

Marketing

Aula Praça

Canais de Marketing

- São conjuntos de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilização de bens ou serviços para uso ou consumo.
- São importantes, pois, a maioria dos fabricantes não vendem seus produtos diretamente aos consumidores.

Canais de entrega

Os meios pelos quais uma empresa entrega um ou mais elementos do produto para seus clientes.

Buscando tornar o produto mais disponível que os concorrentes, trazendo uma maior conveniência ao cliente.

Exemplos: Varejo, Franchising, Comércio Eletrônico, Shopping Center, lojas de conveniência(horários alternativos)

Funções dos Canais

- Reduzir custos dos bens e serviços aos clientes;
- Reagrupar às atividades;
- Padronizar transações;
- Promover encontro entre vendedores e compradores;
- Fornecer serviço de suporte ao cliente.

Intermediário

- Facilitam o fluxo de mercadoria e serviços.
- Assumem os riscos relacionados a operação do canal.
- Reunir informações sobre clientes, concorrentes e outros participantes do ambiente de marketing.
- Fornecer condições de armazenagem e movimentação dos produtos.

Varejo

- Inclui todas as atividades relativas à venda de bens ou serviços, diretamente aos consumidores finais, para uso pessoal e não comercial.
- Independendo da maneira como os produtos ou serviços são vendidos.

Tipos de Varejistas

- Lojas Especializadas: operam um número limitado de categoria de produtos
- Lojas de linhas limitadas: oferece grande sortimento de poucas linhas de produtos.
- Loja de linha única: enfatizam uma única linha de produtos.
- Matadoras de Categoria: lojas grandes que vendem a preço baixo uma linha limitada de produtos
- Lojas de Consumo de Massa: varejista que oferece uma mistura ampla mas um tanto superficial de produtos.
- Supermercados

Tipos de Varejistas

- Lojas de Departamento: varejistas que operam com diversas linhas de mercadorias.
- Hipermercados
- Lojas de Descontos: Similar a supermercados com preços mais baixos só que cobram taxas para o cliente utilizar a loja.
- Armazéns: Mercarias
- Loja de Variedades: vendem diversidade de mercadorias a preços populares.
- Pontas de Estoque: oferece preço mais baixo para produtos fora da coleção.
- Lojas de Conveniência: localização e horários prolongados de funcionamento.

Varejo sem Loja

- Máquinas de Venda
- Sites Próprios
- Aplicativos Próprios
- Market Place
- Venda direta
- Redes Sociais

Logística de Mercado

- É o processo de fazer chegar as mercadorias aos clientes, também conhecido como distribuição física.
- Envolvendo o planejamento, a implementação e o controle dos fluxos físicos de materiais e de produtos finais entre os pontos de origem e os pontos de uso, com o objetivo de atender as exigências dos clientes e de lucrar com esse atendimento.

Objetivos da Logística de Mercado

- Processamento do pedido
- Armazenagem
- Estocagem
- Distribuição

Fatores de avaliação na seleção de um canal de distribuição

- Características dos clientes: Número, Dispersão Geográfica, Preferência de canal, Comportamento de compra e uso de tecnologia.
- Características do produto: Custo Unitário, Perecibilidade, volume, padronização, necessidade de instalação e manutenção.
- Características dos intermediários: Disponibilidade, mercado servido por eles, potencial de conflitos e de cooperação, condição financeira.

Fatores de avaliação na seleção de um canal de distribuição

- Características dos Concorrentes: número e tamanho, estratégias de distribuição, condições financeiras, tamanho de linhas de produto.
- Características Ambientais: Econômicas, Políticas, Legais, Culturais, Sociais e Tecnológicas.
- Características Organizacionais: Experiência do canal, capacidade de realizar a função, tamanho e participação no mercado, condição financeira.

Atacadista

- Empresa que compra, adquire direitos de propriedade, armazena e revende bens a varejistas e outras organizações.
- Os atacadistas criam valor para fornecedores e compradores realizando funções de distribuição.

Tipos de Atacadistas

- Negociantes atacadistas: tem o direito de propriedade sobre os produtos que vende.
- Atacadistas completo: executam toda a distribuição.
- Atacadista genérico: comercializa uma variedade de bens
- Atacadista especializado: comercializa uma faixa estreita de produtos.
- Atacadista de função limitada: realiza apenas algumas das funções da distribuição.
- Atacadista consignadores: estabelecem um estoque inicial em consignação e periodicamente abastecem o varejista.

Tipos de Atacadistas

- Atacadista Pague-leve: oferecem uma seleção limitada de produtos, cobram à vista e não fornecem transporte para o que vendem.
- Embarcadores diretos: atacadistas que lidam com grandes lotes despachados diretamente da fábrica para o cliente.
- Atacadista Volantes: operam um pequeno depósito e caminhões que transportam os bens aos varejistas
- Agentes e Corretores: Atacadista sem o direito de propriedade sobre os bens.
- Representantes: unidades comerciais que negociam bens sem terem o direito de propriedade.