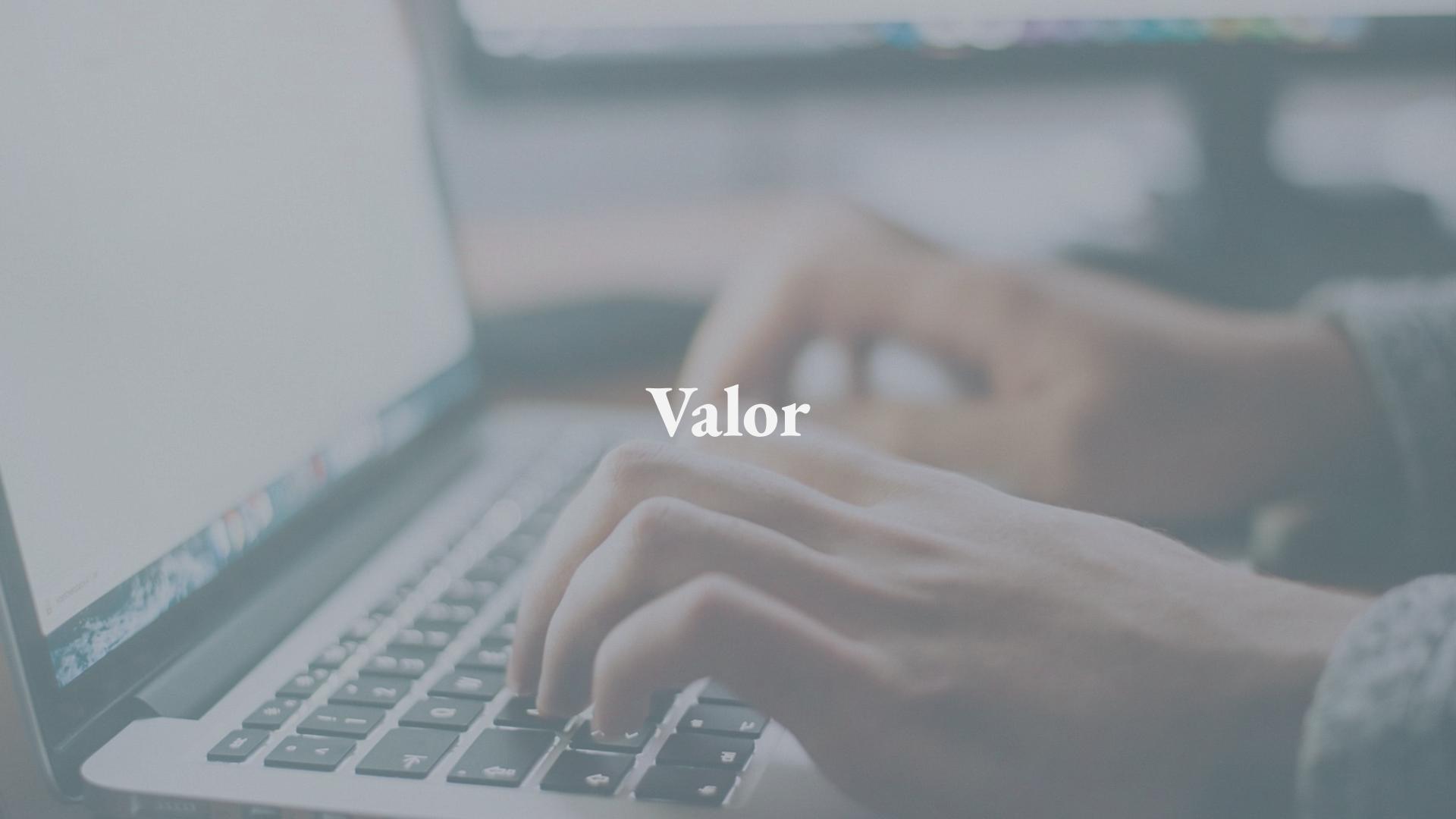


Ofertas e Marcas

“Empresas atendem necessidades emitindo uma proposta de **valor** - um conjunto de benefícios que oferecem aos clientes para satisfazer suas necessidades. A proposta de valor intangível é materializada por uma **oferta**, que pode ser uma combinação de produtos, serviços, informações e experiências”.
Kotter e Armstrong (1998).

Uma **Marca** é uma **oferta** de uma empresa conhecida.



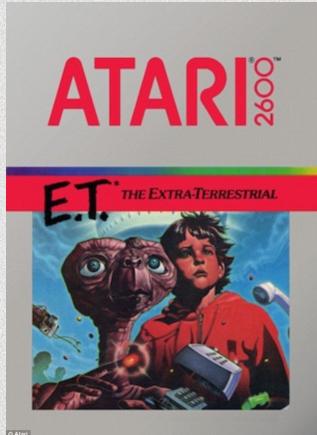
A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop screen is visible on the left, showing a colorful interface. The background is a soft, out-of-focus green.

Valor

Valor

Valor de um produto reflete os **benefícios** e os **custos** tangíveis e intangíveis percebidos pelo consumidor.

É através da **satisfação** que o cliente reconhecerá o valor de um serviço ou produto.



Valor e a Concorrência



Valor e a Concorrência

Conhecer e antecipar os desejos e necessidades do público alvo é uma maneira de criar valor para um consumidor.

Conhecer a proposta de valor da concorrência faz parte dos estudos de mercado. Oferecer um produto de maior valor percebido que a concorrência é uma forma de inovação.



Níveis de Concorrência



Níveis de Concorrência

Seguimento :: Soluções similares de jogabilidade (Call of Duty, Battlefront);

Mercado :: Jogos digitais (console, celular, PC);

Necessidade :: Entretenimento.

Níveis de Concorrência



| Concorrentes de Segmento ::
FPS

| Concorrentes de Mercado ::
Jogos digitais

| Concorrentes de necessidades ::
Entretenimento



Empreendedorismo

“iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, geralmente com alterações que envolvem inovação e riscos” (Dicionário Oxford)

Análise de cenário | FOFA/SWOT

A análise de Cenário é uma ferramenta de marketing que é capaz de avaliar o momento de uma empresa ou equipe de trabalho.

FORÇA :: Capacidades e recursos interno da equipe de uma empresa;

FRAQUEZA :: Limitações técnicas e pessoais;

OPPORTUNITY :: Fatores do ambiente favoráveis a um projeto ou equipe;

AMEAÇAS :: Fatores externos desfavoráveis.

Forças

Equipe de vendas é bem técnica
Boa localização geográfica da loja
Boas instalações e infraestrutura
Produto desenvolvido com *know-how* próprio

Fraquezas

Atendimento não é personalizado
único fornecedor de matéria prima
Falta treinamento
Marketing pouco agressivo
Falta Inovação

↑ Interno

Oportunidades

Apelo ecológico
Mudança cultural dos consumidores na *internet*
Faixa etária aumentando
Dólar baixo (importação) Alto (exportação)
Cultura, Lei, Política, Economia...

Ameaças

Economia global, concorrência com chineses
Concorrentes com tecnologia superior
Dólar baixo (Exportação) Alto (importação)
Cultura, Política, Economia... Lei anti-fumo,
Lei Cidade Límpia, Lei ...

↓ Externo

Ajudam



Atrapalham



Obrigado!