



Técnico em Administração



Fundamentos de Marketing

**PROFESSOR: FERNANDO
GALVÃO**
**CONTEÚDO: VALOR PARA
O CLIENTE**
DATA: 06.05.2019

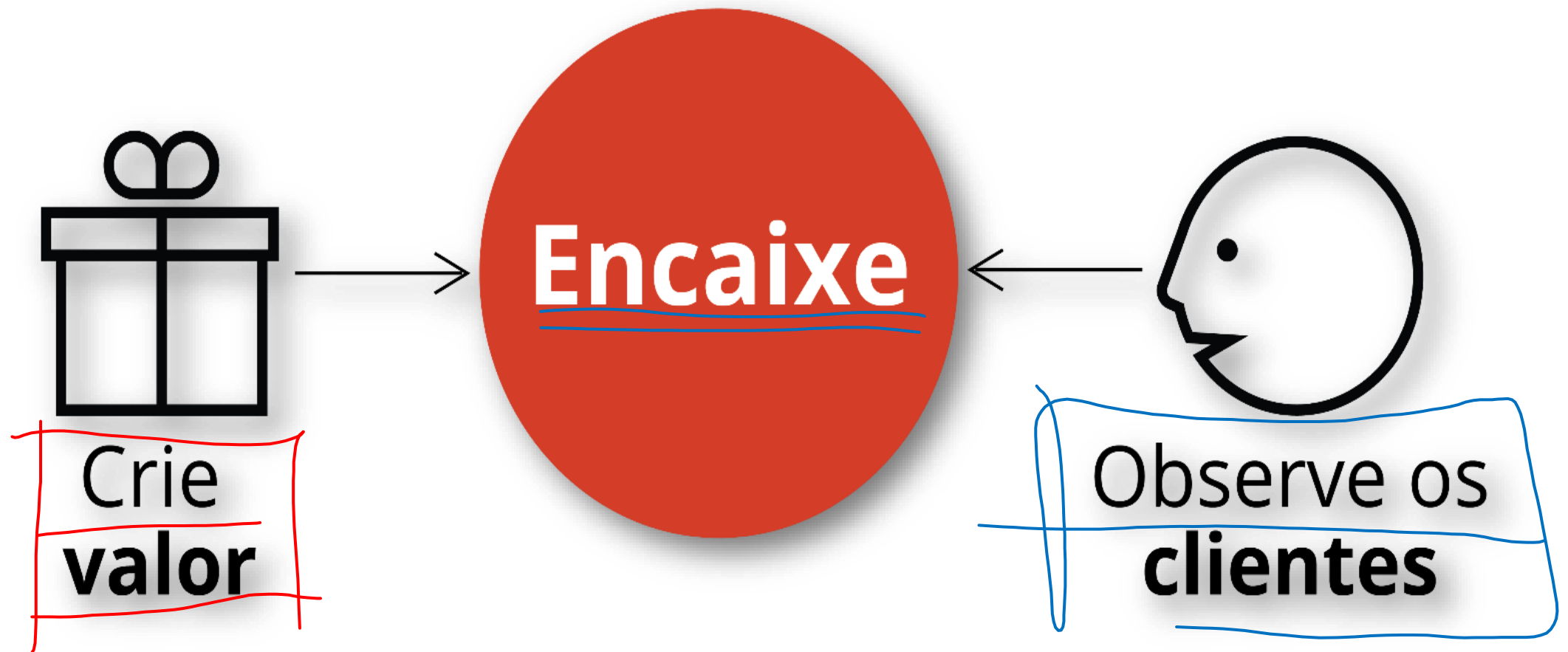


Valor para cliente

Conceito de valor

- Valor: qualidade atribuída a quem tem talento, prestígio, competência, virtude, mérito;
- Valor: qualidade que se dá às coisas, acontecimentos ou pessoas;
- Kotler define valor entregue ao cliente como sendo:
=> Valor Entregue = valor total para o cliente – custo total para o cliente.

Conceito de valor



Conceito de valor

- Kotler define valor entregue ao cliente como sendo:

⇒ Valor Entregue = valor total para o cliente – custo total para o cliente.

- Em que o valor total representa os benefícios esperados pelos clientes ao adquirir o produto ou serviço;
- Custo total representa os custos incorridos desde a avaliação, obtenção, utilização e descarte do produto ou serviço;

Conceito de valor

- Pode-se aumentar o valor entregue para os clientes aumentando os benefícios totais, que são todos os aspectos do produto que ajudam a atender as necessidades dos clientes;

→ CV2SO JEE - Commerce →

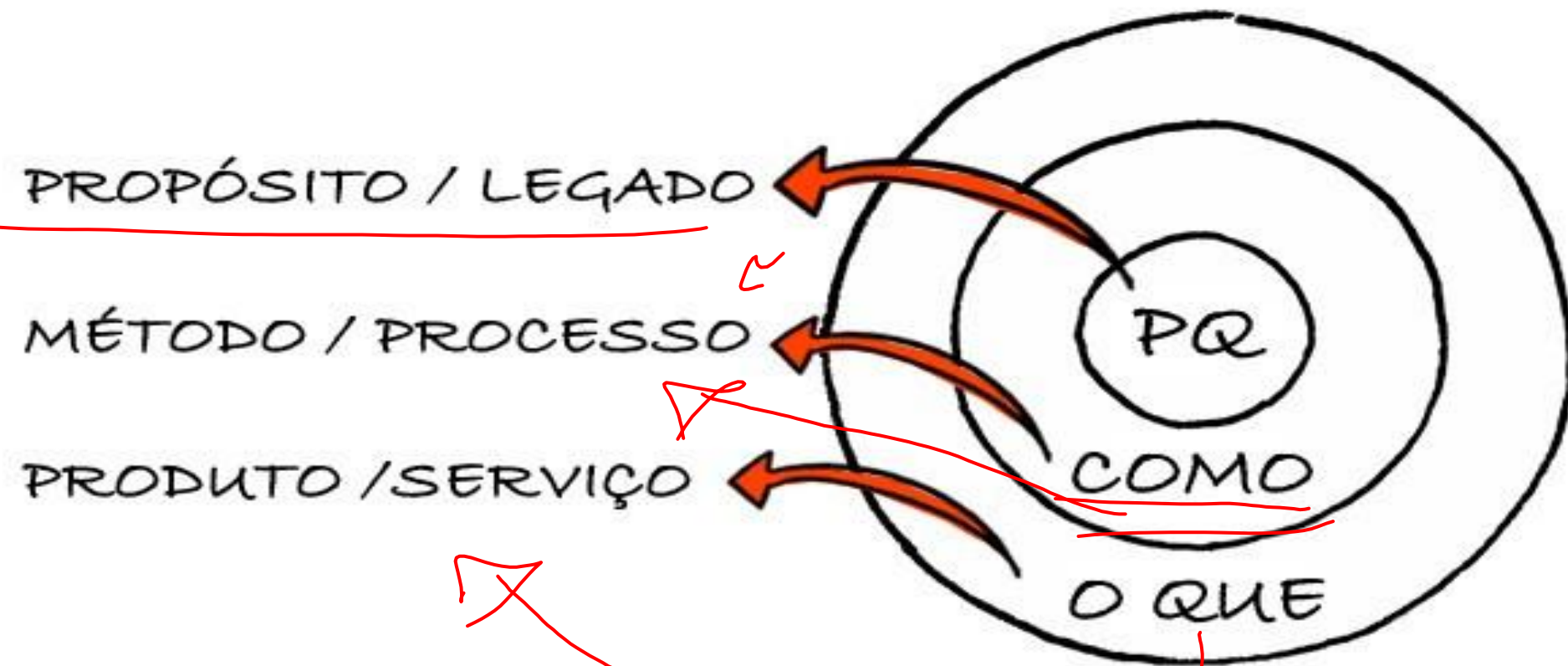
- Diminuindo os custos totais como diminuição do preço, do tempo gasto, do esforço físico e dos custos psicológicos.

→ GEURO WHAIS

Avaliando o valor de um negócio: (produto/serviço)

- É necessário existir para alguém?
- Tem sentido de existir?
- Você compraria ou contrataria como consumidor?
- O produto tem espaço e preço de mercado?

Avaliando o valor de um negócio: produto/serviço



Valor para o cliente

- Determinar a importância dos diferentes atributos;
- Determinar a atuação da empresa e da concorrência em relação a diferentes valores (qualidades) para os clientes, comparando com as qualificações da importância dos valores;
- Estudar a forma pela qual os clientes de um segmento específico qualificam a atuação da empresa, comparando-a com uma concorrente importante específica, atributo por atributo;
- Vigiar as mudanças dos valores dos clientes através do tempo;

INTERPESSOAL

Valor para o cliente

INTERPESSOAL

- O valor, na área de marketing, também recebe influência da Psicologia e da Sociologia, quando se reporta aos aspectos comportamentais dos consumidores;
- O conceito de valor, nesse contexto, pode ter a conotação de valores pessoais ou individuais;

SOCIAIS

EGOÍSTA
INDIVIDUALISTA

Valor para o cliente

- Dizer que uma pessoa tem um valor é dizer que ela tem uma crença, um específico modo de comportamento preferido a um modo oposto de comportamento;
- Pergunta: Numa oficina mecânica o atendimento varia para público masculino e feminino? Como?