



**FEIRA DO  
EMPREENDEDOR**

# **MARKETING PARA O SUCESSO EMPRESARIAL**

**09 a 12 de novembro de 2016**

# Missão do Sebrae

- **Competitividade**
- **Perenidade**
- **Sobrevivência**
- **Evolução**

Orientar na implantação e no desenvolvimento de seu negócio de forma estratégica e inovadora.

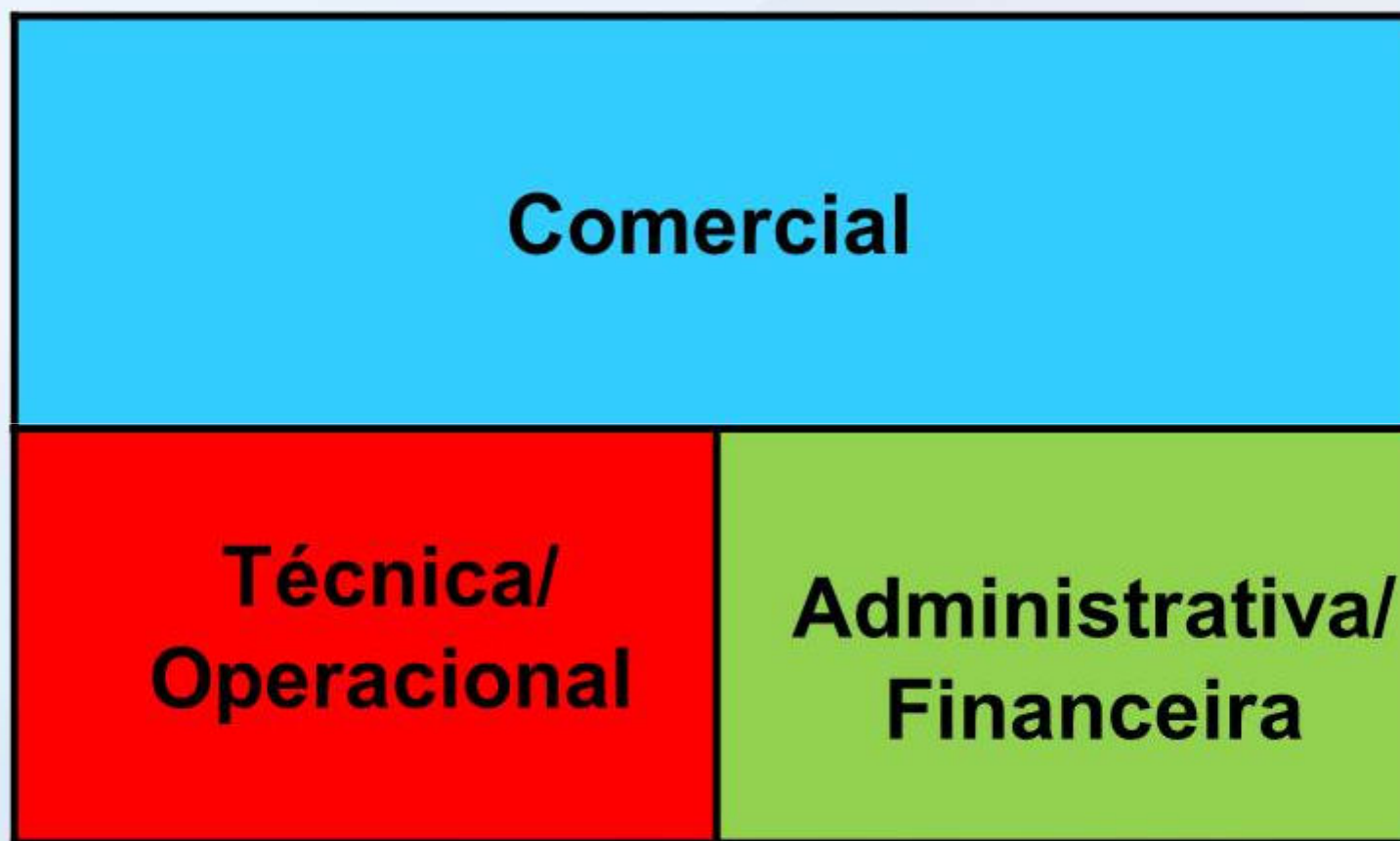


# MARKETING

**Satisfazer as necessidades e desejos do consumidor.**



# 1. Partes de uma empresa



## 1.1 Técnica / Operacional

### Atribuições:

- **Conhecimento técnico do produto / serviço que está sendo oferecido.**



## 1.2 Administrativa / Financeira

### Atribuições:

- **Controle de custos / eliminação de desperdícios;**
- **Gestão do contas a pagar e a receber;**
- **Elaboração do ponto de equilíbrio;**
- **Fixação de preços e salários;**
- **Fixação das metas de vendas.**



## 1.3 Comercial

### Atribuições:

- **Captação de clientes;**
- **Elaboração e atualização do cadastro de clientes;**
- **Divulgação da marca;**
- **Eficiência e qualidade no atendimento;**
- **Venda;**
- **Pós-Venda.**



# PESQUISA DE MERCADO

É um instrumento utilizado para saber quais são as opiniões e aspirações do mercado, a respeito dos muitos aspectos de uma empresa e assim fundamentar as decisões do gestor.





# PESQUISA DE MERCADO

- Escolha do ponto de venda;
- O que vai ser ofertado ao mercado;
- Quantidade e periodicidade de compras;
- Que preço cobrar



# ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO

- **Eficiência operacional (preço)**
- **Diferenciação do produto (produto)**
- **Relacionamento com o cliente (cliente)**



# VANTAGEM COMPETITIVA

**É a razão pela qual o cliente prefere uma empresa em detrimento das demais.**



# VANTAGEM COMPETITIVA

**Como conseguir?**

**“Sendo o único no mercado  
ou sendo o melhor”.**



# VANTAGEM COMPETITIVA

## Benefícios:

- **Solidificação da marca;**
- **Atração de novos clientes;**
- **Fidelização dos clientes antigos;**
- **Possibilidade de aumento nos preços.**



# MERCADO

- **Clientes**
- **Fornecedores**
- **Concorrentes**



# SWOT

FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
<b>S - STRENGTHS</b> (Fortalezas)	<b>O - OPPORTUNITIES</b> (Oportunidades)
<b>W - WEAKNESSES</b> (Fraquezas)	<b>T - THREATS</b> (Ameaças)

# MIX DE MARKETING

- **Preço**
- **Produto**
- **Ponto de Venda**
- **Promoção**
- **Pessoas**





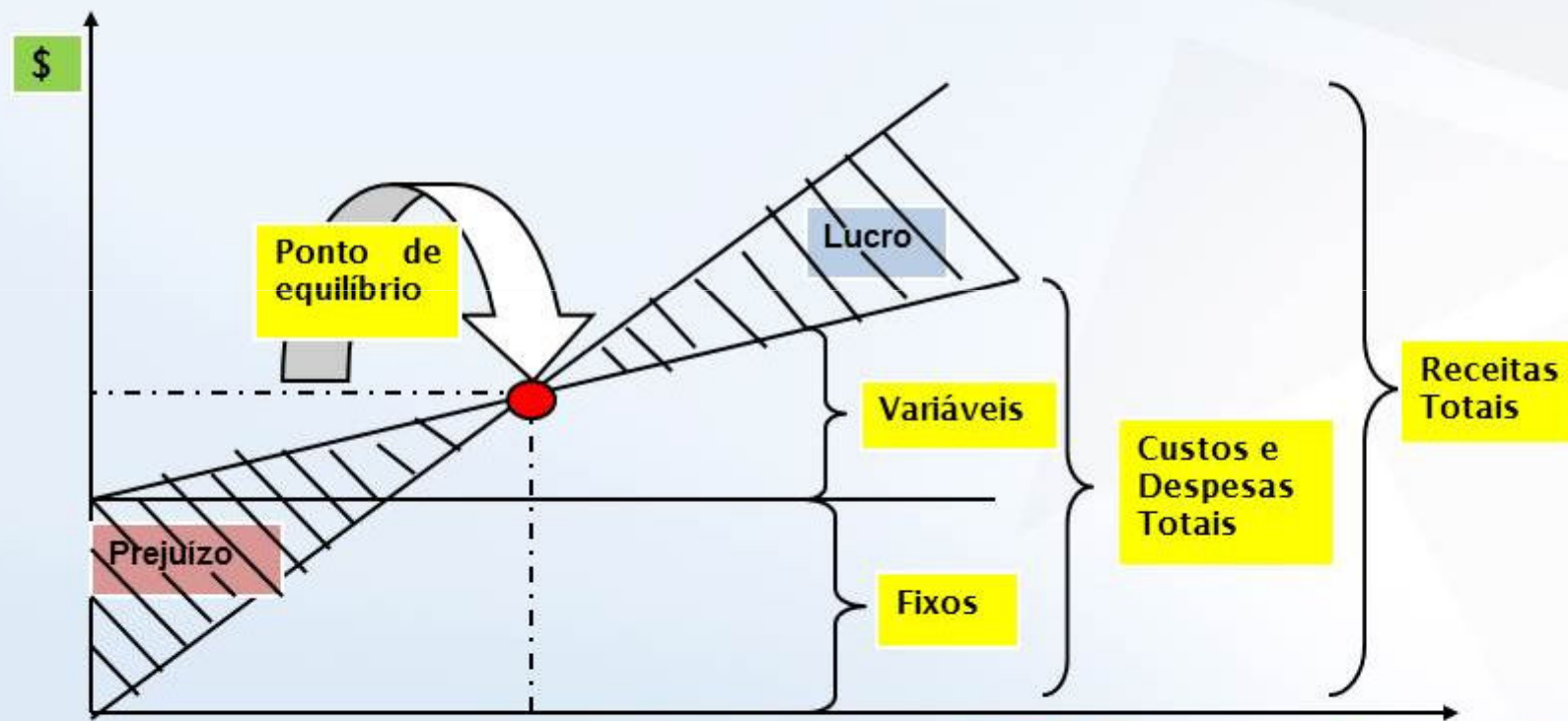
# FORMAÇÃO DO PREÇO

$$P = CF + CV + ML$$

A ML é arbitrada em função do produto e do mercado onde vai atuar.



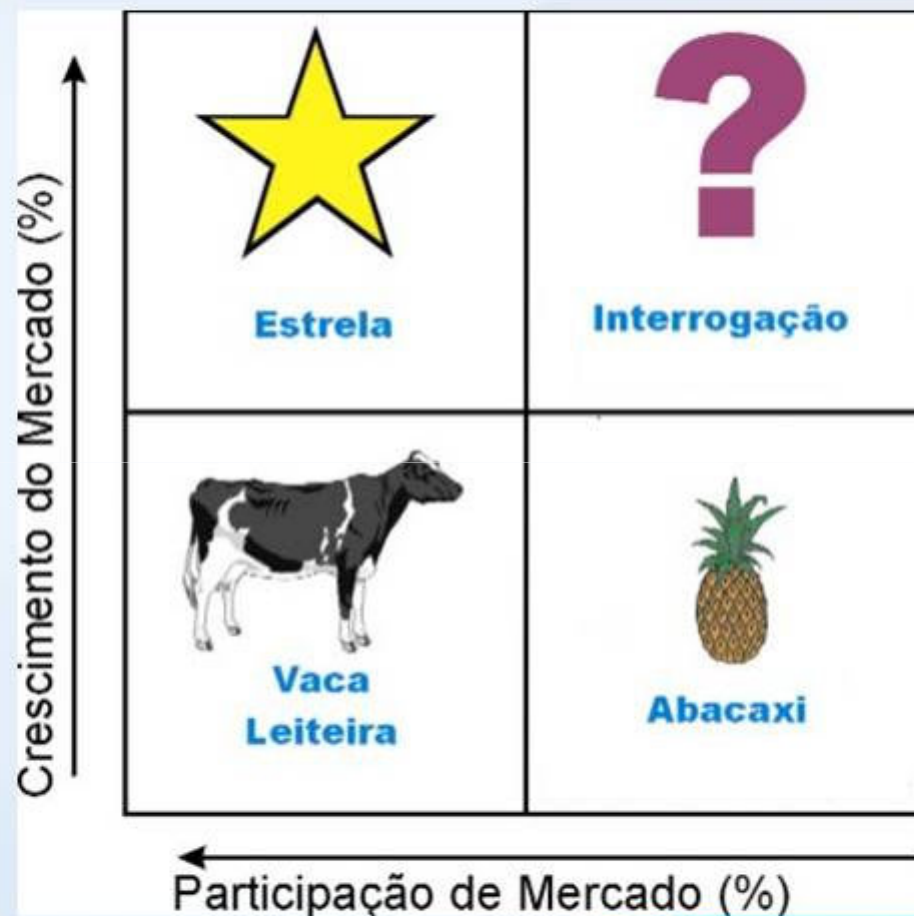
# PONTO DE EQUILÍBRIO



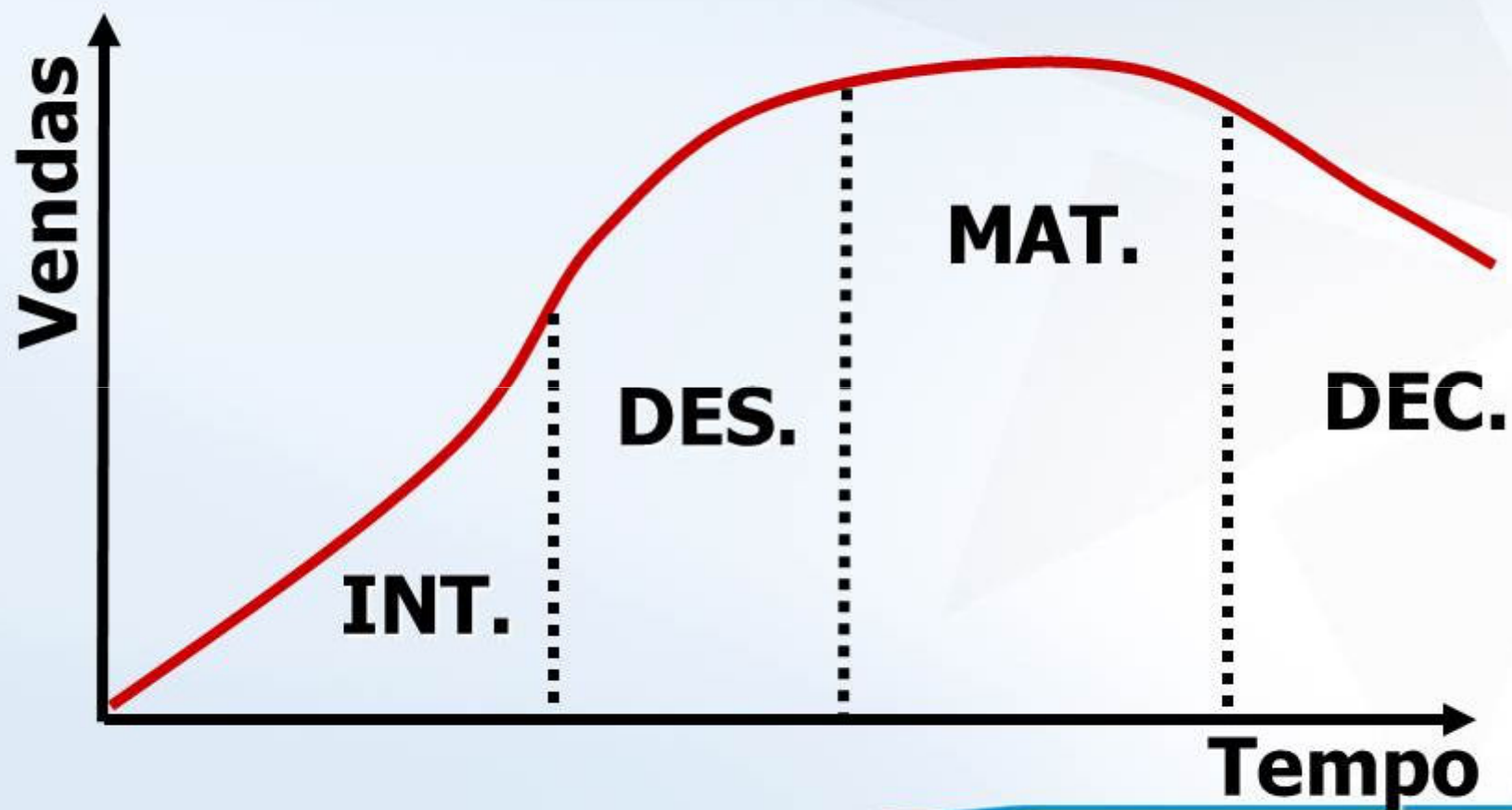
Volume



# PRODUTOS



# PRODUTOS



# PRODUTOS

**CARACTERÍSTICAS**

**BENEFÍCIOS**



# PRODUTOS

**Embalagem:**

**Função Técnica: Conservação  
Distribuição**

**Função de Marketing:**

**Atração >> Rótulo**

**Informação ao consumidor: composição,  
origem, modo de utilização**



# PONTO DE VENDA

**Local onde é comercializado  
o produto ou serviço.**



# PONTO DE VENDA

- Fluxo de pessoas (público-alvo)
- Concorrentes
- Dimensão do local
- Investimentos necessários
- Acesso e estacionamento
- Segurança





# PONTO DE VENDA

## Atmosfera de compra

**Visual da loja, iluminação, decoração, música ambiente, cores, aroma, disposição dos produtos, balcões e gôndolas, piso, paredes, teto, climatização, limpeza, mostruários, o público, comunicação visual, atendimento etc.**



# PROMOÇÃO

**Conjunto de ferramentas utilizadas visando incentivar a venda de produtos ou serviços.**



# PROMOÇÃO

**Publicidade e Propaganda**

**Rádio, televisão, jornal impresso, internet.**

**Divulgação espontânea**

**Mídia em geral, apoiada em fatos espontâneos.**

**Promoção de vendas**

**Cupons, brindes, degustação, programa de fidelização, sorteios.**

**Venda pessoal**

**Interação direta vendedor/cliente.**

# PESSOAS

- **Competência**
- **Bom humor**
- **Motivação**
- **Excelente atendimento**
- **Comprometimento**
- **Relacionamento**



# GESTÃO DE PESSOAS

Políticas em RH:

<b>Ação</b>	<b>Meios</b>
<b>Treinamentos</b>	Treinamento introdutório ou de integração; treinamento para o desempenho de uma função; capacitações; cursos; seminários e palestras.
<b>Remuneração</b>	Remuneração direta = salário; remuneração indireta = benefícios.
<b>Avaliação de desempenho</b>	Avalia o funcionário de acordo com o seu desempenho funcional e interpessoal.

# MARKETING SOCIAL

**Responsabilidade Social é uma filosofia e uma prática empresarial, voltada para a viabilização de ações que levem a empresa a comprometer-se com a comunidade em que se inserem.**



# MARKETING SOCIAL

## Ações de Marketing Social:

- Adoção de praças
- Doações a instituições sociais e de saúde
- Reciclagem;
- Projetos em comunidades carentes.

