

Gestão de Marketing

GBP AEP

CONFIDENCIAL E EXCLUSIVO

É proibido usar este material sem autorização expressa da BTC.

Pablo Picasso – Jeune fille endormie

Disclaimer

Este material foi utilizado como apoio gráfico a uma apresentação oral e, portanto, não representa registro completo do que foi abordado na referida apresentação.

O emprego de todas logomarcas possui caráter estritamente ilustrativo, não indicando parceria, promoção ou qualquer vínculo entre as organizações citadas e a BTC.

Nenhuma das partes deste documento pode ser veiculada, transcrita ou reproduzida sob qualquer forma ou por quaisquer meios — eletrônico, fotocópia, gravação ou outros — sem prévio consentimento por escrito da BTC



Objetivos

- Apresentar os principais fundamentos de Marketing e Marketing Estratégico;
- Discutir as principais ferramentas da Gestão de Marketing;
- Fornecer conhecimento inicial para alunos que tenham interesse em trabalhar na área de Marketing ou em projetos relacionados à Marketing;

Aulas

Assuntos

1ª Aula

Introdução ao Marketing

2ª Aula

Gestão de Marketing

3ª Aula

Construindo marcas fortes

4ª Aula

Produto

5ª Aula

Preço

6ª Aula

Praça

7ª Aula

Promoção

8ª Aula

Marketing digital

9ª Aula

Inovação e Tipos de Inovação

10ª Aula

Open Innovation e Design Thinking

Aulas

Assuntos

1ª Aula

Introdução ao Marketing

2ª Aula

Gestão de Marketing

3ª Aula

Construindo marcas fortes

4ª Aula

Produto

5ª Aula

Preço

6ª Aula

Praça

7ª Aula

Promoção

8ª Aula

Marketing digital

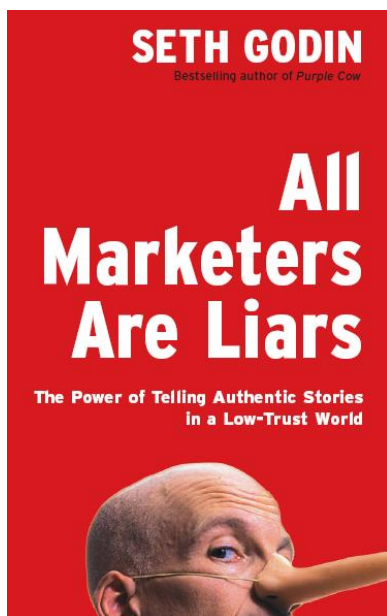
9ª Aula

Inovação e Tipos de Inovação

10ª Aula

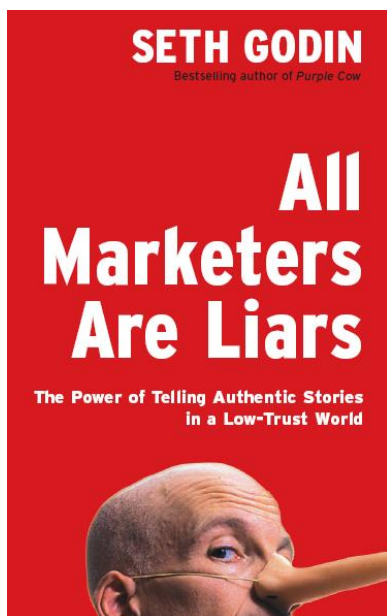
Open Innovation e Design Thinking

O que é Marketing? (1/2)



De acordo com os textos
Marketing é...

• ...



De acordo com os textos Marketing é...

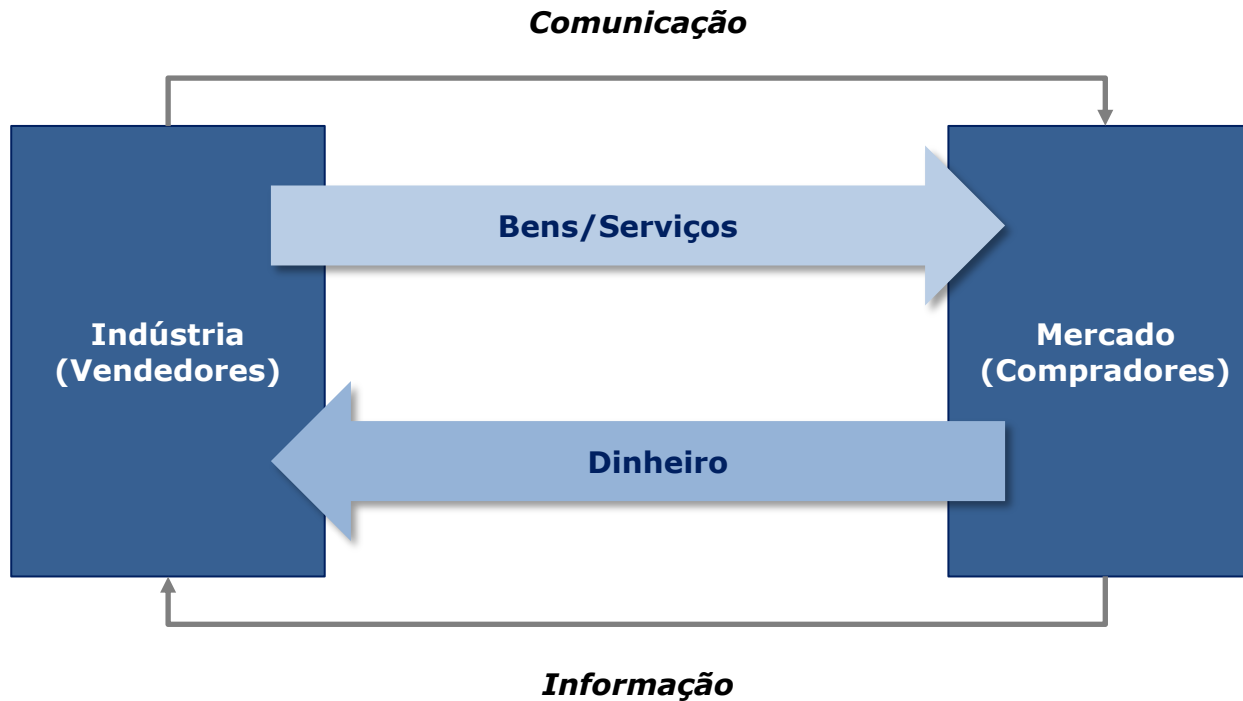
- Contar histórias (verdadeiras ou não); histórias que as pessoas querem ouvir
- Fazer o cliente perceber o valor do seu produto
- Captar a atenção das pessoas
- Criar uma relação com o cliente, oferecer produtos únicos e com qualidade superior
- Contar histórias sobre relações verdadeiras dos clientes com os produtos
- Construir a marca e colher os frutos

Definição formal

"Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating and delivering value to customers and for managing customer relationships in ways that benefit the organization and its stakeholders"

The American Marketing Association

Sistema Simples de Marketing



Valor



Valor

Relação entre os benefícios e custos percebidos pelo cliente

**Valor ao
Cliente**

=

Benefícios Funcionais + Benefícios Emocionais

Custos Monetários + Tempo + Energia + Psicológicos



Exemplos de criação de valor ao cliente (1/2)



Algumas marcas são conhecidas por se posicionarem na melhor relação Custo e Benefício



ZARA

Lenovo

swatch[®] 

Necessidades

- Necessidades básicas humanas: água, comida, ar, alimentação, roupas, abrigo, etc.
- Diversão e educação também podem ser consideradas necessidades básicas

Desejos

- Objetos específicos que satisfazem as necessidades. Ex:
 - Necessidade: comida
 - Desejo: hambúrguer com batata frita
- Desejos são moldados pela sociedade

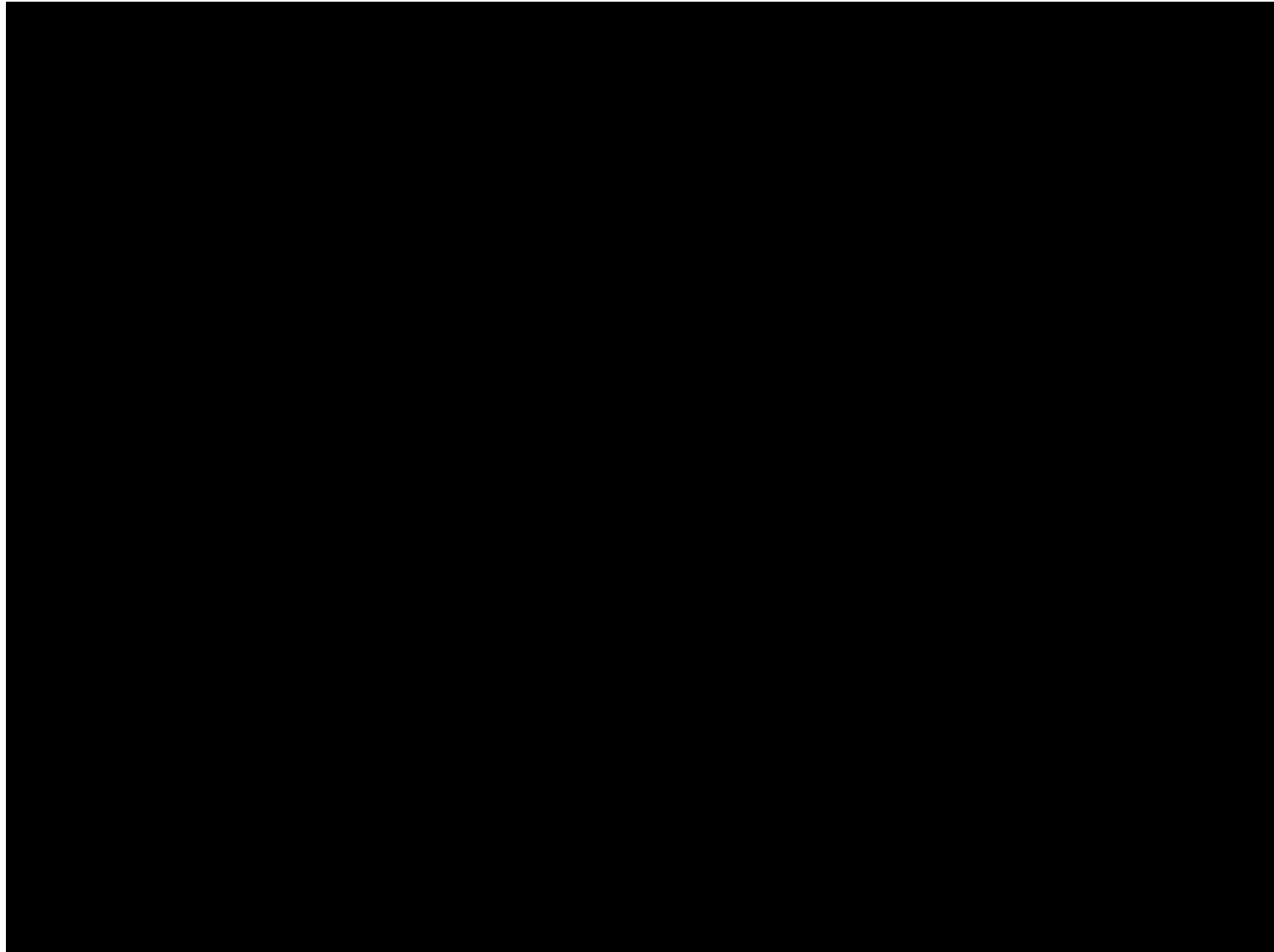
Demanda

- Desejos por produtos específicos suportados por uma habilidade de pagar pelo produto
- Ex: Ferrari: muitos desejam, mas poucos podem pagar

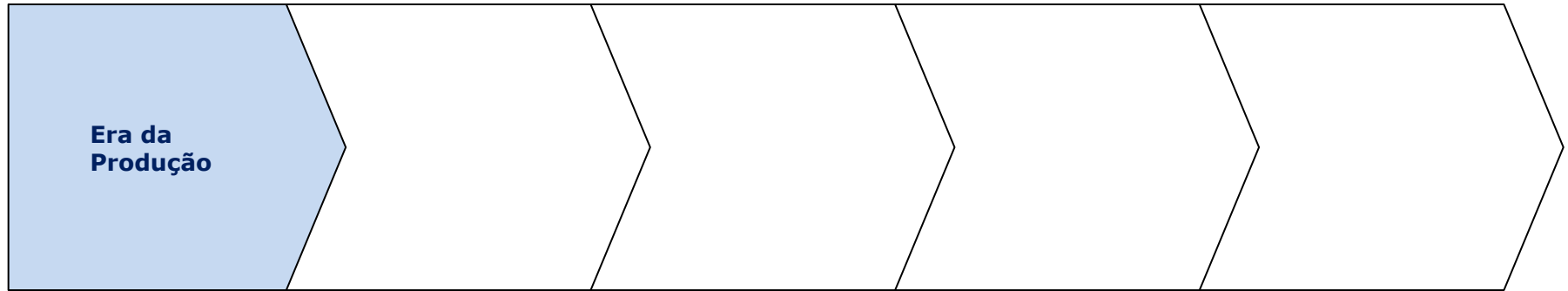


- Marketing não cria necessidades, apenas influencia os desejos
- Para isso, pessoas de marketing devem ser capazes de entender os desejos de seus clientes



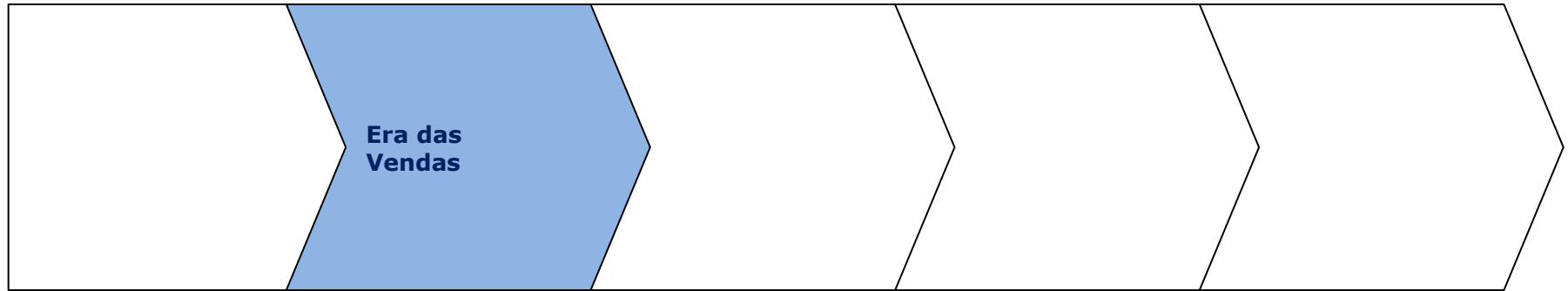






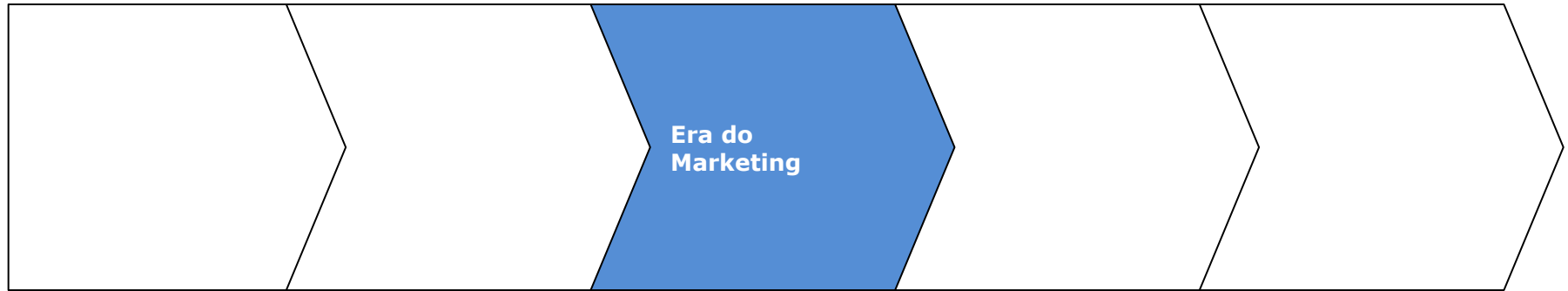
- Produção em massa, sem diferenciação
- Produção eficiente
- Grande disponibilidade de produtos a preços baixos





- Esforço concentrado em vendas
- Criação da força de vendas e marketing agressivo
- Produtos ainda são padronizados, não levam em conta a real necessidade do cliente





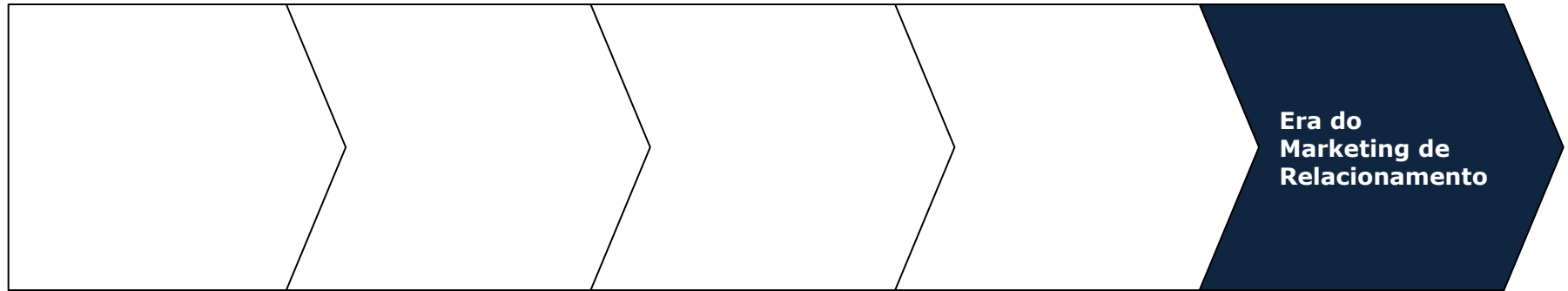
- Criação de produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes
- Criação da área de Marketing nas empresas
 - Área de Vendas está preocupada em transformar produtos em dinheiro
 - Área de Marketing está preocupada em satisfazer as necessidades dos clientes



Era das
"Companhias de
Marketing"

- Marketing determina as direções da companhia
- Todas as áreas das empresas estão voltadas para satisfazer a necessidade dos clientes (ex: mudanças no produto, redução de preços, menores prazos de entrega, melhor serviço pós-venda, etc.)





- Objetivo das empresas é estabelecer relacionamentos de longo prazo com clientes:
 - Fidelidade dos clientes
 - Vendas recorrentes para mesmos clientes
- Custo para manter um cliente atual é cinco vezes menor que o custo para conseguir um novo cliente



Aulas

Assuntos

1ª Aula

Introdução ao Marketing

2ª Aula

Gestão de Marketing

3ª Aula

Construindo marcas fortes

4ª Aula

Produto

5ª Aula

Preço

6ª Aula

Praça

7ª Aula

Promoção

8ª Aula

Marketing digital

9ª Aula

Inovação e Tipos de Inovação

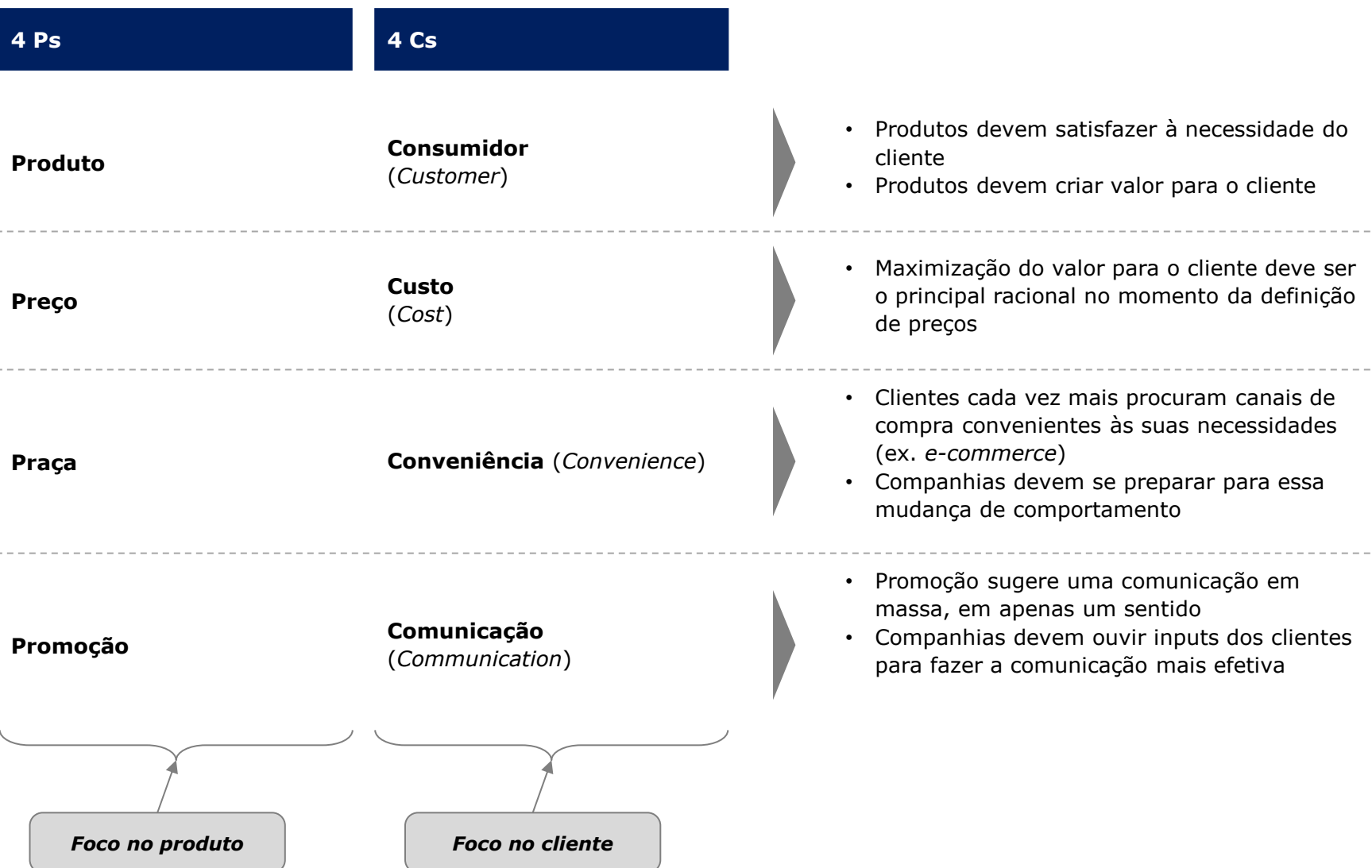
10ª Aula

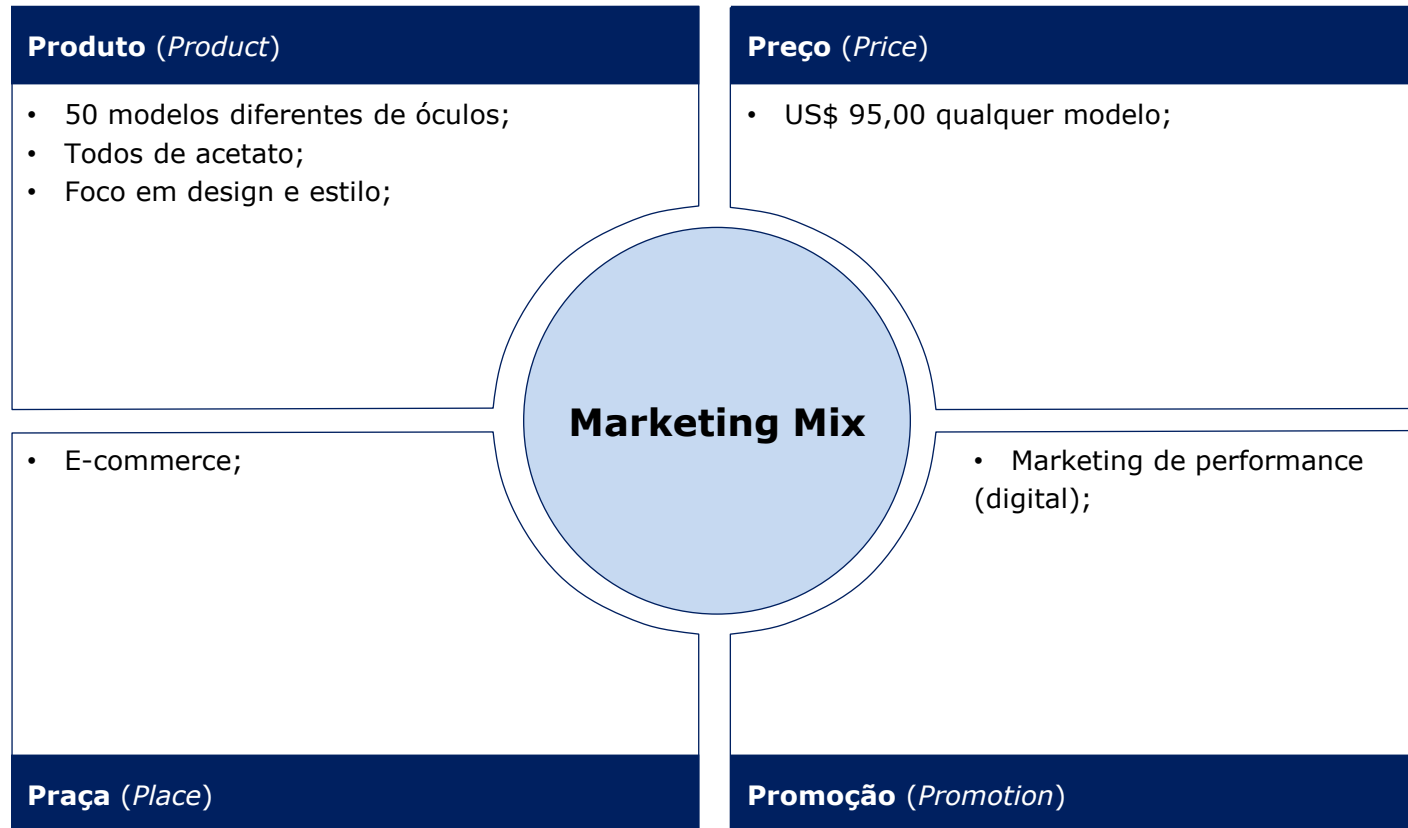
Open Innovation e Design Thinking

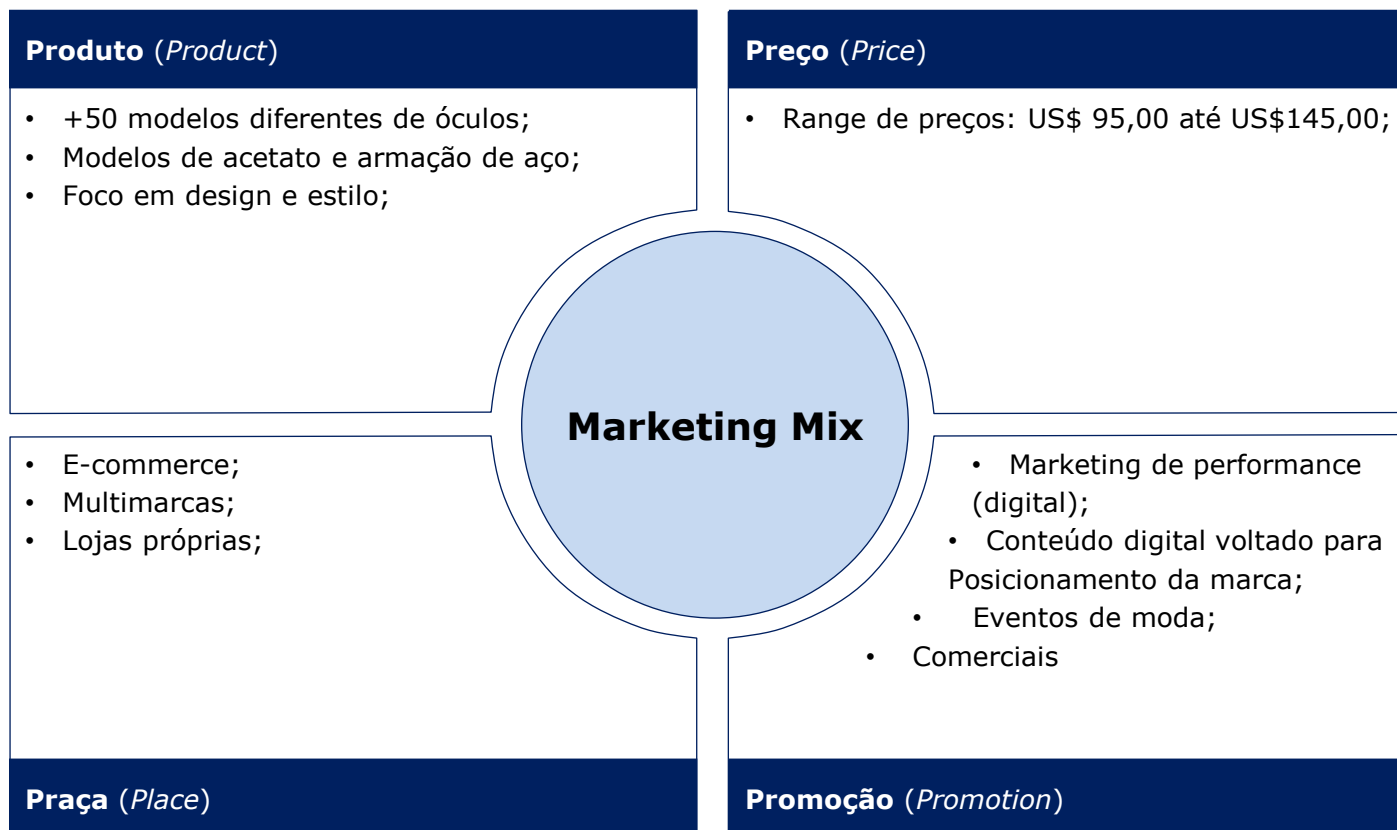


Uma estratégia de marketing é consistente quando os 4Ps estão alinhados entre si.

Marketing Mix – 4Cs





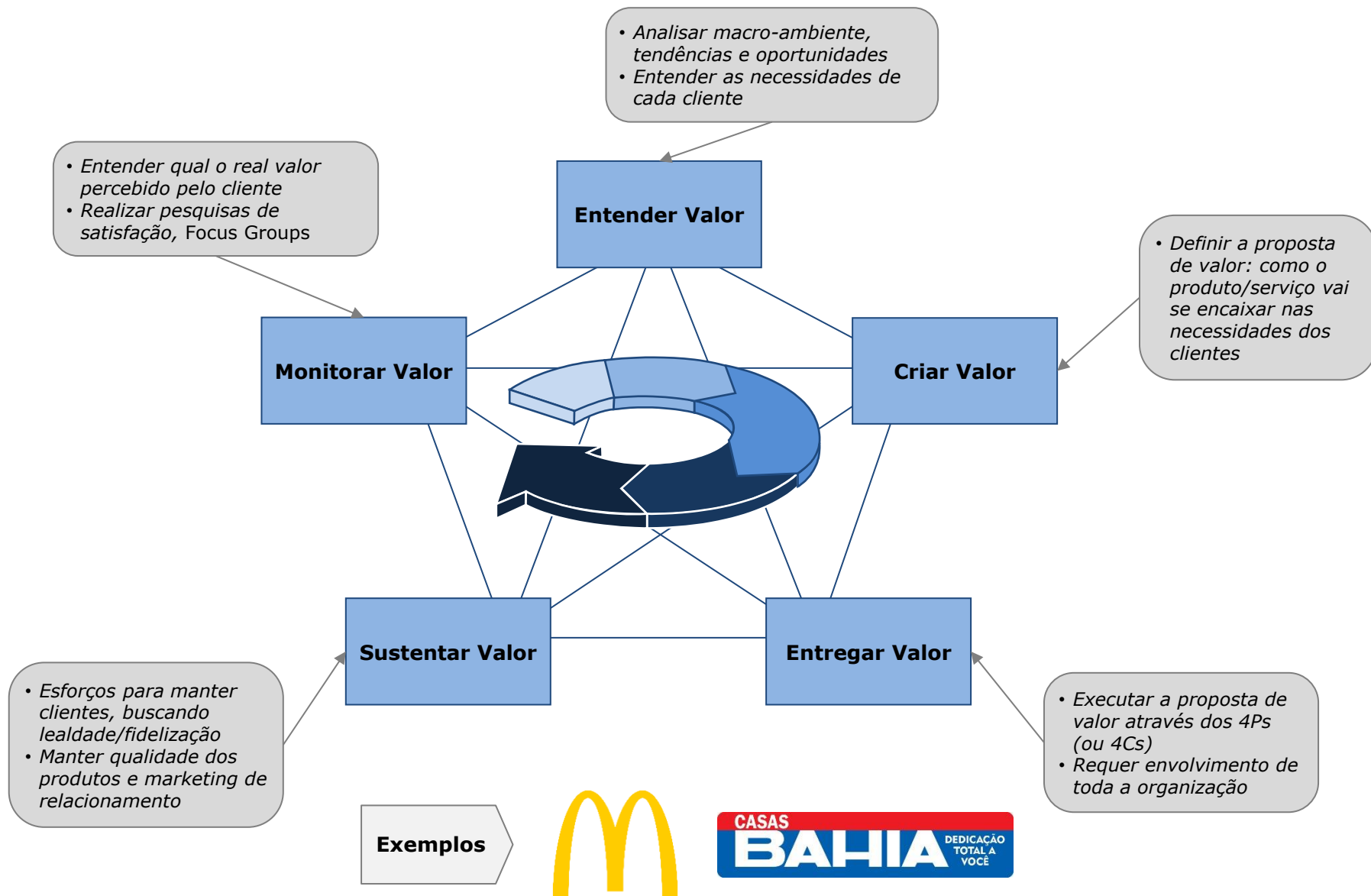




Exemplo



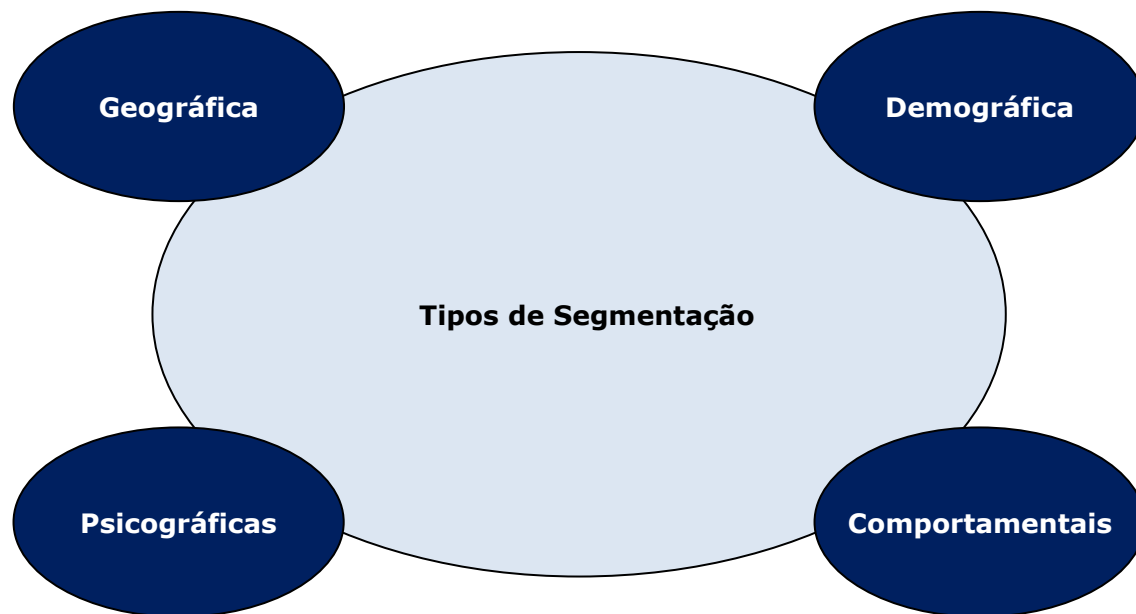
Processo de Gestão de Marketing



Segmento de mercado

- Grupo de consumidores que tem necessidades e desejos semelhantes
- Segmentar permite oferecer melhores produtos, preços, prazos de entrega e monitorar melhor o mercado

Tipos de segmentação



Que tipo de segmentação foi predominante na criação dos seguintes produtos:

Exemplo 1



Exemplo 2



Exemplo 3

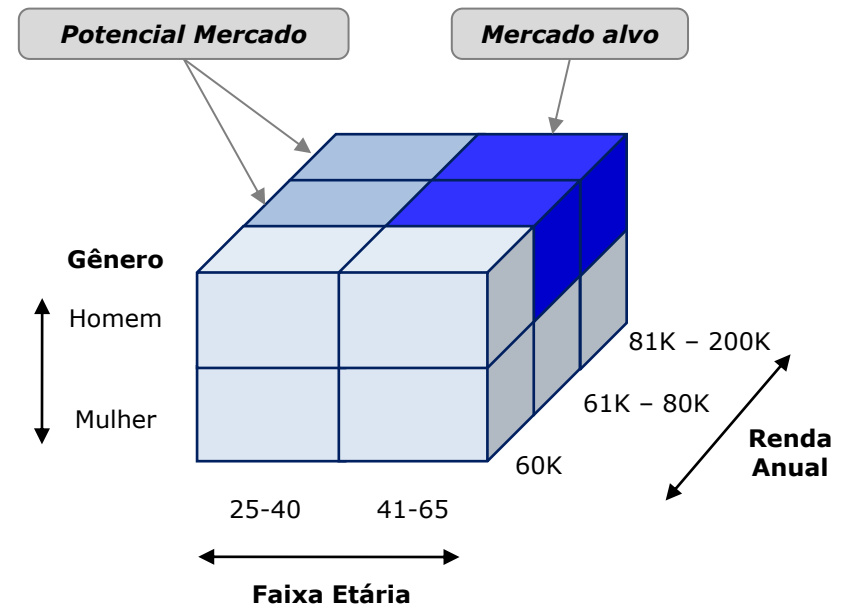


Critérios para definição do mercado alvo

- Número de consumidores no segmento e potencial de consumo
- Habilidade da empresa em alcançar consumidores deste segmento e custo envolvido
- Intensidade da competição
- Nível de satisfação dos consumidores com ofertas atuais dos concorrentes
- Previsão de crescimento do segmento
- Lucratividade do segmento
- Barreiras de entrada



Mercado alvo



Artigos esportivos



Chuteira Nike Mercurial Veloce III
Neymar Campo Masculina
R\$ 799,90
ou 10X de R\$ 79,99 sem juros



Chuteira Nike Mercurial Vortex III
Neymar Campo Masculina
R\$ 279,90
ou 10X de R\$ 27,99 sem juros



Chuteira Nike Mercurial Vapor XI
Neymar Campo Masculina
R\$ 1.299,90
ou 10X de R\$ 129,99 sem juros



Chuteira Nike Mercurial Victory VI
Dynamic Fit Neymar Campo
Masculina
R\$ 529,90
ou 10X de R\$ 52,99 sem juros

Alimentos



Mundo Verde

Você mais saudável

Targeting (diferentes marcas) – Exemplos: Hotéis

