



Valor e Satisfação

INTRODUÇÃO

O **conceito de marketing** e o processo que envolve a administração mercadológica das organizações, **comumente, está associado** às palavras **VALOR** e **SATISFAÇÃO**.

Embora essas palavras apresentem um significado geral compreensível, aprofundar no real significado delas pode contribuir para tanto para o aumento da proposta de valor quanto para a satisfação dos clientes/consumidores.

O que é valor em marketing?

Como aumentar o valor
do que é oferecido?



O que é satisfação?

Como aumentar a satisfação
dos consumidores de uma organização?

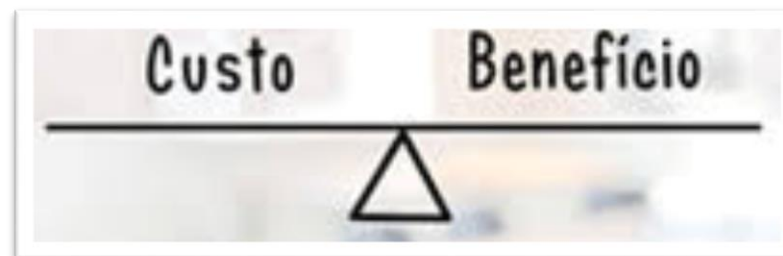
VALOR

“Valor”, em marketing, não significa preço. Na verdade, apresenta relação com a percepção do cliente sobre os diversos benefícios e custos relacionados à aquisição de um produto!

$$\text{VALOR} = \text{BENEFÍCIOS} - \text{CUSTOS}$$

Benefícios = tudo aquilo que o consumidor percebe como valioso na aquisição (estética, durabilidade, funcionalidade, agilidade de entrega, sabor, proximidade, disponibilidade, conforto, etc.)

Custos = tem relação com todos os custos envolvidos na aquisição e não apenas o custo monetário (tempo, preocupação, desconfortos).



VALOR

- ✓ Produtos podem ter alto ou baixo “**valor percebido**” pelo cliente, “independente” do seu preço.
- ✓ Consumidores compram aquilo que tem alto valor pra elas (por isso é importante entender o valor de um produto).
- ✓ O Valor de um produto pode existir antes mesmo da compra/consumo.
- ✓ Valor é uma percepção individual que pode variar ao longo do tempo.

ARMAZÉM



MARKETING É CRIAR VALOR!



SATISFAÇÃO



Marketing tem íntima relação com a satisfação do cliente, mas satisfação é uma **percepção construída a partir de dois elementos**: por um lado, as expectativas próprias do sujeito em relação ao produto/serviço adquirido; por outro lado, o desempenho efetivo (entrega) daquilo que foi comprado.

“(In)satisfação” é um resultado pós-compra/consumo/experiência.

$$\text{SATISFAÇÃO} = \text{ENTREGA} - \text{EXPECTATIVAS}$$

↑
Maior controle da empresa

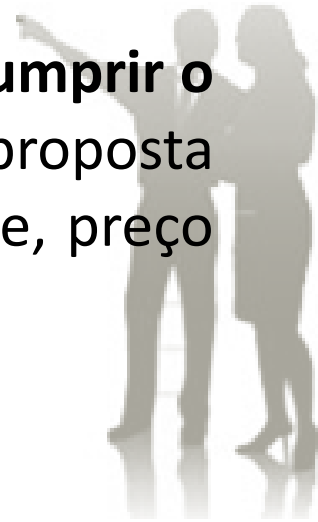
↙
Menor controle

Entrega = **valor percebido** pelo cliente, após consumo (através comp. Mercadológ.).

Expectativas = **o que o cliente espera** receber. Variam de pessoa para pessoa e de situação para situação. Estão ligadas experiências anteriores, à comunicação (promessa) da empresa, etc.

SATISFAÇÃO

- ✓ As **expectativas** dos clientes e, conseqüentemente, a **satisfação** **variam** de **pessoa para pessoa** e de **situação para situação** (o cliente já conhecia a empresa? É cliente novo ou antigo?).
- ✓ As **empresas**, por meio de sua comunicação **criam expectativas** nas pessoas (pois, tudo comunica!).
- ✓ Os **clientes** somente ficarão **satisfeitos** se a empresa “**cumprir o que promete**”, seja qual for os elementos envolvidos na proposta de valor da empresa (qualidade, sofisticação, durabilidade, preço baixo, economia, velocidade, segurança, status, etc.).



SATISFAÇÃO e INSATISFAÇÃO

Satisfação (confirmação positiva): ocorre quando o produto/serviço entregue é **igual ou superior à expectativa** do cliente.

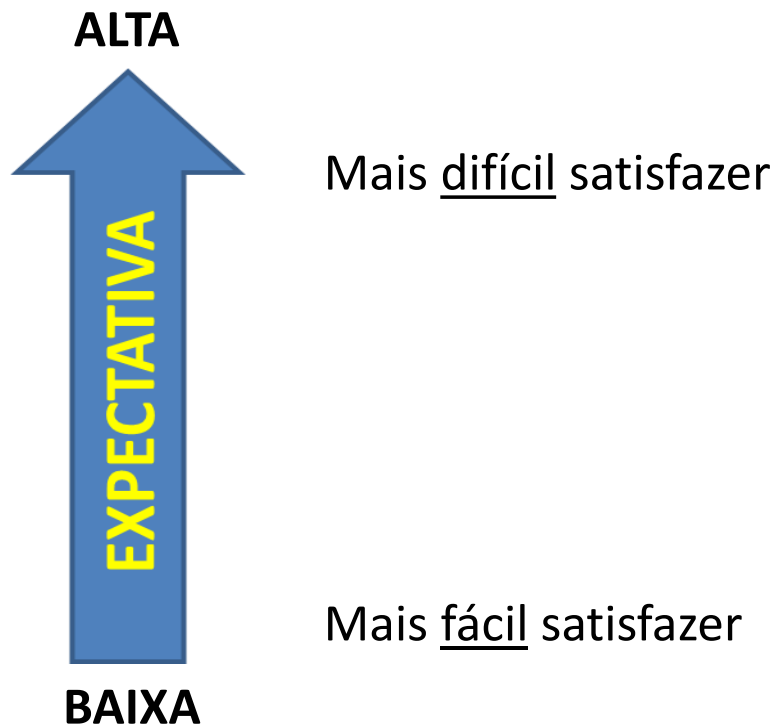
Insatisfação (confirmação negativa): ocorre quando o produto/serviço entregue é **inferior à expectativa** do cliente.



SATISFAÇÃO e EXPECTATIVA

Para refletir:

- ✓ É melhor que o cliente tenha expectativa alta ou baixa do produto?
- ✓ É mais fácil satisfazer cliente com alta ou baixa expectativa?



- ✓ O que mais satisfaz o cliente: propostas de valor altas ou baixas ?

SATISFAÇÃO e “QUALIDADE”

Maior qualidade = maior satisfação
Menor qualidade = menor satisfação?



VALOR e PREÇO

Percepção de preço

Alto			
Médio			
Baixo			
	Baixa	Média	Alta

Percepção de valor



VALOR e PREÇO

Percepção de preço

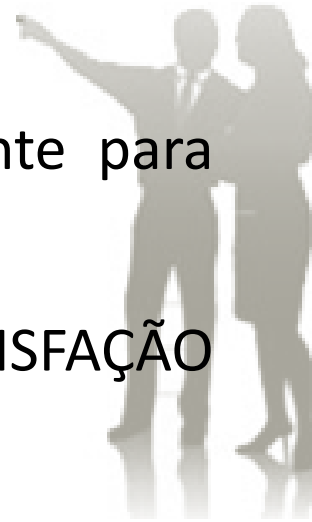
Alto	“Roubo”	Não vale o preço	Valor/Prêmio
Médio	Não vale o preço	Vale o que se paga	Bom negócio
Baixo	“Pechincha”	Bom negócio	Bom negócio
	Baixa	Média	Alta

Percepção de valor



VALOR e SATISFAÇÃO (reflexões)

- ✓ Qual é variável que a empresa tem maior controle, VALOR ou SATISFAÇÃO?
- ✓ Qual variável é mais fácil medir?
- ✓ Se aumentarmos o VALOR de um produto o que acontece com a SATISFAÇÃO?
- ✓ Se aumentar o PREÇO de um produto o que acontece com o VALOR? E com a SATISFAÇÃO?
- ✓ O mesmo PRODUTO pode apresentar VALOR diferente para “pessoas diferentes”?
- ✓ O mesmo PRODUTO pode resultar em níveis de SATISFAÇÃO diferentes para “diferentes pessoas”?





Valor e Satisfação