

A Figura 4.1, apresenta uma análise da procura e uma análise da oferta a partir destes pressupostos.

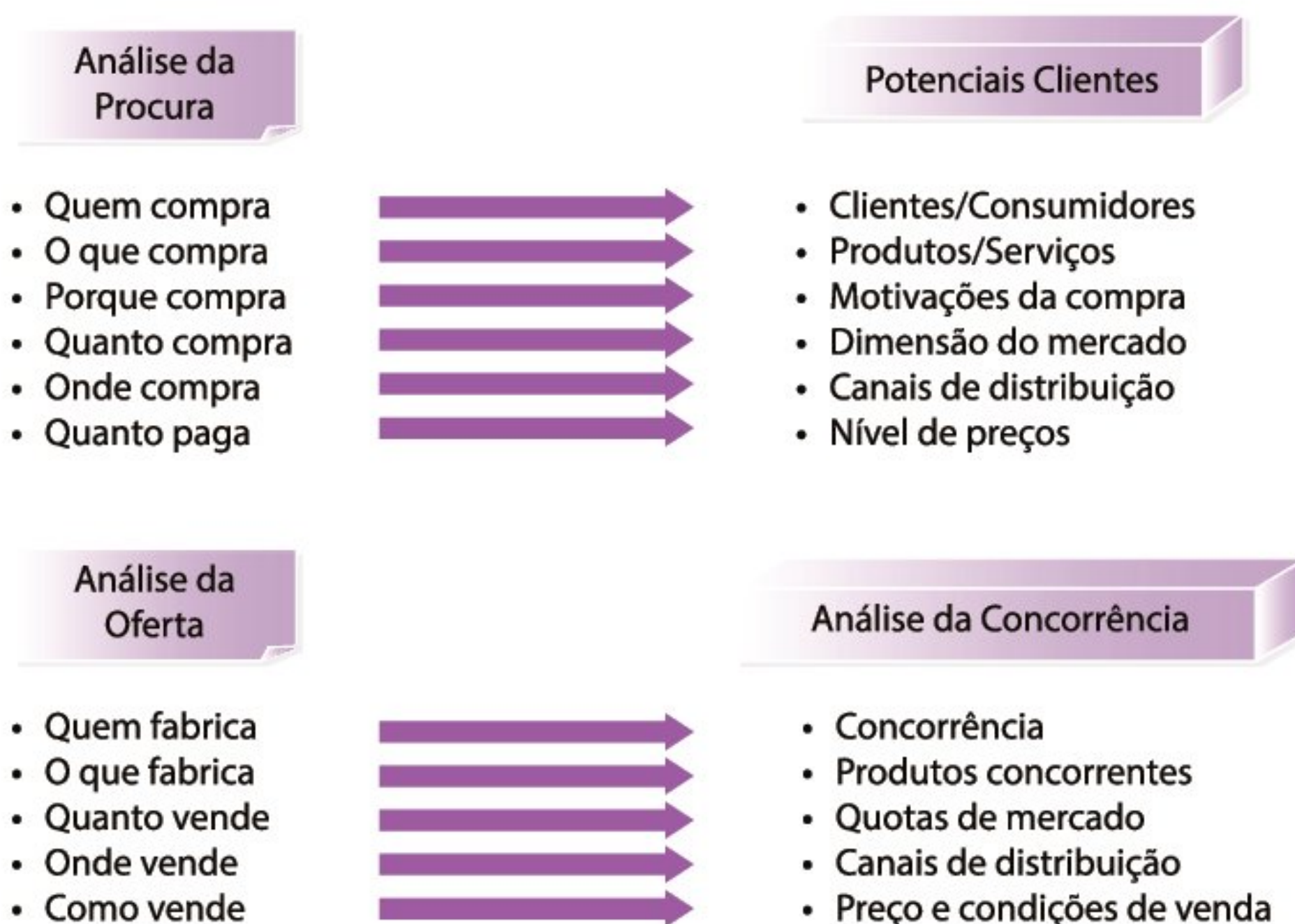


Figura 4.1 - Análise da procura e da oferta. Fonte: SILVA (2007, p.34)

4.3 - O Plano de Marketing

Neste tópico é apresentado o planeamento das vendas dos produtos ou serviços e a forma de conquistar seus clientes, de manter o interesse e até de aumentar a demanda pelas ofertas da empresa. Devem ser apresentados os métodos de comercialização, quais os diferenciais oferecidos pelo produto ou serviço para o cliente, qual é a política de preços, os canais de distribuição e as estratégias de comunicação e publicidade.

O plano de negócios deve atentar para os 4Ps do marketing, que são: preço, produto, ponto de venda e promoção. Apresentar a forma de determinação do preço de venda, como estes preços competem com a concorrência e se este preço é maior ou menor que os concorrentes. Apresenta os produtos ou serviços e as suas vantagens competitivas no mercado, o seu posicionamento em relação aos concorrentes e a estratégia de marketing do valor agregado, que permite diferenciado no mercado.

Descrever a fabricação dos produtos ou a prestação de serviços, conforme apresenta a Figura 4.2, e explicar cada fase do processo.

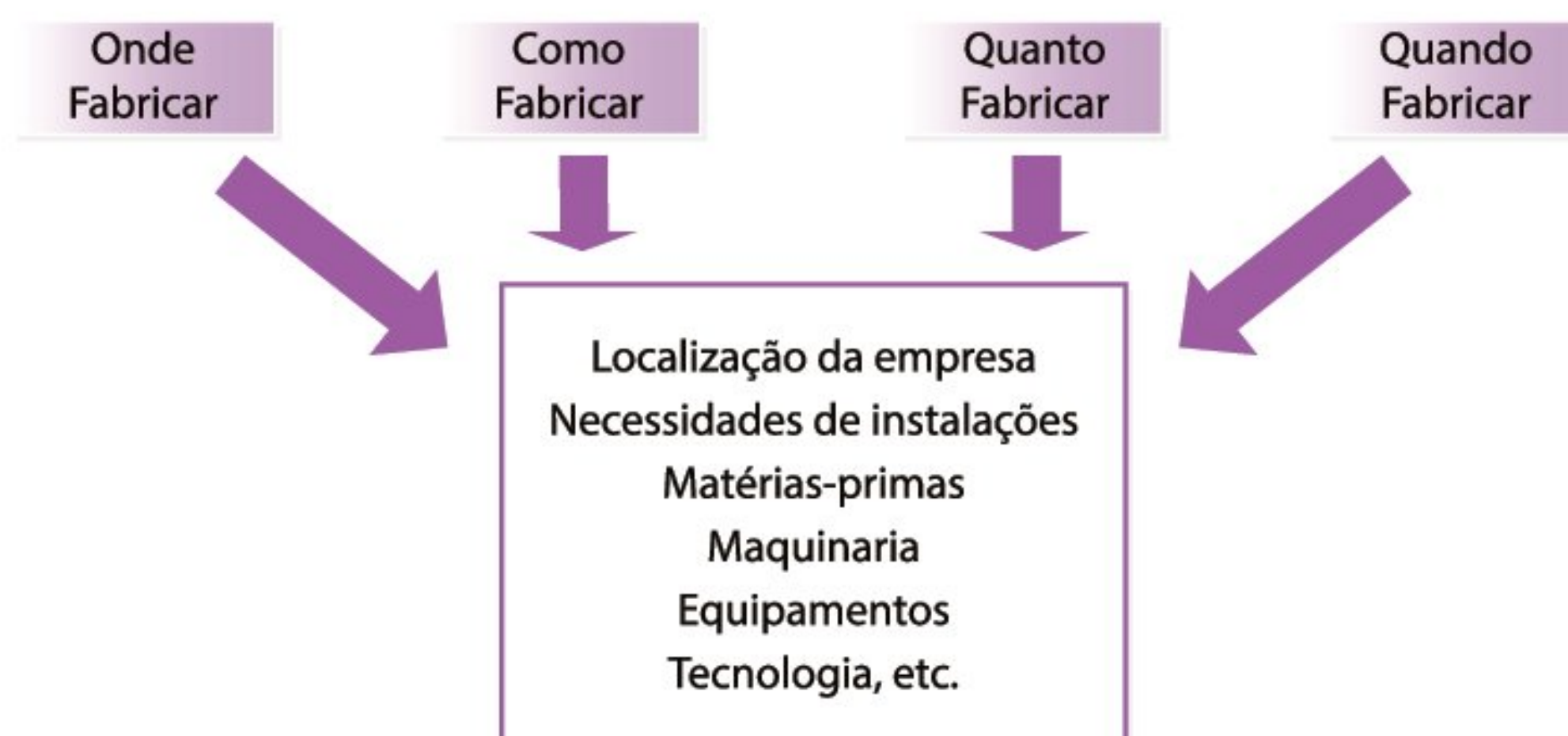


Figura 4.2 - Processo de produção ou prestação de serviço. Fonte: SILVA (2007, p.39)

