

APÊNDICE B: QUESTÕES PARA DISCUSSÃO DO CASO EM SALA DE AULA

- 1) Quais variáveis de segmentação de mercado são identificadas no estudo de caso da GVT e suas aplicações?
- 2) Qual estratégia de delimitação de mercado é utilizada pela GVT e que fato evidencia esta estratégia no estudo de caso?
- 3) Identifique o posicionamento da empresa no mercado de telecomunicações e as bases utilizadas.
- 4) Quais e quantos segmentos a empresa tem como foco? Justifique.
- 5) A segmentação de mercado como estratégia de marketing proporcionou benefícios para a empresa em estudo? Justifique.

1.1 Tema

Segmentação de mercado.

1.1.1 Delimitação do tema

Segmentação de mercado como estratégia de *marketing*. Caso GVT.

1.2 Objetivo geral

Analisar a importância da estratégia de segmentação de mercado para a empresa GVT. 13

1.3 Objetivos específicos

- a) Descrever conceito de segmentação de mercado;
- b) Descrever as bases para a segmentação de mercado;
- c) Identificar estratégias para a seleção de mercado alvo;
- d) Verificar estratégias de posicionamento;
- e) Mostrar a importância e vantagens da segmentação de mercado;
- f) Estudo de caso GVT.

1.4 Justificativa

Estando a nova ordem mundial focada no relacionamento, para garantir sucesso as empresas têm ultrapassado as paredes da organização e concentrado seus esforços na ampliação do relacionamento com os clientes. Estas práticas são norteadas

pelo *marketing*, que propicia a adoção de mecanismos e ferramentas necessárias ao

efetivo conhecimento do mercado de atuação da empresa.

Com a presença da competição acirrada, a GVT viu na segmentação de mercado uma grande oportunidade, identificando um grande grupo de potenciais clientes que diferem em seus desejos, poder de compra, localizações geográficas e atitudes.

Segundo Lamb (2004, p.206) "Segmentação de mercado é o processo de divisão de um mercado em segmentos ou grupos significativos, relativamente homogêneos e identificáveis".

Com tanta diversidade, não se pode tratar todos os clientes da mesma forma como não se pode tratar todos de forma diferente, então a alternativa seria reunir grupos de pessoas com características, preferências e gostos semelhantes, e tratá-los

como se fossem iguais, criando produtos que atendam a necessidade de cada grupo. GVT Global Village Telecom