

Trabalho Final de Introdução ao Marketing

Por Luiz Marcio Viana

1. Introdução

Este trabalho apresenta um estudo sobre o marketing-mix da família de produtos Revit da Autodesk e faz uma comparação com o marketing-mix aplicado ao AutoCAD que é outro produto também da empresa. Em seguida, estaremos comparando a estratégia de marketing aplicada ao Revit com a de seus concorrentes diretos.

1.1. História

A Autodesk foi fundada em 1982 e apresentou naquele mesmo ano a primeira versão do AutoCAD, um produto para criação de desenhos de engenharia por computador, um segmento no qual havia grande oportunidade com o crescente mercado de computadores pessoais.

Naquela época as ferramentas de projetos por computador exigiam estações de trabalho muito caras e os computadores pessoais ficaram mais poderosos, abrindo oportunidade para explorar este mercado.

Por ter sido uma das pioneiras neste segmento e pelos recursos avançados que incluiu no AutoCAD, este produto se tornou rapidamente uma referência em programa para criação de desenhos por computador.

Em 2002 a Autodesk adquiriu a empresa Revit Technology que havia desenvolvido o Revit, um produto para criação de projetos de arquitetura e que possuía inúmeras inovações tecnológicas.

Após três anos de adaptação a Autodesk relançou o produto no mercado usando o mesmo nome Revit devido à base de clientes existentes. Este produto incorporava inúmeros conceitos que mostravam a visão que a empresa tinha para o futuro dos programas de criação de projetos de engenharia por computador.

O Revit trouxe um novo conceito de projeto onde um único modelo é utilizado para armazenar a informação de todo o projeto e os desenhos são representações de planta, corte e

detalhamento do modelo. Este era um conceito novo e totalmente diferente do AutoCAD, e que fornecia maior rapidez e qualidade no desenvolvimento dos projetos.

2. Linha de Produtos para Arquitetura, Engenharia e Construção

A Autodesk possui uma linha completa de produtos para Arquitetura, Engenharia e Construção que envolve produtos baseados no AutoCAD e no Revit, além de produtos para projetos de estradas e produtos para criação e visualização de modelos 3D.

2.1. Produtos Baseados no AutoCAD

AutoCAD - Produto voltado para a criação de projetos de engenharia que possui recursos avançados de desenho e modelagem 3D, mas que mantém o antigo conceito de CAD com desenho de objetos linha, círculo, polígono, sólidos, superfícies e etc.

AutoCAD Architectural - Foi o primeiro produto da Autodesk voltado para o mercado de arquitetura. Este produto possui abstrações que facilitam o desenvolvimento do projeto como, por exemplo, o uso de comandos específicos para criação de portas, paredes, telhados e cortes, mas ainda está apoiado nas fundações do AutoCAD.

AutoCAD MEP - Programa destinado à criação de projetos de instalações elétricas, hidráulicas e de ar-condicionado, apoiado no conceito do AutoCAD.

2.2. Produtos Baseados no Revit

Revit Architecture - Produto voltado para o mercado de projetos de arquitetura e apoiado no novo conceito que utiliza um único modelo do projeto. Possui elevado grau de abstração que simplifica o trabalho de arquitetos e engenheiros.

Revit MEP - Produto para projetos de instalações elétricas, hidráulicas, e de ar condicionado, apoiado no conceito do Revit.

Revit Structure - Produto para projetos estrutural de edificações e pontes, apoiado no conceito do Revit.

2.3. Outros Produtos

Civil 3D - Produto construído sobre a base do AutoCAD e que usa alguns dos conceitos encontrados no Revit, sendo aplicado aos projetos de infra-estrutura, tais como projetos de estradas, barragens, loteamentos, e de águas pluviais.

3D Studio Max Design - Produto para modelagem, *render* e animação em 3D.

3. Características do Revit

O conceito BIM (*Building Information Modeling*) introduzido pelo Revit é o conceito que está por trás da utilização de um modelo único para todo o projeto, o que possibilita ao projetista fazer alterações em qualquer parte do modelo, e estas alterações são refletidas imediatamente em todas as vistas e detalhes do projeto. Esta integração diferencia muito o Revit dos outros produtos baseados em desenho como os produtos que usam a base do AutoCAD.

Além disso, os recursos de projeto do Revit se baseiam em conceitos que os arquitetos e os engenheiros estão acostumados a utilizar que são os mesmos conceitos utilizados no dia a dia destes profissionais com o desenho de objetos com maior nível de abstração como portas, paredes, fachadas, vistas, telhados, pisos, e etc.

Devido a estas características, o perfil dos usuários dos programas de projetos por computador migrou dos profissionais que eram desenhistas, denominados popularmente por "cadistas", para uma situação onde o próprio arquiteto e o engenheiro trabalham no projeto.

4. Perfil do Consumidor

O aumento dos recursos dos programas voltados para projetos por computador e a mudança do perfil do usuário destes programas fez com que o tempo de desenvolvimento dos projetos fosse reduzido e com isso mais informação pode ser adicionada, permitindo uma maior interatividade entre o arquiteto e seu cliente.

Atualmente os arquitetos podem criar modelos conceituais de edifícios e gerar rapidamente imagens realísticas que permitem a visualização do projeto conceitual, e fornece uma poderosa ferramenta de venda que possibilita ao arquiteto maior interação com o cliente.

Isto modificou a forma que os escritórios de arquitetura e engenharia apresentam os projetos para seus clientes, e trouxe uma expectativa maior no desenvolvimento do projeto.

Com os consumidores mais exigentes o trabalho de detalhamento do projeto precisa ser feito rapidamente a partir da aprovação do modelo conceitual, e o Revit permite criar o modelo com facilidade, e gerar o detalhamento de forma muito rápida, fornecendo maior valor.

5. Estratégia de Marketing do AutoCAD

O AutoCAD é um produto voltado para o mercado corporativo e destinado ao desenvolvimento de projetos de engenharia, mas por ser um produto de aplicação em qualquer tipo de projeto o seu uso é bastante extenso servindo tanto para a indústria mecânica quanto para o segmento de infra-estrutura e construção. Além disso, o AutoCAD é um produto líder no segmento de programas para criação de projetos de engenharia em computadores pessoais.

Por ser um produto para uso em qualquer segmento de engenharia o AutoCAD é comercializado por todos os revendedores que trabalham com produtos Autodesk, e por ser o padrão de programas de CAD do mercado o processo de venda exige menos esforço devido à grande divulgação que o produto possui por conta do seu grupo de usuários.

6. Estratégia de Marketing dos Produtos da Linha Revit

Por ser um produto voltado para o mercado corporativo e que oferece maior valor para o cliente, a compra do Revit impacta diretamente na produção, e exige maior envolvimento do cliente no processo de compra. Por isso, os produtos da linha Revit são comercializados através de um canal de vendas especializadas e voltadas exclusivamente para o mercado de arquitetura, engenharia e construção, que utilizam freqüentemente um processo de venda direta com envolvimento de especialistas técnicos de pré-venda além do pessoal comercial. Além disso, o canal de vendas especializadas oferece treinamento, consultoria e prestam serviço de atendimento de pós-venda.

Para aproveitar a grande base instalada de usuários que possuem o AutoCAD e o AutoCAD Architectural, e facilitar a migração destes usuários para a plataforma Revit, a Autodesk começou a oferecer pacotes de produtos.

Os pacotes de produtos contêm produtos com base no AutoCAD e Revit e são formados para atender segmentos específicos. Deste modo, foram formados os pacotes AutoCAD Revit Architecture Suite, AutoCAD Revit Structure Suite, AutoCAD Revit MEP Suite.

Além de facilitar a migração de plataforma, os pacotes de produtos oferecem maior valor porque são compostos por produtos que são complementares onde o Revit atua na fase de concepção e detalhamento do desenho, e os produtos baseados no AutoCAD atuam mais no detalhamento do projeto.

Outra característica dos produtos da linha Revit é que eles são complementares e abrangem toda a cadeia de projetos de arquitetura, engenharia e construção. Deste modo, um arquiteto pode fazer uso do Revit Architecture durante a elaboração do projeto de arquitetura, nesta fase o engenheiro civil responsável pelo cálculo estrutural pode propor a solução de estrutura utilizando o Revit Structure, e após a aprovação do projeto de arquitetura o engenheiro projetista pode utilizar o Revit MEP para desenvolver o projeto de elétrica, hidráulica e ar condicionado.

Esta integração entre os produtos da linha Revit permite a Autodesk se diferenciar dos seus concorrentes que não conseguem oferecer uma solução completa utilizando o conceito de uso de um modelo único para todo o projeto (BIM - *Building Information Modeling*).

7. Diferenciação da Estratégia de Marketing com os Produtos Concorrentes

O Revit é o produto líder de mercado entre os programas para projetos de arquitetura e construção que usam a tecnologia (BIM), e por ser líder de mercado possui mais facilidade para alcançar novos consumidores que buscam soluções com maior grau de colaboração entre arquitetos, engenheiros e construtoras.

Além disso, a estratégia de venda de pacotes de produtos agrega maior valor ao fornecer produtos complementares à um preço competitivo. Isto favorece a migração de clientes que usavam apenas a plataforma do AutoCAD para uma proposta de maior valor baseada no Revit.

Outro ponto de diferenciação é a forte integração entre os produtos do segmento de arquitetura, engenharia e construção da Autodesk. Esta integração permite que os clientes tenham maior facilidade em compartilhar o projeto entre os diferentes profissionais que trabalham no mesmo empreendimento.

Em 2007 a Autodesk iniciou a estratégia de venda de contrato de assinatura. O contrato de assinatura é feito durante a compra do produto e fornece ao cliente direito a atualização automática do programa se for lançada uma nova versão durante o período de validade da assinatura. Além disso, com este serviço o cliente possui acesso a treinamento, a um canal de suporte direto com a Autodesk, e acesso a componentes e extensões do produto que são exclusivos aos assinantes.

Desta forma, o fornecimento de assinaturas junto com a venda do produto fornece mais valor aos clientes com a utilização de um canal direto e exclusivo da Autodesk, uma maior fidelização por parte do cliente, e a atualização constante dos produtos mantendo os clientes que possuem este serviço sempre com a versão mais recente do produto.

8. Conclusão

Através deste estudo fica evidente a diferença de posicionamento entre o AutoCAD que é um produto para criação de projetos genéricos que serve para a indústria mecânica, projetos de infra-estrutura e para a construção civil. Enquanto os produtos da linha Revit são dedicados exclusivamente ao segmento de arquitetura e construção fornecendo maior valor ao cliente e exigindo um canal de vendas especializado para atendimento deste mercado.

A Autodesk utiliza também várias formas de diferenciação dos produtos da linha Revit dos concorrentes, oferecendo venda de pacotes de produtos, se aproveitando da forte integração existente entre os produtos da linha Revit, e da vantagem do modelo de assinaturas.

Além disso, a Autodesk aproveitou a liderança que possui no segmento de programas CAD, com o AutoCAD, fornecendo pacotes compostos pelo Revit e AutoCAD, que possibilitou a introdução mais rápida da nova tecnologia, e que permitiu ao Revit se tornar o produto líder entre os que utilizam o conceito de BIM - *Building Information Modeling*.