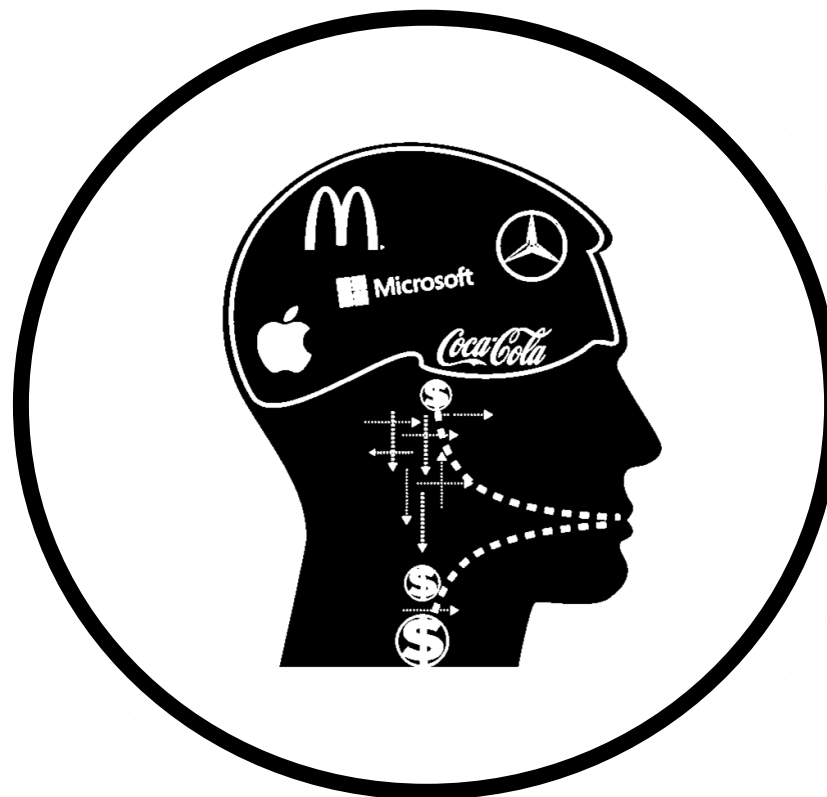
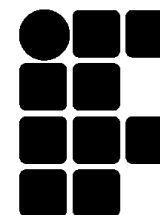


POSICIONAMENTO



Curso Técnico em Administração – 2ª fase
U.C.: Administração Mercadológica
Prof.: Alfredo Ribeiro Cárdenas



**INSTITUTO FEDERAL
SANTA CATARINA**

Posicionamento

- ✓ “Posicionamento” pode ser entendido como um refinamento da tarefa inicial de segmentação de mercado.
- ✓ Entendendo que é relativamente difícil encontrar um segmento de mercado sem concorrência, **a principal função do posicionamento é diferenciar os produtos, na mente do consumidor.**



Posicionamento

Posicionamento é, portanto, a arte de construir uma “imagem da empresa” (da marca/do “produto”) na mente do consumidor, de forma que os clientes possam entender, diferenciar o que a empresa proporciona (qual é a proposta de valor) em relação à concorrência.



Posicionamento

- ✓ O posicionamento na mente do consumidor sempre vai existir, independente de a empresa cuidar ou não desta construção.
- ✓ Todo produto, marca, pessoa, profissional acaba tendo um posicionamento.
- ✓ O posicionamento de um produto é uma percepção individual e pode variar entre as pessoas/consumidores.
- ✓ O posicionamento é criado, na mente das pessoas, a partir das informações que a pessoa possui (experiências, expectativas, comunicação que a empresa faz, etc.).

“TUDO” CRIA POSICIONAMENTO!!!



Posicionamento

O que pode criar posicionamento de água:

- Nome da Marca
- Forma da embalagem
- Cor da embalagem
- Material da embalagem
- Cor da tampa
- Local onde esta exposto o produto.
- Temperatura
- Logomarca
- Cor da logomarca
- Fonte (letras) que são usadas.
- Origem do produto (fonte)
- Quantidade (ml).
- Largura, altura da embalagem
- Preço
- (...)



Água!

Posicionamento

Pode-se procurar assumir diversos posicionamentos na mente do consumidor

- ✓ O melhor, o mais durável, o mais confortável,
- ✓ O BBB (bom, bonito e barato), o mais barato, o mais caro...
- ✓ O que limpa mais, o que deixa mais branco, o maior/menor..
- ✓ O que tem o melhor custo benefício, o que estraga menos, o que dá mais garantia, para as pessoas bem sucedida...

Todo o planejamento de marketing (o composto de marketing) vai buscar reforçar essa ideia, esse posicionamento, caso contrário pode haver falha de posicionamento.

Posicionamento + 4P + segmentação = “marketing”

