

Técnico em Administração

Fundamentos de Marketing

**PROFESSOR: FERNANDO
GALVÃO**
**CONTEÚDO: Estratégias
de Marketing para
Produtos e Serviços**
DATA: 22.04.2019



EDUCAÇÃO
Secretaria de Estado
da Educação / SEDUC



Aplicação dos 4 PS

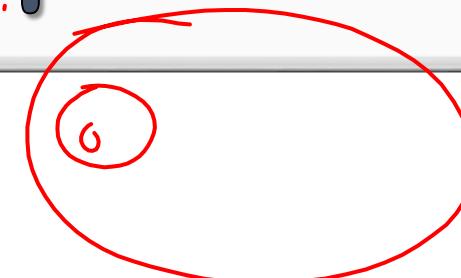
Estratégia para produtos e serviços

- De nada adianta tentar vender algum produto ou serviço se ele não estiver em conformidade com os desejos do consumidor;
- Para entender melhor o que é um bem, há necessidade de compreender que não se trata somente de algo **tangível** (palpável ou físico);
- Os produtos podem estar agregados serviços, como as férias em um hotel fazenda ou um show de rock;
- Pode ser tangível ou **intangível**: Inclui objetos físicos, serviços, lugares, organizações e ideias.

Estratégia para produtos e serviços

• Case:

CASO



- A Sadia, fabricante de alimentos, conhecedora de que as mulheres atualmente estão muito mais ocupadas no mercado de trabalho e têm pouco tempo para se dedicar ao marido e aos filhos, passou a oferecer uma linha de produtos congelados;
- Não ofereceu sua nova linha de produtos salientando suas qualidades em relação aos concorrentes, ela sugeriu o benefício da liberdade;

Estratégias de preço

- A determinação do preço de um produto ou serviço nem sempre é uma tarefa simples. É preciso considerar que o posicionamento do produto/serviço o preço é fator primordial ao sucesso de um Plano de Marketing;
- 1. Markup => fixar margem de lucro acima dos custos;
- 2. Com base na concorrência => olhar para o mercado e estabelecer o preço na média;
- 3. Com base no valor => é posicionar o produto/serviço no mercado, comunicar a qualidade e benefícios e estabelecer preços voltados para um público-alvo mais específico;

~~GESTÃO DE MERCAS~~

Estratégia de distribuição

- Distribuição em marketing, significa disponibilizar o produto ou serviço ao cliente da forma que seja mais fácil e conveniente adquiri-lo. São várias as formas de distribuição:

AUDAX

1. Direta => quando o produtor do serviço ou produto os vende diretamente ao consumidor. Algumas empresas utilizam-se das chamadas lojas da fábrica, em que fabricantes de produtos vendem diretamente aos consumidores.

- Também pode-se citar os prestadores de serviços, os quais executam, eles mesmos, o serviço para o consumidor, como os dentistas, advogados, cabeleireiros;

Estratégia de distribuição

2. Indireta => Ocorre quando o produtor do produto ou serviço utiliza-se de distribuidores para levar o produto ou serviço até o consumidor, quase que a totalidade dos produtos encontrados nos supermercados não é fabricada por eles;

afetação

afetação

Obs: tendência ao “desatrito na economia”;

Composto promocional

- Composto Promocional é a parte do marketing que mais aparece, é percebida pelas pessoas;
- De uma forma geral e apresenta cinco ferramentas promocionais: propaganda, promoção de vendas, relações públicas e publicidade, força de vendas e marketing direto;