

Discente: Fábio Diniz

Disciplina: Geração de Ideias e Criatividade em Informática

Docente: Ivan Filho

Marketing

Questionário

1. Marketing envolve uma série de iniciativas com o intuito transmitir alguma informação ao público, seja esta informação uma marca, ideal, produto ou até serviço. Auxilia no entendimento do público alvo e como relacionar com ele. É a “política” responsável pelo relacionamento com o cliente. Possui papel importante nas organizações, pois é capaz de moldar como o público enxerga o seu negócio.
2. A cultura do “vender a qualquer custo”, que surgiu no final da II Guerra Mundial. Baseavam-se mais na intuição do que na prática, utilizando-se muitas vezes de técnicas ingênuas e/ou maliciosas, combinadas com ferramentas eficientes.
3. São elas:
 - 3.1. **Orientação para Produção:** gira entorno da produção e não da venda, busca lugares propícios para venda.
 - 3.2. **Orientação para Produto:** considera que o público quer o melhor produto, então busca a evolução e otimização dos produtos oferecidos.
 - 3.3. **Orientação para Vendas:** o propósito é conquistar clientes fiéis que comprem sempre e que propaguem por si só o negócio.
 - 3.4. **Orientação para o Cliente:** o foco é o cliente, logo a satisfação deste é a premissa básica. Consulta-os antes de produzir algo.
 - 3.5. **Orientação para o Marketing Socialmente Responsável:** as empresas precisam avaliar se estão agindo de maneira ética e socialmente responsável.
 - 3.6. **Orientação para o Marketing Holístico:** a empresa deve tentar compreender e administrar toda a complexidade envolvida na gestão de marketing de uma empresa.
4. Inicialmente, o propósito do marketing era converter vendas, com a cultura do “vender a qualquer custo”. Com o passar do tempo, o foco passou para o cliente, onde a

satisfação deste seria o mais importante. Vender a qualquer custo passou para “satisfação garantida”. Mais a frente, o marketing mostrou-se essencial para o crescimento no mercado, tornou-se indispensável. O avanço tecnológico botou mais fogo na fogueira, abrindo caminhos antes não imagináveis para disseminação de ideias, através do marketing. Hoje em dia, com o marketing digital, por exemplo, milhares de pessoas são bombardeadas com informações de todos os lados na internet. O desafio hoje em dia não é mais simplesmente propagar algo. A elaboração de uma campanha tornou-se complexa, deve-se definir bem “para quem, como e quando” propagar a ideia.

5. Deve-se criar valor ao cliente, tornar-se atrativo. Ninguém sabe o que queria até ver algo que o convença de que agora ele precisa! O marketing deve criar a necessidade no cliente; aquecer o mercado; chamar atenção.