



Como Vender Mais e Melhor

09 a 12 de novembro de 2016

OBJETIVO

Este curso visa proporcionar ao participante a competência para identificar oportunidades de mercado e saber aproveitá-las, fazendo uso das ferramentas do marketing para vender mais e melhor.



CONHECENDO O MARKETING

O que é Marketing?

É identificar as necessidades e os desejos dos consumidores e atendê-los de modo que se sintam satisfeitos com os benefícios oferecidos

O que é uma oportunidade?

É uma necessidade do consumidor ainda não atendida, ou cujo atendimento não vem sendo realizado de modo satisfatório.



Necessidade X Desejo

Benefício = Valor Agregado

Satisfação = Percepção X Expectativa



COMO IDENTIFICAR UMA OPORTUNIDADE

Através da observação, pesquisa ou consulta:

- Jornais, revistas, rádios, televisão e internet
- Produtos inexistentes ou escassos
- Ofertas da concorrência
- Economia e Tecnologia
- Política e legislação



COMO APROVEITAR UMA OPORTUNIDADE

- **Quem são meus clientes?**
- **Que produtos eles necessitam?**
- **Qual o preço que estão dispostos a pagar?**
- **Onde eles podem encontrar o produto?**
- **Como o cliente conhecerá o produto e suas condições de venda?**



PÚBLICO ALVO

Você conhece o seu Cliente?

- Por que ele compra?
- Como ele compra?
- Como ele paga?
- Quando ele paga?
- Quem compra?



SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

- **Idade**
- **Sexo**
- **Estado civil**
- **Renda individual ou familiar**
- **Região onde reside ou trabalha**
- **Hábitos de consumo**



IMAGEM E POSICIONAMENTO

É importante a empresa ou o produto ocupar um lugar bem definido na mente do consumidor, consolidando um imagem.

Este processo é conhecido como posicionamento.



DIFERENCIAÇÃO

- A marca
- Identidade visual
- Conveniência
- Criar uma associação forte
- Assistência técnica
- Atendimento



A ESTRATÉGIA DE MARKETING



PRODUTO

- **Tipo de Produto**
- **Gerenciar um produto**
- **Precisa de outros produtos para ser usado?**

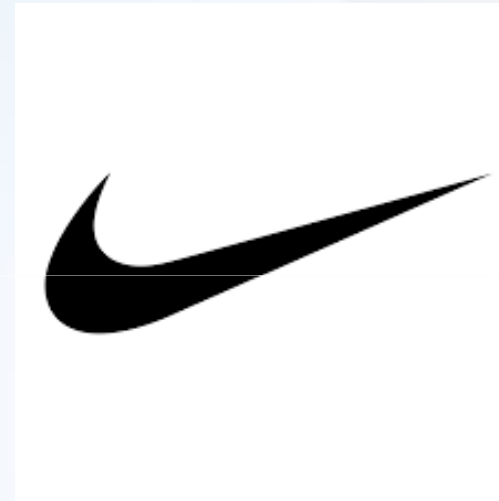


PRODUTO – MARCA

- Nomes e associações
- Símbolos
- Logotipo
- Logomarca
- Marca registrada



PRODUTO – SÍMBOLO E LOGOMARCA



PRODUTO - EMBALAGEM

- Proteger e Transportar
- Transmitir informações
- Despertar o desejo de compra
- Vencer a barreira do preço
- Anunciar e construir a marca do produto
- Formar conceito sobre o fabricante



PRODUTO - EMBALAGEM



SERVIÇO

- **O Consumidor tem de experimentar**
- **É intangível**
- **Sua produção é imediata, não podendo ser estocado**
- **Envolve relacionamento e confiança, pois depende mais das pessoas.**



SERVIÇO – FIDELIZAÇÃO

- **Conheça o seu cliente (público-alvo)**
- **Honre suas promessas**
- **Informe sobre novidades**
- **Destaque-se – Agregue Valor**
- **Utilize as redes sociais**
- **Resolva problemas com eficiência**



SERVIÇO – QUALIDADE NO ATENDIMENTO

- Planejamento de processos e rotinas
- Capacitação da equipe (todos)
- Monitoramento e avaliação
- União, reconhecimento e incentivo do grupo
- **Comprometa-se com o SUCESSO do cliente**



SERVIÇO – RECUPERAÇÃO DE CLIENTES

- **I**dentificar problemas e reclamações
- **R**esolver com eficiência
- **A**prender com experiência

Reclamação: Resolva. É sua segunda chance.



PREÇO

É o valor monetário do produto ou serviço que o consumidor está disposto a pagar.

- **Custos de produção e comercialização**
- **Margem de lucro**
- **Concorrência**
- **Estratégia de vendas**
- **Posicionamento e valor percebido.**



PONTO DE VENDA – FABRICANTE/DISTRIBUIDOR

- Quem distribui?
- Que funções o intermediário vai desempenhar?
(Definir preços, fazer promoção, propaganda, transportar o produto, financiar, atender)
- Que tipo de loja usar?
- Utilizar vendedores
- Venda direta (correios, porta a porta)



PONTO DE VENDA – VAREJISTA OU LOJISTA

Funções que o varejista vai desempenhar:

- Escolher o ponto e a localização
- Planejar a comunicação interna (fachada, letreiro, vitrine, layout, iluminação, climatização, cores, som, cheiro)
- Administrar as compras e os estoques; a recepção, armazenagem e manuseio dos produtos; definir preços; monitorar as vendas e o atendimento ao cliente; cuidar da propaganda e promoção no ponto (merchandising)



PROMOÇÃO / COMUNICAÇÃO



Uma boa ação de comunicação é aquela capaz de:

Atrair a	A tenção do público alvo
Despertar	I nteresse do público alvo
Provocar o	D esejo do público alvo
Gerar a	A ção do público alvo



Um bom anúncio deve conter:

- **Título de impacto, atraente e original**
- **Mensagem simples, curta e fácil de lembrar**
- **Conteúdo objetivo, relevante e verdadeiro**
- **Argumento de venda inteligente, bonito e que emocione.**

