

Encontro 19

Disciplina: Planejamento Estratégico de Marketing

Unidade III: Arquitetura Estratégica

Prof.: Mario Filho

E-mail: pro@mariofilho.com.br

Período: 4º. ADM

5.1. + Posicionamento de Mercado



+ Posicionamento de Mercado

- Quando os administradores escolhem os segmentos, eles estão decidindo sobre o mercado-alvo em que irão atuar.
- Mercado-alvo ou público-alvo (*target*), são os segmentos de mercado escolhidos para fazer uma ação de marketing.



+ Posicionamento de Mercado

- Posicionar um produto é fazer como que ele ocupe um lugar de destaque na mente do cliente-alvo, o que é obtido através de um conjunto de ações de marketing.



Dinâmica:

- Vamos descobrir como algumas marcas estão posicionadas na sua cabeça?
- A seguir serão exibidas várias marcas.
- Em cada uma, tente descobrir o sentimento e a impressão que vem na sua cabeça no momento que ela é exibida...

Qual a sua impressão sobre esta
marca?



Qual a sua impressão sobre esta
marca?

VICTORIA'S
SECRET

Qual a sua impressão sobre esta
marca?



BENTLEY

Qual a sua impressão sobre esta
marca?

Johnson & Johnson

Qual a sua impressão sobre esta
marca?



cce

Qual a sua impressão sobre esta
marca?



Dinâmica:

- Agora vamos ver a marca e descobrir qual o primeiro produto que vem na sua cabeça?

Qual o PRIMEIRO produto que veio na sua cabeça?



Qual o PRIMEIRO produto que veio na sua cabeça?



Qual o PRIMEIRO produto que veio na sua cabeça?

HONDA
The Power of Dreams

#VCDHALLCOM

Qual o PRIMEIRO produto que veio na sua cabeça?



Qual o PRIMEIRO produto que veio na sua cabeça?



6. Diferenciação (Diferencial Competitivo)



Diferenciação ou Diferencial

- O importante para criar um posicionamento é estabelecer um diferencial. Que são as características distintas, que sejam importantes para o consumidor visado.
- Segundo Kotler, diferenciação é o ato de desenvolver um conjunto de diferenças significativas para distinguir a oferta da empresa da oferta da concorrência.



Propaganda Fiat Siena 2009

Link: <http://www.youtube.com/watch?v=DWAMKA-wBOs>

6.1. Critérios de Diferenciação

Critérios de Diferenciação

- Segundo Kotler, as tentativas de diferenciação devem atender aos seguintes critérios:
 - **Importância:** uma diferença deverá criar um benefício altamente valorizado por significativo número de clientes.
 - **Distinto e Disponível:** a diferença não pode ser imitada, ou, melhor, desempenhada por outros.
 - **Superior:** a diferença deverá providenciar uma forma superior para o cliente obter o benefício em questão.
 - **Comunicável:** a diferença deverá ser capaz de ser comunicada para os clientes e ser entendidas por eles.
 - **Acessível:** os clientes-alvos devem poder pagar pela diferença.
 - **Rentável:** a diferença irá determinar um preço adequado para o produto, a fim de torná-lo rentável para a empresa.



Waldez Ludwig na Globo News

Link: <http://www.youtube.com/watch?v=dF6hEg2WxdQ>

Variáveis de Diferenciação

Produtos	Serviços	Pessoal	Canal	Imagem
<ul style="list-style-type: none">-Forma;-Características;-Desempenho;-Conformidade;-Durabilidade;-Confiabilidade;-Facilidade de reparo;-Estilo;-Design.	<ul style="list-style-type: none">-Facilidade de Pedido;-Entrega;-Instalação;-Treinamento do cliente;-Orientação ao cliente;-Manutenção e reparo;-Serviços diversos.	<ul style="list-style-type: none">-Competência;-Cortesia;-Credibilidade;-Confiabilidade;-Capacidade de resposta;-Comunicação.	<ul style="list-style-type: none">-Cobertura;-Especialidade;-Desempenho.	<ul style="list-style-type: none">-Símbolos;-Mídia;-Atmosfera;-Eventos.

O Cego e o Publicitário em Paris.



“Hoje é primavera em Paris.... e eu não posso vê-la”




Diferencial em serviço:

Link: <http://www.youtube.com/watch?v=63sAF1EWcOQ>

Exercício:

- Pense em uma empresa local (de Imperatriz).
- Pense no segmento de mercado que ela atua.
- Qual o diferencial desta empresa utiliza que ficou bem claro para você?
- Na sua opinião, o posicionamento dela está correto?



*“Diferencial é a mágica
que faz o concorrente desaparecer.”*
(Michel Didier)

Próxima Encontro:

- **Data:** 11/04/2011 (próxima segunda-feira)
- **Horário:** 19:00 (pontualmente)
- **Assunto:** 1^a. Avaliação Bimestral.