

Marketing		Conceitos de Marketing	Funções do SAC	Prática
<b>Gestão</b>		Identificação e atendimento das necessidades humanas e sociais.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identificar mudanças no comportamento do consumidor</li> <li>- identificar mudanças no comportamento do mercado</li> <li>- identificar o perfil do cliente</li> <li>- economizar recursos financeiros</li> <li>- maior expansão no mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identificação do público (homossexual - desodorante)</li> <li>- suporte a área comercial (<i>e-care</i>)</li> </ul>
<b>Produto</b>		"Algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e para satisfazer a um desejo ou a uma necessidade."	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pesquisar satisfação e expectativas</li> <li>- receber sugestão de sabores</li> <li>- aperfeiçoar e reduzir custos de fabricação do produto</li> <li>- desenvolver e melhorar de produtos</li> <li>- mudar redação das informações da embalagem</li> <li>- ampliar informações de uso do produto</li> <li>- mudar as embalagens</li> <li>- melhorar o serviço</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- reformulação de sabor (Ades e Ruffles)</li> <li>- lançamentos de sabor (barra de cereais maracujá)</li> <li>- lançamento de versão <i>light</i> (barra de cereais)</li> <li>- repaginação do ícone da marca (Ades)</li> <li>- inclusão de tampa na embalagem do suco (Ades)</li> <li>- mudança dos sachês - acréscimo de picote lateral para abertura (Bunge)</li> <li>- mudança na fixação do rótulo nas embalagens (Nutrilon e Farinha Láctea)</li> <li>- mudança da embalagem da maionese (Delícia)</li> <li>- relançamento/retorno do produto (Cebolitos)</li> </ul>
<b>Preço</b>		"A quantidade de dinheiro, bens ou serviços que deve ser dada para adquirir a propriedade ou uso de um produto."	<ul style="list-style-type: none"> <li>- estudar viabilidade de preço</li> <li>- adequar preço ao público-alvo</li> <li>- controlar preços praticados no mercado (contra práticas abusivas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- negociação objetivando preços mais adequados</li> </ul>
<b>Distribuição</b>		Fluxo de bens e/ou serviços do produtor até o consumidor final.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identificar possíveis pontos de venda</li> <li>- controlar prazo de entrega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lista com o mapeamento nacional de todos os pontos de vendas</li> <li>- denúncia de produtos vencidos expostos à venda</li> </ul>
<b>Comunicação</b>	<b>Integrada</b>	Tem o papel de informar e persuadir o consumidor, lembrando-lhe adquirir determinado produto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>feedback</i> da campanha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- interação do público com os personagens das propagandas (desodorante)</li> <li>- posicionamento diferenciado para a maionese (Delícia)</li> </ul>
	<b>Propaganda</b>	Comunicação identificada e persuasiva empreendida, de forma paga, pelos meios de comunicação de massa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- corrigir propaganda</li> <li>- adaptar grade de veiculação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- correção da propaganda (chefe de cozinha e Kaiser)</li> <li>- mudança na grade de veiculação (horários e canais - Ketchup)</li> </ul>
	<b>Promoção de Vendas</b>	Complemento dos outros elementos do mix de comunicação, utilizada para gerar um aumento de vendas a curto prazo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- corrigir e/ou adequar a promoção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mudança de Caixa Postal</li> <li>- acréscimo de dados em folder promocional - datas dos sorteios</li> </ul>
	<b>Relações Públicas</b>	Promover e proteger a imagem da empresa e de seus produtos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- interagir com diversos <i>stakeholders</i></li> <li>- formar e manutenção de imagem (uma das vozes da empresa)</li> <li>- melhorar a imagem</li> <li>- transmitir credibilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- incentivo para novos contatos (cartão de agradecimento)</li> <li>- atendimento de diversos <i>stakeholders</i> (estudante, prestadores de serviço etc)</li> </ul>
	<b>Vendas Pessoais</b>	Comunicação individualizada, visando apresentar produtos ou serviços, responder a perguntas e tirar pedidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- capacitar equipe de vendas</li> </ul>	
	<b>Marketing Direto</b>	Comunicação direta com os clientes, de modo a gerar uma resposta imediata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizar banco de dados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- utilização de banco de dados (pesquisa de mídia)</li> </ul>
	<b>Marketing Digital</b>	Novo tipo de comunicação e de relacionamento com os consumidores, que utiliza a internet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- orientar a criação ou manutenção do <i>site</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- criação de <i>site</i> para venda <i>on-line</i> (concessionárias)</li> </ul>