

The background features a series of flowing, wavy lines in shades of blue and white, creating a sense of motion and depth. These lines are composed of many fine, parallel strands, some of which are dotted with small, bright white particles, resembling a nebula or a stream of data. The overall effect is a dynamic and futuristic aesthetic.

# Matriz Ansoff

# Matriz de Ansoff

---



Na década de 1950 as organizações passaram a se preocupar com o ambiente de marketing.



Após a segunda guerra mundial essa tendência a produtividade não significava mais o sucesso de determinada organização, mas sim se ela poderia ou não atender a demanda do mercado. Isso apenas levando em conta uma variável do ambiente externo que era as organizações.



Logo esse problema foi identificado pelos estudiosos, e surgiram estudos do chamado “Planejamento Estratégico”.

# Matriz de Ansoff

- ▶ Em 1965 Igor Ansoff escreveu o livro “Corporate Strategy: An Analytic Approach do Business Policy for Growth na Expansion”, onde ele discorre sobre os estudos do problema estratégico das organizações e propõe uma ferramenta de análise do problema estratégico e definições de estratégias, o que foi denominada “Matriz de Ansoff”.
- ▶ Essa matriz é uma forma de representar algumas formas que o que poderiam aprimorar o negócio de determinada organização por meio de quatro estratégias distintas: **Penetração, Desenvolvimento de Mercado, Desenvolvimento de Produto e Diversificação Pura**

# Matriz de Ansoff

A matriz tem duas dimensões: Produtos e Mercados.

		Produtos	
		Existentes	Novos
Mercados	Existentes	Penetração de Mercado	Desenvolvimento de Produtos
	Novos	Desenvolvimento de Mercado	Diversificação

# Matriz de Ansoff

Sobre essas duas dimensões, quatro estratégias podem ser formadas:

- ▶ **Penetração de mercado:** a empresa foca na mudança de clientes ocasionais para clientes regulares e de clientes regulares para usuários intensivos do produto;
- ▶ **Desenvolvimento de mercado:** a empresa tenta conquistar clientes da concorrência, introduzir produtos existentes em mercados externos ou introduzir novas marcas no mercado;
- ▶ **Desenvolvimento de produtos:** a empresa busca vender outros produtos a clientes regulares, frequentemente intensificando os canais existentes de comunicação;
- ▶ **Diversificação:** sendo a mais arriscada das estratégias, a empresa normalmente foca na comunicação explicando porquê está entrando em novos mercados com novos produtos, visando ganhar credibilidade.

# IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS (POSTURAS)

