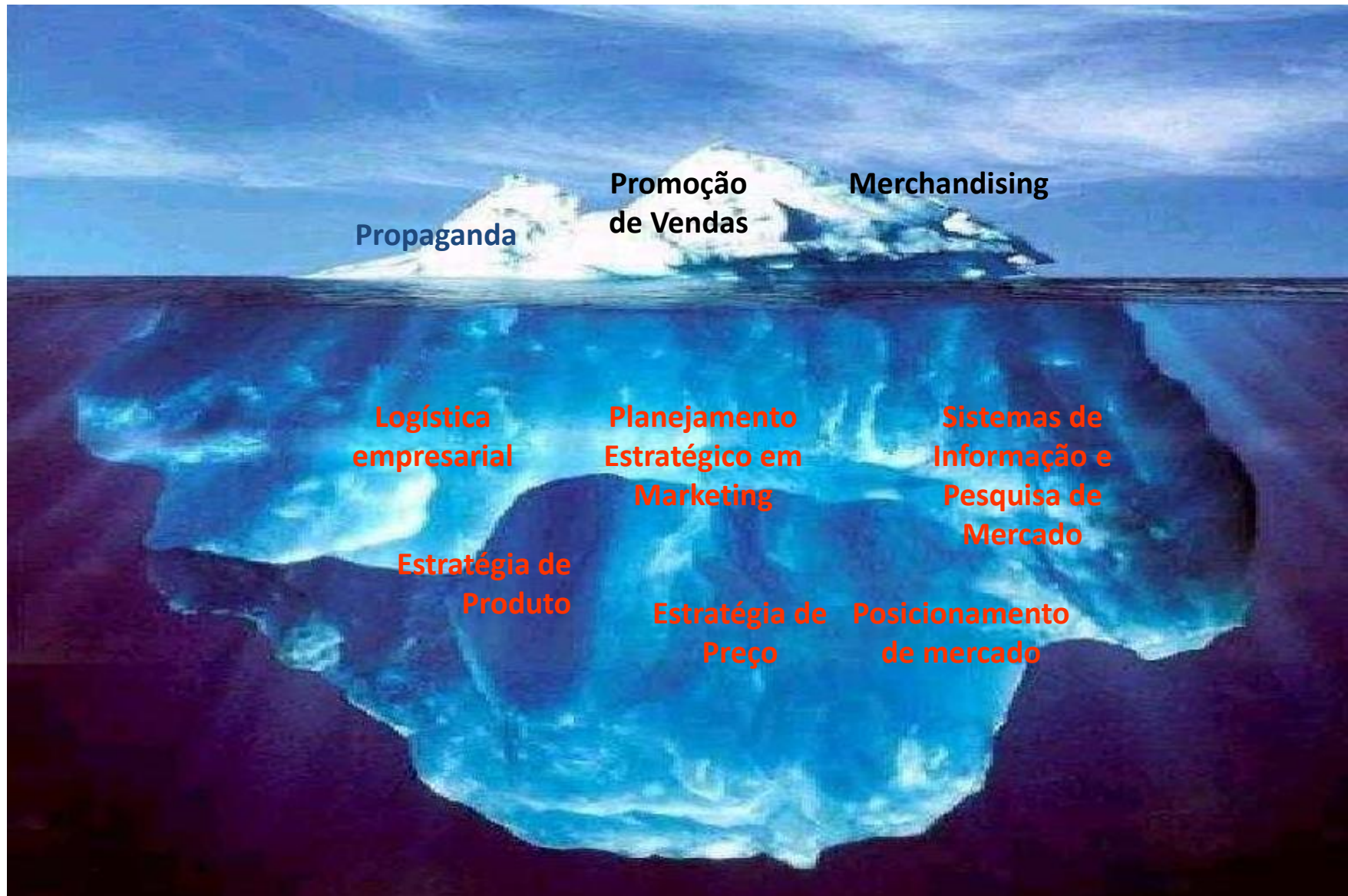


Composto de Marketing



ICEBERG CHAMADO MARKETING



A Estrutura dos Quatro Pês



MARKETING

Mix de Marketing (MM)

Quatro Ps:

- Produto
- Preço
- Promoção
- Praça

Quatro Cs:

- valor para o Cliente
- menor Custo
- Conveniência
- Comunicação

Ps: Visão de dentro para fora da empresa.

Cs: De fora para dentro.

Comportamento

Hierarquia de Maslow (1970)

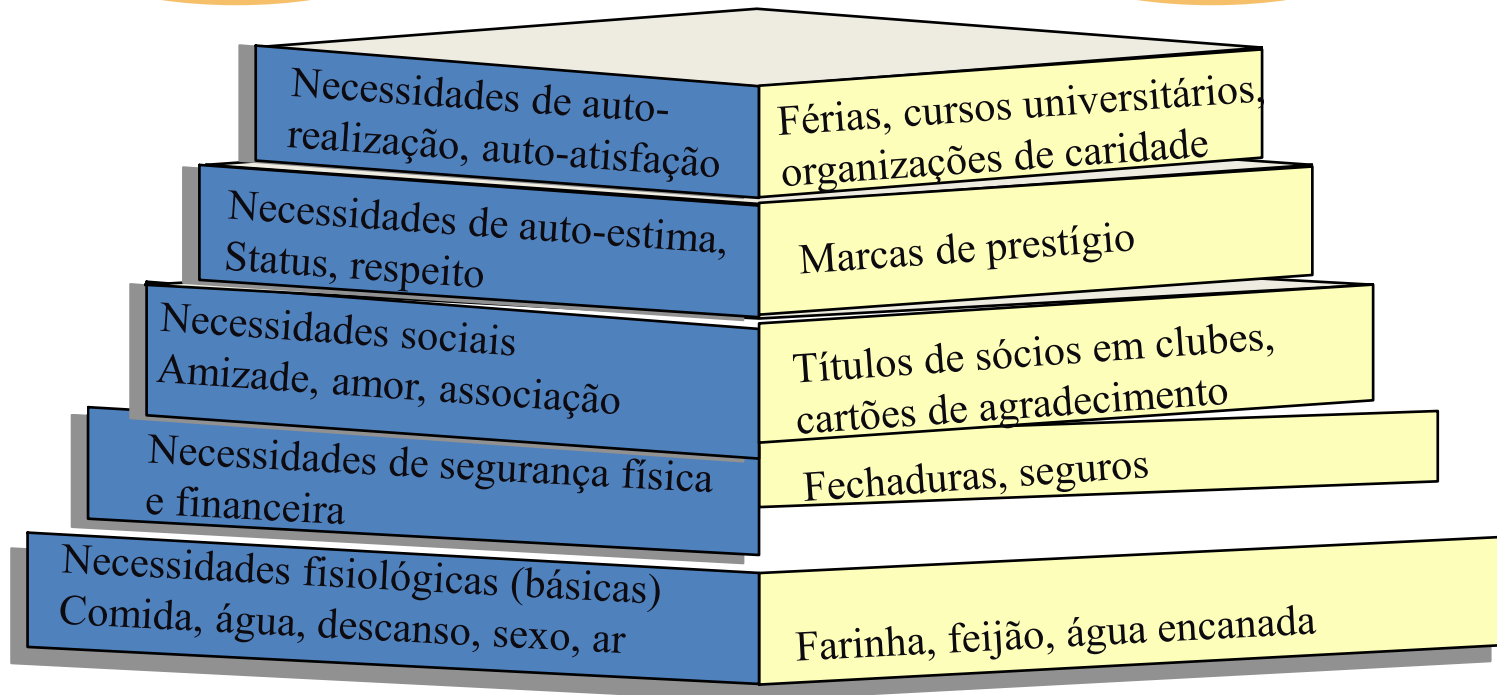
Necessidades de auto-realização	<ul style="list-style-type: none">. Desenvolvimento pessoal. Auto-conhecimento
Necessidades de estima	<ul style="list-style-type: none">. Auto-estima. Reconhecimento. <i>Status</i>
Necessidades sociais	<ul style="list-style-type: none">. Relacionamentos. Amor e afeição
Necessidades de segurança	<ul style="list-style-type: none">. Defesa. Proteção
Necessidades fisiológicas	<ul style="list-style-type: none">. Fome. Sede

Comportamento

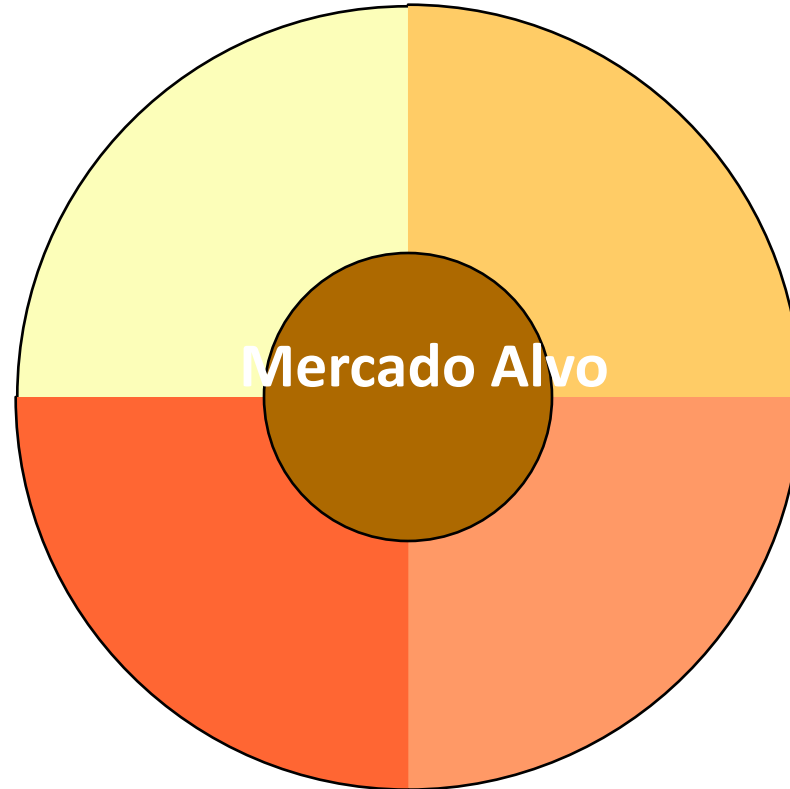
Hierarquia de Necessidades de Maslow

Necessidades

Produtos



Mercado-Alvo



Segmento de Mercado que a organização se esforça para atender com o Composto de Marketing

MARKETING

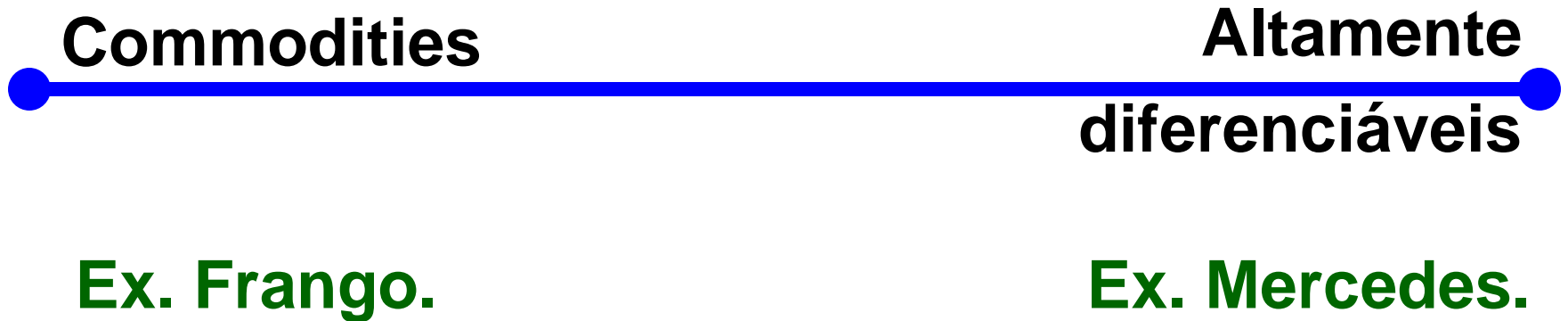
Mix de Marketing: PRODUTO

Oferece algo diferente e melhor obtendo a preferência do cliente e um preço mais alto

MARKETING

Mix de Marketing: PRODUTO

Quanto ao grau de diferenciação



MARKETING

Mix de Marketing: PRODUTO

Commodities “Commodities não existem.
Todos os bens e serviços são
passíveis de diferenciação.”

Ted Levitt.

{ Diferenças reais.
Diferenças psicológicas.

MARKETING

Mix de Marketing: PRODUTO

Produtos

Altamente

Diferenciáveis → LIBERDADE DE PROJETO

Diferenças:

- Físicas;
- Disponibilidade;
- Serviços;
- Preços;
- Imagem.

Produto

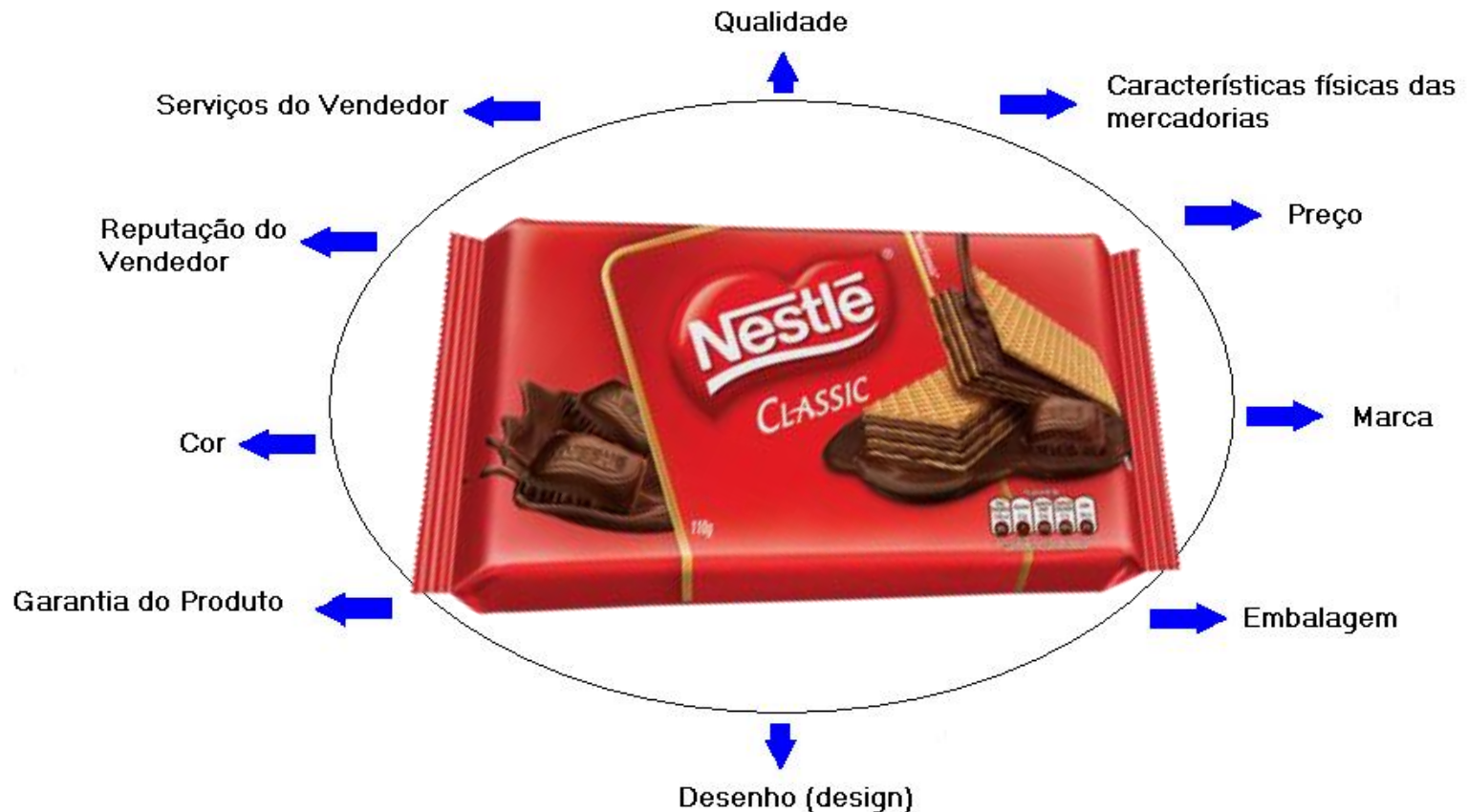


Figura: Um produto é muito mais que um conjunto de atributos físicos.

Fonte: Adaptado de Etzel Etal (2001, p. 197)

Produto

- ✓ Classificação: Bens não Duráveis, Bens Duráveis e Serviços



↓
(Bens duráveis)



↓
(Não Duráveis)



↓
(Serviço)

Produto

- ✓ Classificação: Bens de Consumo e Bens organizacionais



↓
(Bens de Conveniência)



↓
(Bens de Compra Comparada)



↓
(Bens de Especialidade)

Produto

- ✓ Portfolio E Linhas de Produtos: Amplitude e Sortimento



↓
(Linha Antarctica)



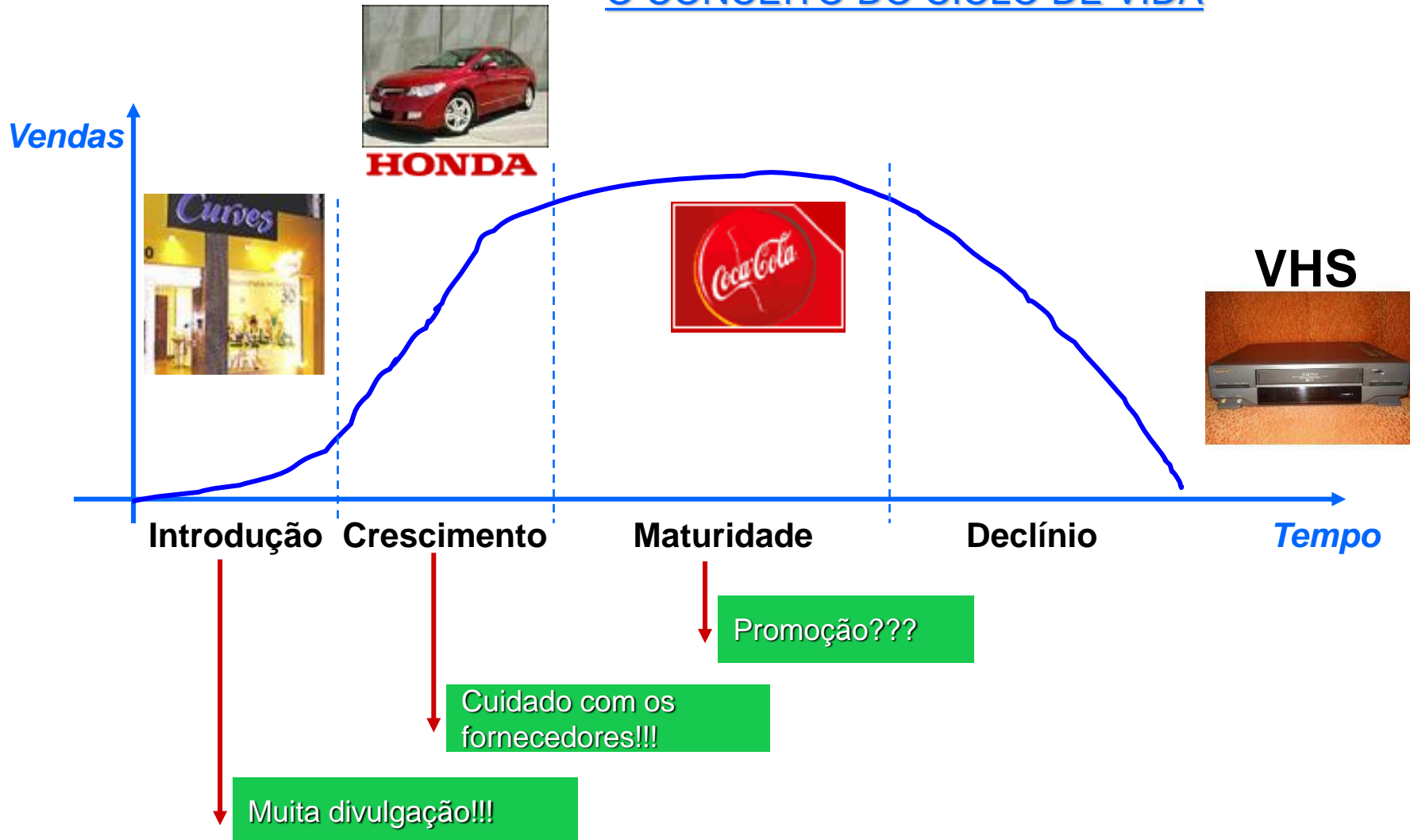
↓
(Linha Bohemia)



↓
(Linha Brahma)

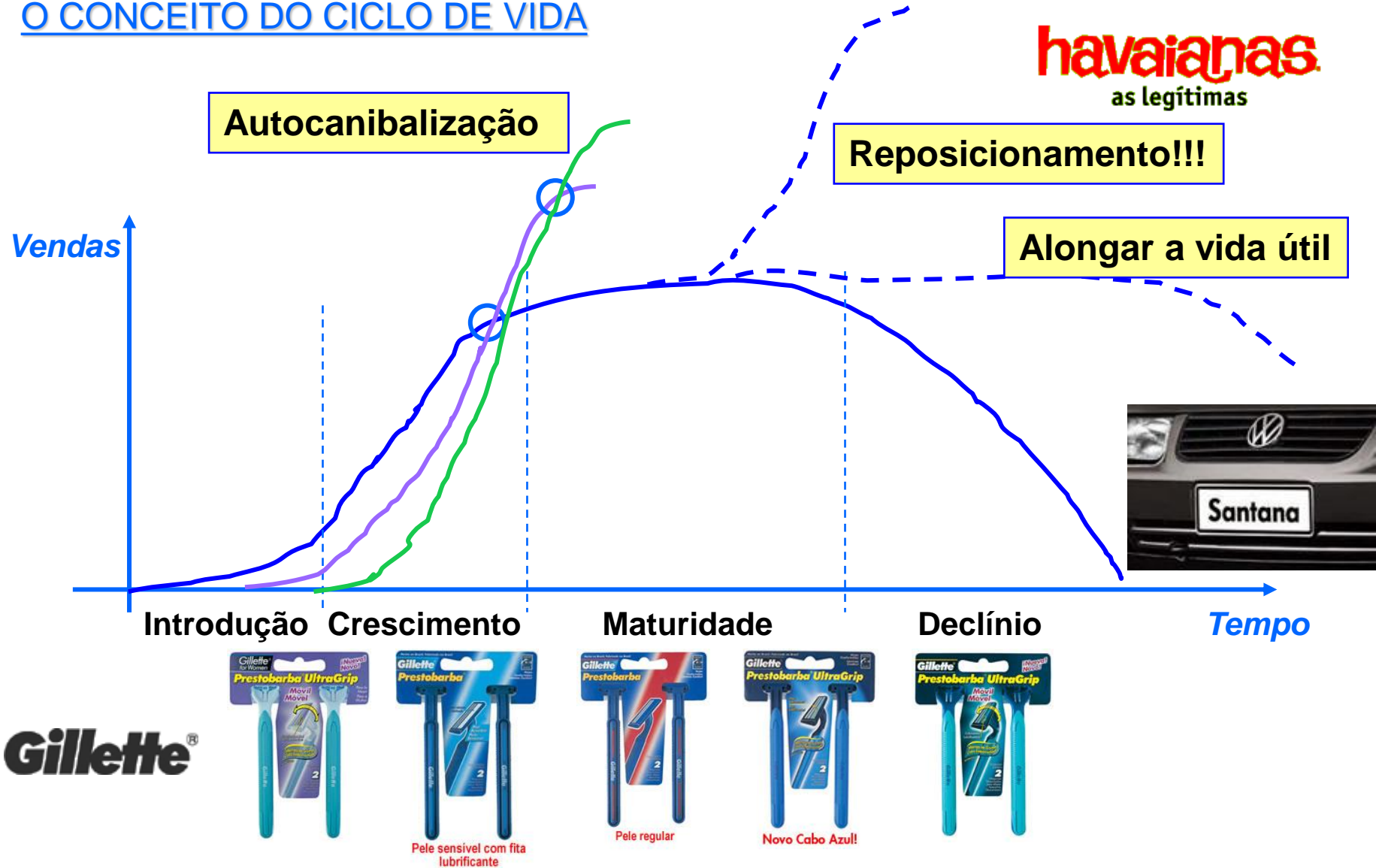
Marketing

O CONCEITO DO CICLO DE VIDA



Marketing

O CONCEITO DO CICLO DE VIDA



MARKETING

Mix de Marketing: PREÇO

Custo unitário de algo posto a venda.

- É o único elemento do composto de marketing que produz receita.
- É um dos elemento mais flexíveis do composto;
- O preço impacta fortemente o resultado final da empresa.

MARKETING

Mix de Marketing: PRAÇA.

(Distribuição)

Processo Decisório sobre a disponibilidade do produto ao mercado

- Venda direta: Avon.
- Venda por intermediários: IBM, HP
- Venda Dual: 3COM



Concorrência entre
canais de
distribuição.

MARKETING

Mix de Marketing: PRAÇA. (Distribuição)

“O varejistas tem o desafio de trazer os consumidores de volta a suas lojas”

Fonte: Administração de Marketing - P. Kotler.

MARKETING

Mix de Marketing: PROMOÇÃO

(Composto promocional)

Toda e qualquer forma de comunicação que a empresa realiza com seus diversos públicos. E todos os estímulos orientados para que este públicos multipliquem a comunicação.

Ferramentas do composto promocional:

- **Propaganda;**
- **Promoção de vendas;**
- **Relações públicas;**
- **Forças de vendas;**
- **Marketing direto;**

MARKETING

Mix de Marketing: PROMOÇÃO

(Composto promocional)

- **Propaganda** – divulgação paga, nos veículos de comunicação, usando de criatividade e recursos audiovisuais
- **Publicidade** – divulgação não-paga, nos veículos de comunicação, de mensagens sobre a empresa
- **Relações Públicas** – processo que envolve uma variedade de programas desenvolvidos para promover ou proteger a imagem de uma empresa ou de seus produtos e serviços

MARKETING

Mix de Marketing: PROMOÇÃO

(Composto promocional)

- **Promoção de Vendas** – incentivos para estimular experimentação ou compra de um produto ou serviço
- ***Merchandising*** – técnica de exposição e apresentação do produto no ponto de venda ou pontos promocionais, de modo a criar impulso de compra
- **Marketing Direto** – marketing interativo que usa um ou mais meio de propaganda para obter resposta mensurável ou uma transação em qualquer local
- **Venda Pessoal** – interação face-a-face com um ou mais compradores potenciais, com o propósito de realizar vendas