



CVEM

EMPREENDE
ENDER

BOAS IDEIAS PARA O SEU NEGÓCIO



FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA
ENSINANDO E APRENDENDO



EGES

Escritório de Gestão,
Empreendedorismo e
Sustentabilidade

MÓDULOS DO CURSO

AULA 3

Tema: Marketing e vendas para empreendedores



Wilson Lins

Administrador de Empresas – Unifor. Pós-graduado em Gestão Empresarial – UECE. Mestrado em Marketing – Unifor. Doutorando em Ciências da Cultura – UTAD -PT. Professor da Unifor. Consultor empresarial nas áreas de Criação e Organização de negócios e Desenvolvimento de Produtos e Mercado. Consultor técnico EGES.

MARKETING E VENDAS: PREPARANDO A ABORDAGEM AO MERCADO

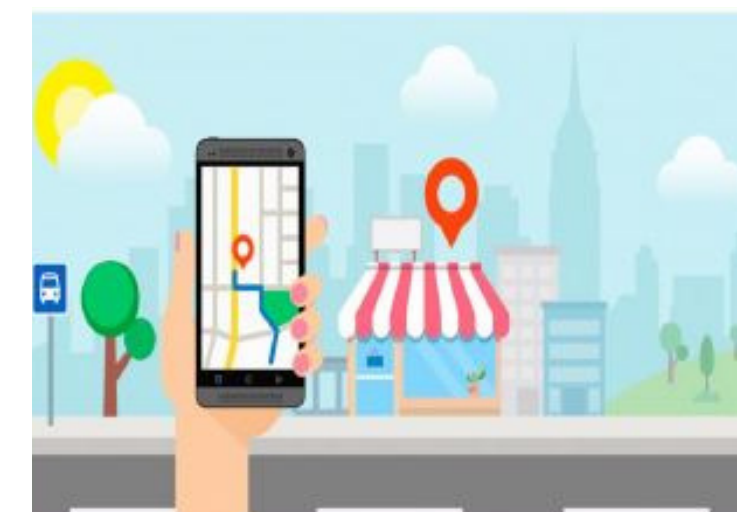
MARKETING E VENDAS

Perspectivas de que o consumo se torne cada vez mais consciente.



A marca faz toda a diferença.

Maior valorização do comércio local.



MARKETING E VENDAS



Necessidade de se conhecer o cliente, personalizando o atendimento.

Comunicação online (Interação virtual supre ausência física.



MERCADO



MERCADO



Seleção de conjuntos de clientes com perfis e demandas similares alinhados a proposta de valor da empresa e atrativos ao negócio.

MERCADO



Caracterizar Nicho de mercado

GRUPOS DE COMPRADORES

Focados em serviço (Abordagem assistencial)



Orientados por preço (oportunidade)



GRUPOS DE COMPRADORES

Por inovação (exclusividade)



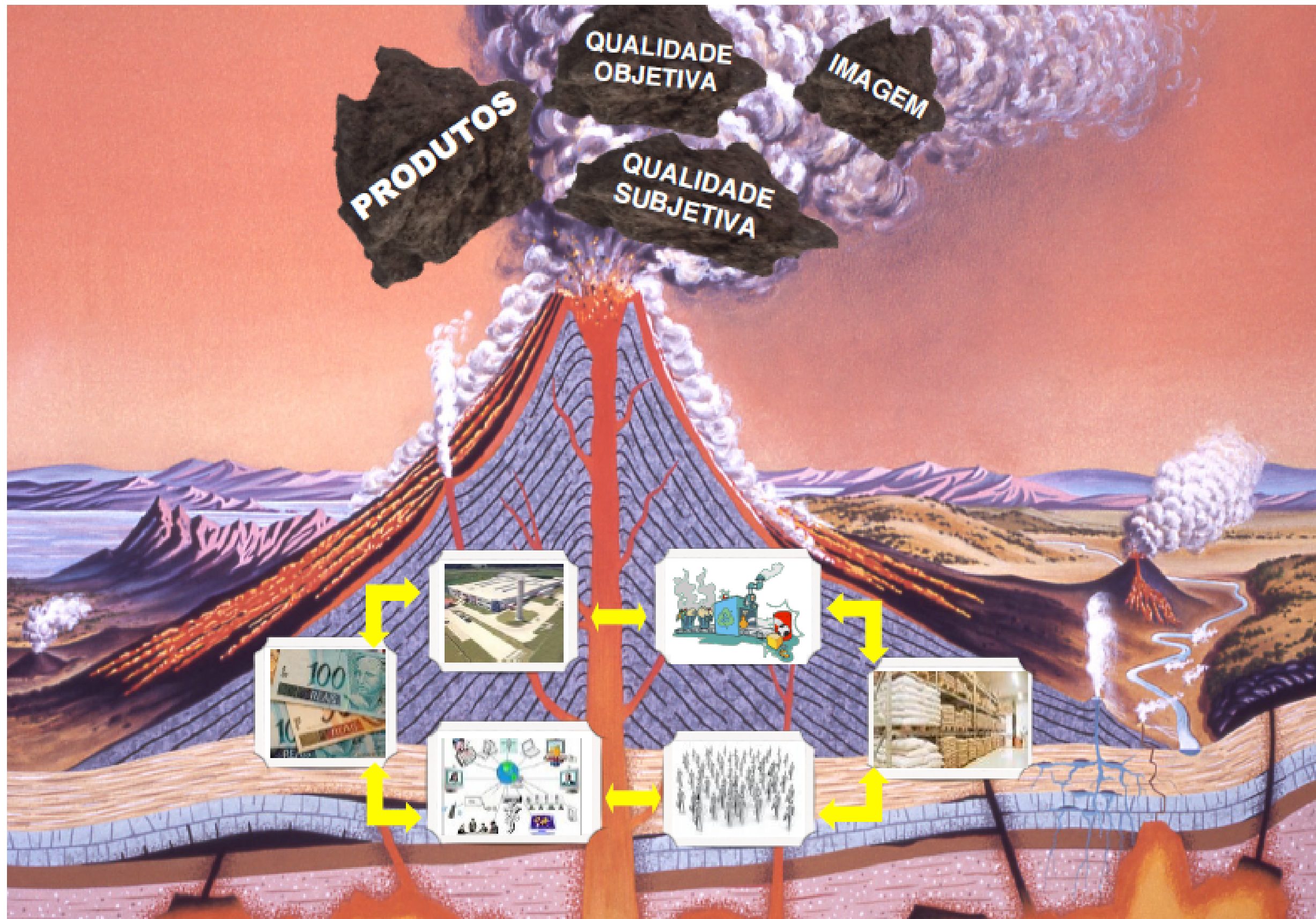
Por solução de problemas
(gerenciamento de contas)



GRUPOS DE COMPRADORES

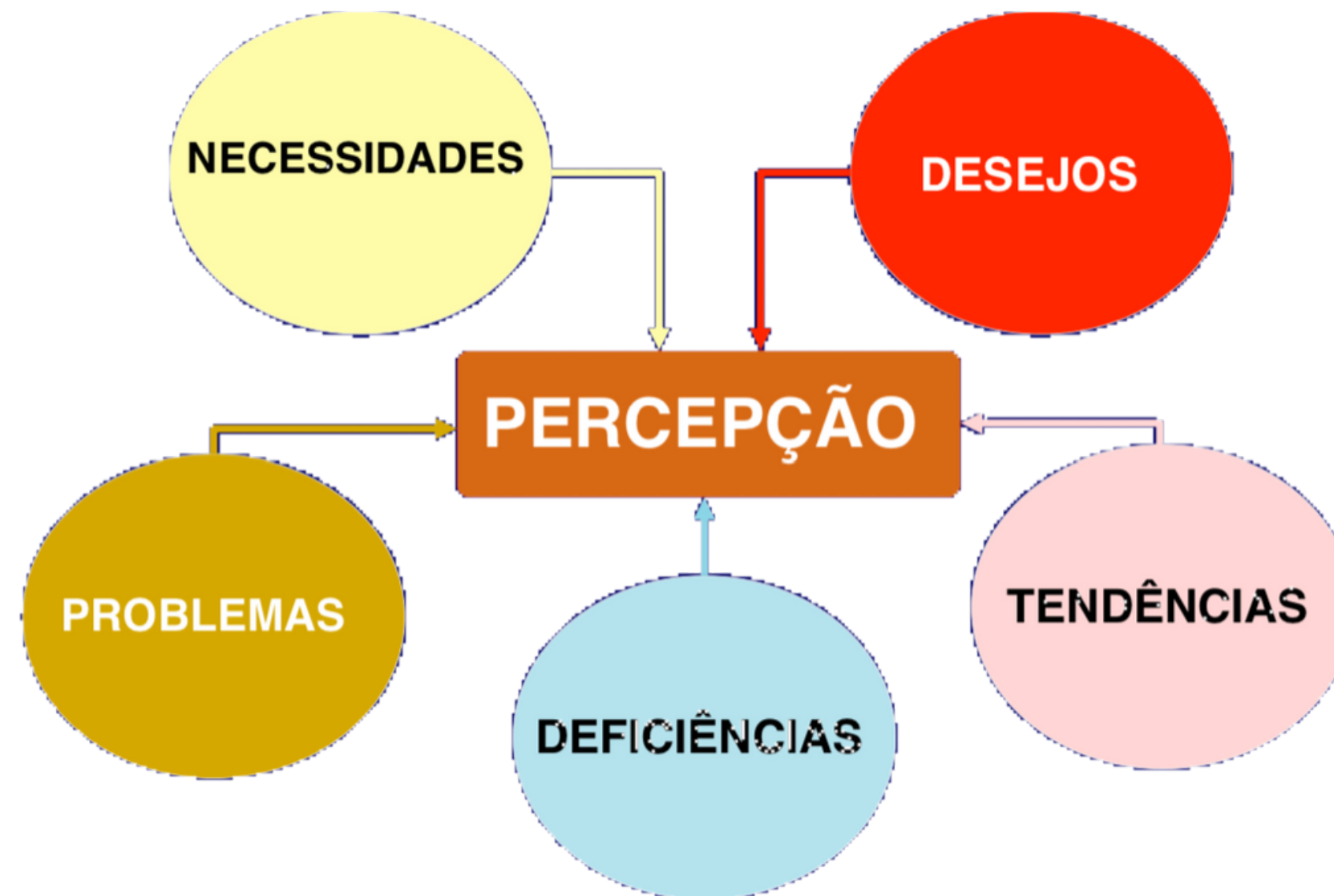
CARACTERÍSTICAS





SURGIMENTO DE PRODUTOS

PRODUTOS SURGEM PELA A PERCEPÇÃO DA EXISTÊNCIA DE:



PRODUTOS



Conjunto de atributos oferecidos a um mercado na intenção de satisfazer a uma necessidade e/ou desejo.

ATRIBUTOS DE PRODUTOS



Particularidade presente em um bem e/ou serviço atuando como agente de diferenciação.

VANTAGEM DIFERENCIAL



Característica de uma organização ou marca notada pelos consumidores como desejável e diferente diante da concorrência.

CRIANDO NOME PARA O NEGÓCIO/PRODUTO

Procure um nome com letras do princípio do alfabeto (Objetivo de Posicionamento em Mídias).



Utilize palavras que tenha certa conexão com o negócio/produto (Objetivo de Personalidade).

CRIANDO NOME PARA O NEGÓCIO/PRODUTO

Evitar Modismos (Objetivo de Permanência de Identidade).



Nomes curtos, simples, fáceis de escrita, memorização e pronúncia (Objetivo de Viralização).

CRIANDO NOME PARA O NEGÓCIO/PRODUTO

Investigue a legislação e a possibilidade de registro e proteção (Objetivo de Legalização).



Delimite os territórios de atuação. Evite problemas de linguagem e restrições a pronúncia, percepção e entendimento.

CRIANDO NOME PARA O NEGÓCIO/PRODUTO



Elabore uma logomarca (Comunicação visual e textual).

DEFINA PRIORIDADES PARA USO NA WEB



Facilidade de rastreamento em redes sociais.

Possibilidade de obtenção de domínio (.com.br).



Facilidade de localização em sites de busca.

CONFIGURAÇÃO H/V DE PORTFÓLIO

HORIZONTALIZAÇÃO							
VERTICALIZAÇÃO	HIGIENE/LIMPEZA E PERFUMARIA	CEREAIS	LATICÍNIOS	DOCES, SALGADOS e PANIFICADORA	HORTI FRUTIGRANJEIRO	FRIOS	BAZAR
	Deo Colônias	Arroz	Leite em pó	Biscoitos	Tomate	Queijos	Plásticos
	Colônias	Feijão	Leite	Bolachas	Cebola	Presunto	Copos
	Sabonetes	Farinha	Leite Condensado	Bolos	Batata	Salsichas	Garrafas Térmicas
	Shampoos	Massa de Milho	Creme de leite	Pães	Melancia	Salames	Panelas
	Desodorantes		Chocolate		Coentro		Bandejas
	Perfumes		Achocolatados		Cebolinha		

GESTÃO DE PORTFÓLIO

		Participação relativa de mercado	
		Alta	Baixa
Crescimento do mercado	Alto	 Estrela	 Em questionamento
	Baixo	 Vaca leiteira	 Abacaxi

Avaliar índices de posituação.

GESTÃO DE PORTFÓLIO



Selecionar Cadeia de Suprimentos e Logística.

GESTÃO DE PORTFÓLIO



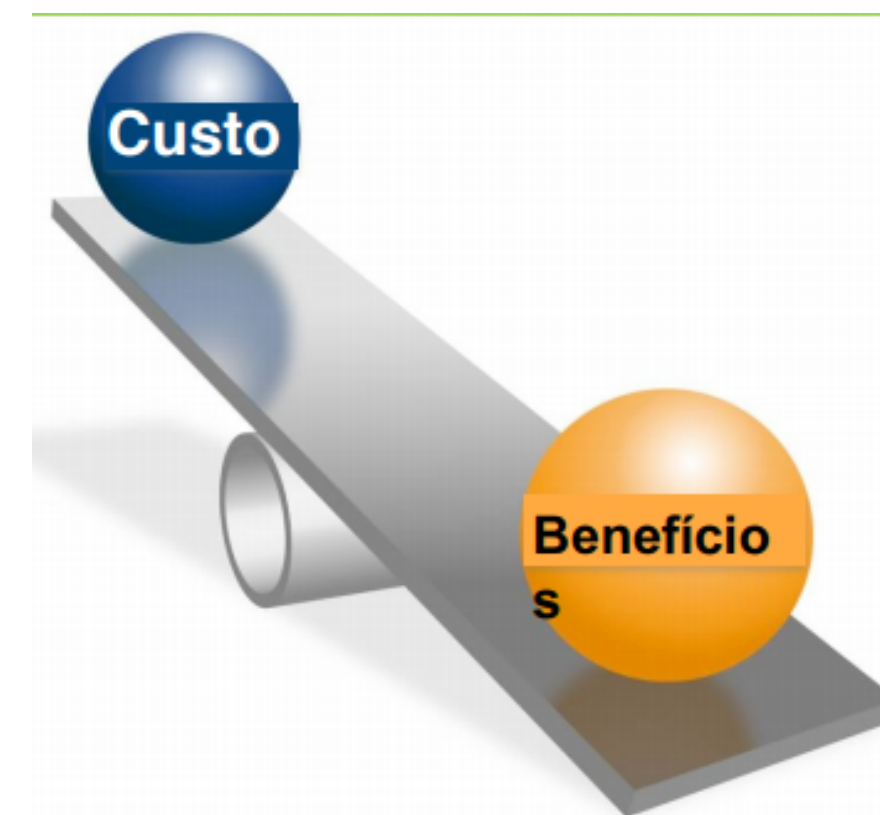
Avaliar possíveis expansões e reduções.

ESTRATÉGIAS PARA PENETRAÇÃO NO MERCADO

FOCADAS NA CONCORRÊNCIA



Preço



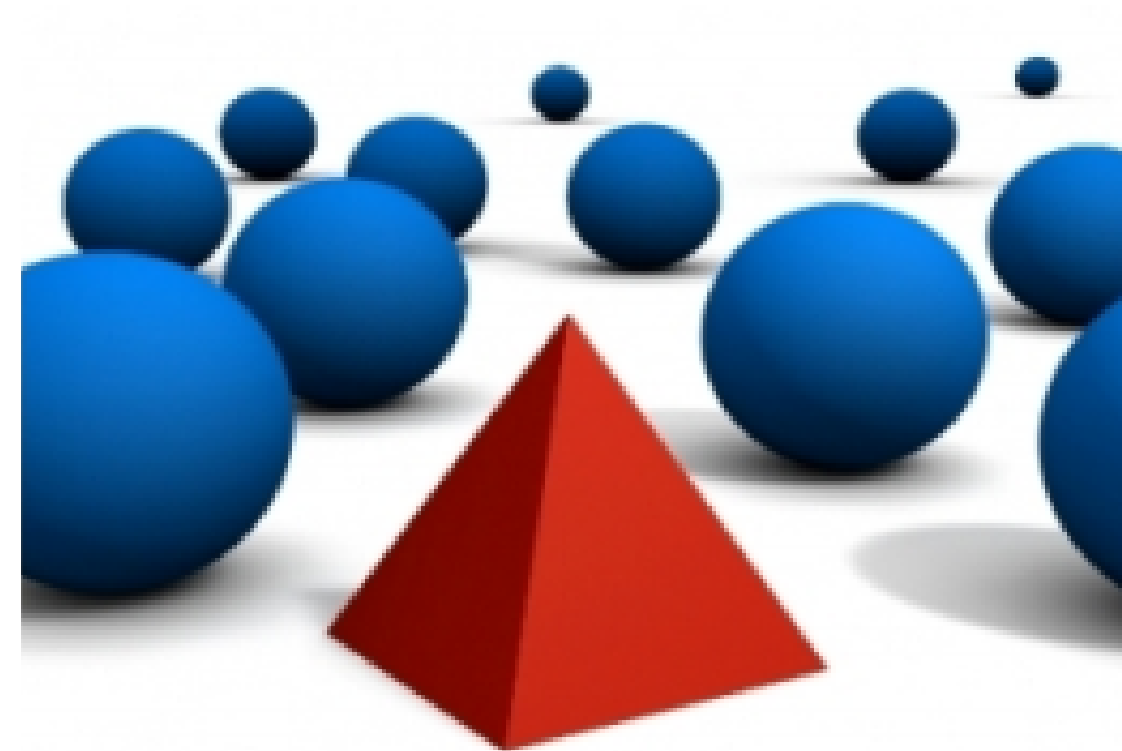
ESTRATÉGIAS PARA PENETRAÇÃO NO MERCADO

FOCADAS NA CONCORRÊNCIA

Inovação



Diferencial



ESTRATÉGIAS PARA PENETRAÇÃO NO MERCADO

FOCADAS NO MERCADO

Produto indiferenciado



Concentrada



Produto diferenciado



PORTFÓLIO DE ITENS E SERVIÇOS



Grupo de produtos (itens e serviços) disponibilizado ao mercado por uma empresa. Conjunto de trabalhos, coleção de produções de um indivíduo ou organização e até, no âmbito econômico, ao grupo de títulos comerciáveis de determinada pessoa jurídica.

PORTFÓLIO DE ITENS E SERVIÇOS

FOCADA NOS PRODUTOS E POTENCIAL DA EMPRESA



ESTRATÉGIAS PARA ENTRANTES NO MERCADO

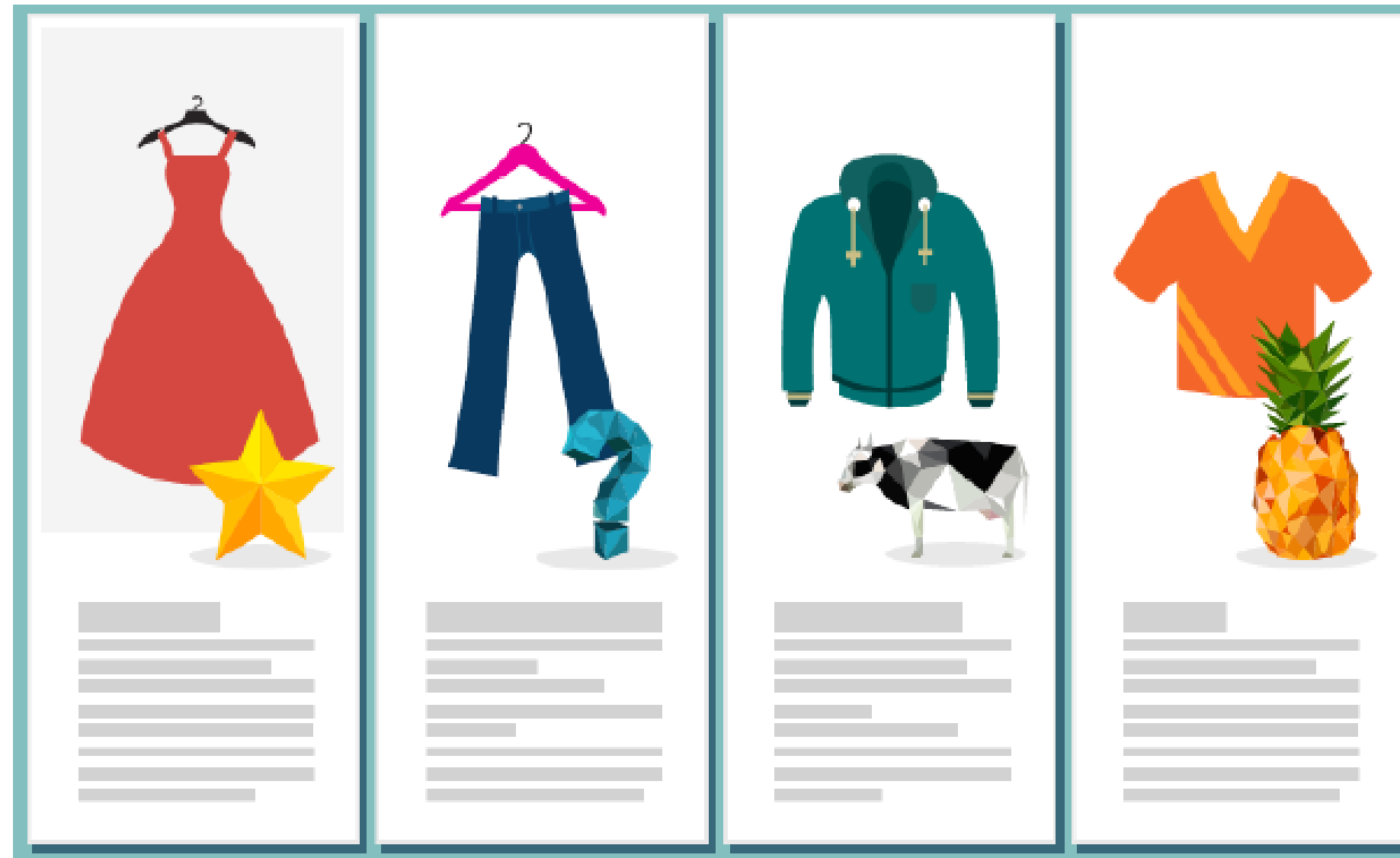


Divulgação intensiva.

Eventos.

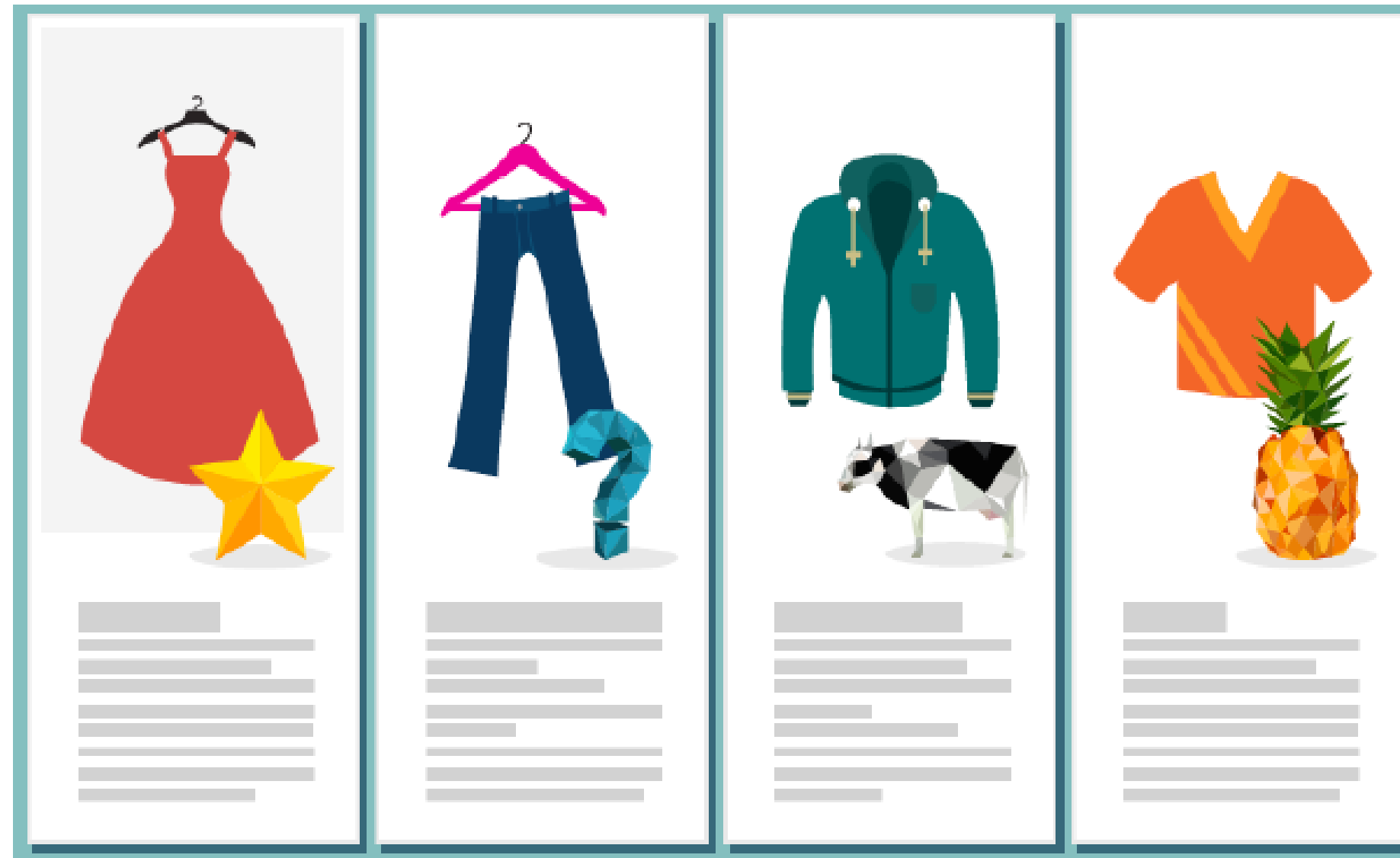


QUESTÕES BÁSICAS



O que estamos oferecendo à clientela?

QUESTÕES BÁSICAS



O que estamos oferecendo à clientela?

QUESTÕES BÁSICAS



Como somos diferenciados dos concorrentes?

QUESTÕES BÁSICAS



Quanto estamos ganhando dos clientes?

QUESTÕES BÁSICAS



Será que todos os clientes são interessantes?

QUESTÕES BÁSICAS



Será que todos os clientes são lucrativos?

QUESTÕES BÁSICAS



Será que todos os clientes são promissores?



CVEM

EMPREENDE
ENDER

BOAS IDEIAS PARA O SEU NEGÓCIO



FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA
ENSINANDO E APRENDENDO



EGES

Escritório de Gestão,
Empreendedorismo e
Sustentabilidade