

Vamos falar de *marketing*?



Vamos falar de *marketing*?

2015

Conheça a turma do Crediamigo:



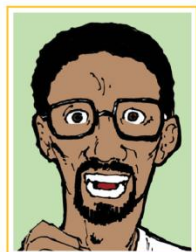
Amigão

22 anos.
Assessor do
Crediamigo.



Nadia

29 anos. Vendedora
de bijuterias.



Luís Bonfim

33 anos. Pintor, auto-
didata. Pinta quadros,
faz artesanato que
vende em feiras.



Raimundo

37 anos. Comerciante
de carne, ovos e peixe.



Zé da Bodega

57 anos. Comerciante
de alimentos e bebidas.



Beth

35 anos. Dona de salão de
beleza e revendedora de
produtos.



Dalva

26 anos. Dona
de confecção (roupas
femininas e uniformes).



Do Carmo

53 anos. Fabrica doces,
salgados e sorvetes
(fabricação caseira).



Então, vamos lá!

Marketing é um conjunto de técnicas para nos ajudar a vender mais, ter clientes satisfeitos e conseguir novos clientes.

Beth e Luís, vocês lembram que já conversamos sobre os 4p's do marketing?

Produto 

Preço 

Promoção 

Praça 

Sim!!

O primeiro P é de **Produto!** O nome já diz tudo: são os itens que fabricamos ou vendemos e serviços que prestamos aos nossos clientes.

Aprenderi que os produtos têm suas características para agradar ao cliente: tamanho, modelo, cor, sabor, marca, etc. E os serviços que prestamos precisam ser de qualidade! Precisamos conhecer o regulamento da vigilância sanitária e as regras para armazenar os produtos também.







O segundo P é o **Preço!** Preço é o que o cliente está disposto a pagar pelo que você oferece.

O preço deve cobrir os custos de produção (inclusive seu próprio trabalho) e ainda o lucro que você quer ter. Ao decidir o preço, veja se está de acordo para seus clientes e se seu preço está próximo ao dos concorrentes.







Mais um P... de **Promoção!**
É promover nosso produto!
Divulgar nas feiras, eventos,
internet, rádio, jornais do bairro,
carro de som,
dar amostras grátis.



Escolha uma promoção
e veja o custo dela. Depois, veja
o retorno das vendas ou do aumento
do número de clientes ou aumento
do lucro. Seja criativo e observe
o que a concorrência faz!



Ah tá! Eu só
conhecia promoção
de dar desconto...
hehehe



Eu também só
conhecia essa, Nadia...
Hoje, eu divulgo meu salão
no jornalzinho do bairro,
porque é mais barato e é
exatamente o público que
vem para meu negócio.



O último P é de **Praça**,
que é o local onde fica o
negócio. Tem bom
movimento? Fácil acesso?
Tem local para
estacionar?

Tem placa, iluminação? E a
concorrência, está perto do seu local?
E os fornecedores? Estão próximos ou
distantes? Isso aumenta o prazo de
entrega e custo do frete?





Esse P de Praça, também é Ponto de Venda, viu?

Como vendo meus produtos ou serviços? Como eles estão chegando aos clientes? Pense nos pedidos, no hábito do cliente, se ele compra pessoalmente, por telefone ou outro meio. A venda dos produtos ou serviços é feita por quem? Pelos donos, por vendedores, representantes ou outras empresas? Quem faz a venda direta deve conhecer bem os produtos, as vantagens sobre a concorrência e os clientes.



Eu fiz esse “P” de Ponto de Venda!
Fiz um esquema dos serviços do meu salão e distribuí os recursos de acordo com o espaço disponível: produtos, prateleiras, vitrines, móveis...

Daí, as clientes ficaram mais à vontade e os produtos que eu revendo ficaram mais visíveis. Para minha equipe, fiz um espaço bacana para refeições e descanso. Isso aumentou a produtividade. Melhorou o clima e diminuiu o retrabalho.



No meu negócio eu também melhorei. Antes, era tudo bagunçado e isso prejudicava meu trabalho e minha criatividade sumia na bagunça.

Aprendi a organizar melhor o espaço de minha oficina e cada material que utilizo tem seu local certo. Meus quadros e artesanatos ficam bem na entrada, caso apareça alguém interessado.



4 P'S DO MARKETING E DAS VENDAS

Produto: tudo o que vendo! Deve ter qualidade.

Preço: deve pagar o meu salário e o que gastei para produzir o produto!

Promoção: é a divulgação dos meus produtos, da minha empresa e marca.

Praça/Ponto de venda: condições do local do meu negócio e organização dos produtos.

Muito bem! Vocês me dão orgulho, gente!

Agora, vamos fazer mais um passo: vamos analisar os cenários!

Como é? Cenários? Tipo, cenários de cinema?

Não, Nadia...hehehe
Falo dos acontecimentos que mudam a vida da gente e a nossa atividade. A análise de Cenários é pra entender melhor as coisas "de fora" ou "de dentro" do meu negócio. Pense bem, que ações você fará se acontecer algo ruim, como QUEDA DE VENDAS? E se for algo bom, o que fará para aproveitar ainda mais essa situação, como AUMENTO DAS VENDAS? A análise dos cenários vai ajudar a identificar as oportunidades, por exemplo.

Mudanças "de fora" da minha empresa:
Cliente, Concorrentes e Fornecedor.
Mudanças "de dentro" da minha empresa:
Produto, Preço, Promoção e Praça.



Isso é como fazer um plano B?



Mais que isso: é o plano "A" (de pode Acontecer), o plano "O" (de Ótimo; se acontecer vai ser show) e o plano "Z" (de Zebra; se acontecer é muito ruim). Por exemplo: fiz uma expansão, o que deve ocorrer é aumentar as vendas, mas, e se elas ficarem menores? Ou, se ao contrário, ficarem muito maiores que o esperado, e eu não estou pronto?



Ah, entendi!
Já vou fazer o meu aqui...



10

Pense em cenários para diversas situações: venda de um produto ou serviço novo, a propaganda que fiz não deu efeito esperado no curto prazo, preciso de mais mão-de-obra do que pensei, meus concorrentes inovaram...

Depois que pensar os Cenários, você deve planejar o que fazer para corrigir ou prevenir essas situações.





F.O.F.A.

FORÇAS INTERNAS

- O que eu e minha empresa temos de melhor?
 O que faz da minha empresa melhor opção que os meus concorrentes?
- Atendimento de qualidade
 - Preços atraentes
 - Equipe competente
 - Ponto de venda bonito e organizado



FRAQUEZAS INTERNAS

- Olhando minha empresa no espelho vou acabar com minhas fraquezas! O que me "puxa" pra baixo?
 Ou prejudica meus resultados no mercado?
 O que preciso melhorar?
- Falta de recursos para ampliar/reformar
 - Falta de experiência na atividade
 - Desorganização e despesas grandes



OPORTUNIDADES EXTERNAS

- Olhe ao redor no mercado: busque as oportunidades!
 O que pode melhorar meus objetivos e resultados?
- Crédito fácil e barato CREDIAMIGO
 - Concorrentes fracos
 - Mercado a explorar



AMEAÇAS EXTERNAS

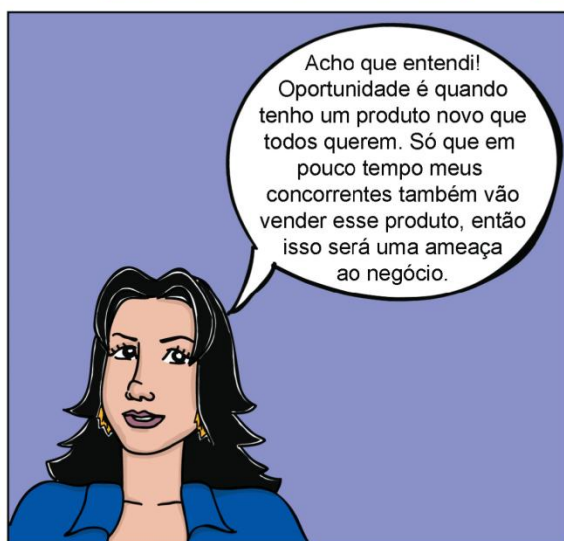
- Atenção! As ameaças estão aí...
 O que pode "virar de pernas pro ar" minha empresa ou me colocar em dificuldades?
- Poucos fornecedores
 - Pouca mão-de-obra ou sem experiência
 - Concorrentes melhores que minha empresa





Pronto!
Já fiz
o meu!

Certo, Nadia.
Mas veja se você fez correto.
Se não foi pessimista ou otimista
demais. Faça de acordo com a
realidade e observe se não há
algo que seja oportunidade e
ameaça ao mesmo tempo.



Acho que entendi!
Oportunidade é quando
tenho um produto novo que
todos querem. Só que em
pouco tempo meus
concorrentes também vão
vender esse produto, então
isso será uma ameaça
ao negócio.

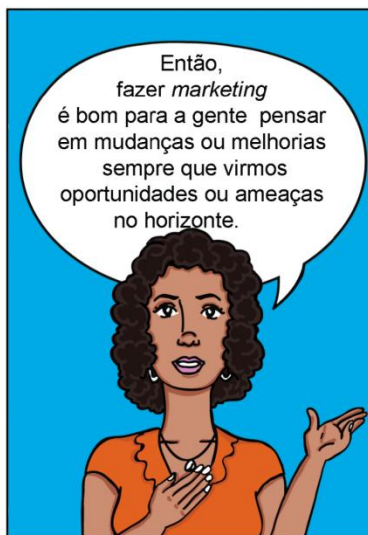


Isso mesmo!
Após fazer a FOFA, vocês
escolhem uma ação para
cada ponto forte, cada fraqueza,
cada ameaça e cada oportunidade.
Lembre-se: cada ação deve ser feita
mesmo! Coloquem um prazo
para cumprir.

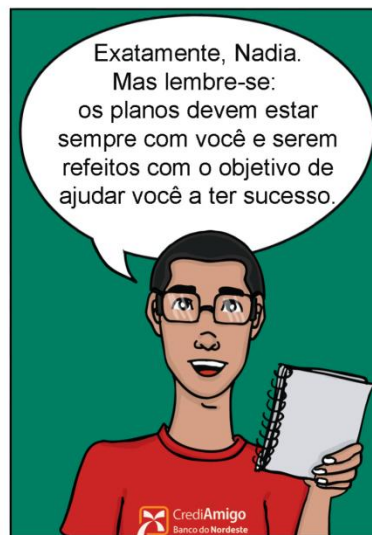


Ok.
Meu ponto fraco é o
preço. Então, vou fazer ações
que diminuam meu custo
de produção, para vender mais
barato mas manter
a qualidade.

12



Então,
fazer *marketing*
é bom para a gente pensar
em mudanças ou melhorias
sempre que vimos
oportunidades ou ameaças
no horizonte.



Exatamente, Nadia.
Mas lembre-se:
os planos devem estar
sempre com você e serem
refeitos com o objetivo de
ajudar você a ter sucesso.



O QUE É...

CENÁRIOS

É o que pode acontecer no futuro. Pensar ou imaginar cenários é bom para não ter surpresas desagradáveis, agir rápido ou antes dos concorrentes, e evitar incertezas.

FORNECEDOR

É toda pessoa ou empresa que vende para você fazer seu negócio funcionar, para você vender seus produtos ou serviços.

INTERNET

É uma forma de comunicação com pessoas e empresas de todos os lugares, desde pessoas da sua comunidade, cidade ou do Brasil, até pessoas e empresas de outros países. Você pode comprar produtos de fornecedores ou anunciar e vender seus produtos e serviços.

MATÉRIA-PRIMA

É tudo que serve para construir um produto ou um serviço (exemplo: pão para fazer sanduíche, numa lanchonete; esmalte para pintar as unhas, num salão, etc).

MARKETING

É escolher a melhor forma de vender, fazer propaganda, divulgar seus produtos ou serviços, escolher um preço competitivo.

O marketing serve para criar valor e satisfação para o seu cliente, para ajudar você a conquistar novos clientes e manter (fidelizar) clientes antigos. Ou seja, marketing traz ferramentas para você vender mais.

REPRESENTANTE

É uma pessoa que vende por você, divulga oferta seus produtos ou serviços.

REVENDA

É vender algo que se comprou, é a segunda venda (revender), desta vez para o cliente final.

Agora faça sua F.O.F.A.

✓ FORÇAS



O que eu e minha empresa temos de melhor?

Meu atendimento é de qualidade?

Meus produtos são bons e atraentes?

Meus preços, como estão?

Meu ponto de venda (loja etc) é bonito e organizado?

✓ FRAQUEZAS



Quais são as fraquezas do meu negócio?

O que prejudica os resultados do meu negócio?

Agora faça sua F.O.F.A.

✓ FRAQUEZAS

Tenho conhecimento e experiência na atividade?

Minhas despesas estão muito grandes?

Tenho recursos para ampliar/reformar?

✓ OPORTUNIDADES

O que posso melhorar no meu negócio?

Quais parcerias posso fazer?

O que meus concorrentes não fazem que eu posso fazer?

Tenho clientes a conquistar?

Tenho um mercado a explorar?

Agora faça sua F.O.F.A.

✓ AMEAÇAS

O que pode colocar meu negócio em dificuldades?

Tenho bons fornecedores?

Tenho opções de mão-de-obra?

Se eu adoecer, tenho alguém para cuidar do negócio para mim?

Há perigo de chegar novos concorrentes?

E pra você, como ficam os 4 P's?

✓ PRODUTO



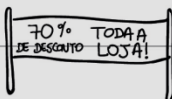
✓ PREÇO



✓ PRAÇA



✓ PROMOÇÃO



ANOTAÇÕES

Ruled lines for notes.