

Mestrado em Ciências Empresariais

MARKETING



LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Clara de Almeida



AGENDA DE HOJE

**POSICIONAMENTO
EXERCÍCIOS PRÁTICOS**



BENEFÍCIOS DA SEGMENTAÇÃO

- PERMITE ADAPTAR MELHOR A OFERTA ÀS NECESSIDADES DOS CLIENTES
- DÁ IDEIAS DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO
- CRIA MAIOR APROXIMAÇÃO AOS CLIENTES
- PODE CRIAR VANTAGENS COMPETITIVAS.

O CONCEITO DE PRODUTO

DEPENDE DO

SEGMENTO ALVO DEFINIDO



CONCEITO DE PRODUTO

DEVERÁ INCLUIR:

CLIENTES ALVO

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS

ATRIBUTOS BASE



TUDO ISTO ESTÁ NA BASE DA

PROPOSTA DE VALOR:

**AQUILO QUE A EMPRESA PROPORCIONA AOS CLIENTES ALVO
FACE AOS CONCORRENTES QUE EXISTEM NO MERCADO.**



OPÇÕES DE OFERTA DE VALOR EM RELAÇÃO À CONCORRÊNCIA

- + MAIS POR MAIS**
- + O MESMO PELO MESMO**
- + O MESMO POR MENOS**
- + MENOS POR MUITO MENOS**
- + MAIS POR MENOS.**

OPÇÕES DE OFERTA DE VALOR EM RELAÇÃO À CONCORRÊNCIA

 **MAIS POR MAIS**



**LANÇADA EM 2004 PELA UNICER
ABRIU MERCADO PARA
CERVEJAS COM ÁLCOOL COM SABOR**



PREÇO MÉDIO POR LITRO: €3.03

DA CERVEJA NORMAL SUPER BOCK: €1.65

DA CONCORRENTE SAGRES (NORMAL): €1.80



OPÇÕES DE OFERTA DE VALOR EM RELAÇÃO À CONCORRÊNCIA

✚ E QUAL A PROPOSTA DE VALOR DA SUPER BOCK EM RELAÇÃO À SAGRES (NORMAL COM ÁLCOOL)?





O CONCEITO DE **POSICIONAMENTO** ESTÁ LIGADO AO DE
IMAGEM
DE UM PRODUTO / MARCA / EMPRESA



IMAGEM
DE UM PRODUTO / MARCA / EMPRESA

O RETRATO QUE O MERCADO FAZ
DESSE PRODUTO, MARCA OU EMPRESA



IMAGEM **DE UM PRODUTO / MARCA / EMPRESA**

QUAL A IMAGEM DE UM ROLLS ROYCE?

O MAIS CARO, O MAIS CONFORTÁVEL E LUXUOSO DE ENTRE TODOS OS AUTOMÓVEIS.



POSICIONAMENTO

**CONJUNTO DOS TRAÇOS SALIENTES E DISTINTIVOS
DA IMAGEM DO PRODUTO/MARCA/EMPRESA
QUE PERMITEM AO PÚBLICO:**

- SITUAR O PRODUTO/MARCA/EMPRESA NO UNIVERSO DOS SEUS
ANÁLOGOS**
- E DISTINGUI-LO DOS OUTROS**

POSICIONAMENTO

É A IDENTIDADE OU PERSONALIDADE

DO PRODUTO/MARCA/EMPRESA

COMO DEFINIRIAM O POSICIONAMENTO DESTA

MARCA?



Apple®



Apple®

E O POSICIONAMENTO DESTA

EMPRESA?



AS DUAS PERSPECTIVAS DO POSICIONAMENTO DE UM PRODUTO

IDENTIFICAÇÃO

**DE QUE GÉNERO
DE PRODUTO
SE TRATA?**



Vamos analisar a história deste produto para compreendermos melhor esta questão



Chegou a Portugal nos anos 50



Faça a experiência à custa da NESTLÉ

MILO COMBATE O CANSAÇO
MILO AUMENTA A CAPACIDADE DE TRABALHO
MILO FORNECE ENERGIA PARA TODO O DIA

Junta ao Milo um leite de confiança, puro e rico, o leite condensado açucarado, e o seu Milo será ainda mais rico e saboroso.

GRÁTIS

Contra 6 rólulos (iguais aos deste anúncio) de latas pequenas ou 3 rólulos de latas grandes de Milo, receberá:
1 LATA DE LEITE CONDENSADO AÇUCARADO NESTLÉ

Para isso envie pelo correio, ou apresente na Sociedade de Produtos Lácteos LISBOA - PORTO - COIMBRA - FARO



Uma feliz combinação!



quente ou frio
é gostoso
e sadio

MILO



NESTLÉ
MILO
NICÓ
CERTIFICANTE E VITAMINADO

Era essencialmente
um fortificante

MILO *da novas forças*



Para o apetite
MILO é o alimento mais indicado para
aumentar o apetite e a capacidade de
absorção de nutrientes, porque contém:

- leite pasteurizado
- açúcar
- vitaminas A, B₁, B₂ e C
- lactose e ácido fólico
- água de origem e tratamento

Arrendado por Nestlé

Siga-se com o leite, a água e o açúcar
misturando MILO em um copo.

MILO
HEALTHIER
MADE
Nestlé
MILO
Nestlé
MILO

UM PODEROSO ALIMENTO FORTIFICANTE!

Contém em forma concentrada as substâncias nutritivas dos mais ricos alimentos!



Uma colher de OVOMALTINE **VALE MAIS:**



O MELHOR FORTIFICANTE É O BOM ALIMENTO

Os especialistas em nutrição afirmam que o melhor fortificante é o bom alimento! Por isso, recomendam sempre Ovomaltine às crianças, aos esgotados e aos que precisam de refazer rapidamente as energias depauperadas. Cada partícula de Ovomaltine vale mil que o organismo assimila. É altamente concentrada. Não se precisa preparar o estômago e o fígado. Tome a mistura ao leite, café ou em outros líquidos! É saborosa na



... que o cálcio e fósforo de um copo de leite. (Estabelece ossos e cérebro)



... que as Vitaminas B de um pão integral. (Revigora o sistema nervoso)



... que a Vitamina D e Lecitina de um ovo. (Combate raquitismo e anemia)



... que o ferro de um prato de espinafres. (Estimula o sangue)



... que a Vitamina A de um prato de cenouras. (Evita a fraqueza dos olhos)



Contém ainda: proteínas, gorduras, hidratos de carbono. (Bem assimilável)

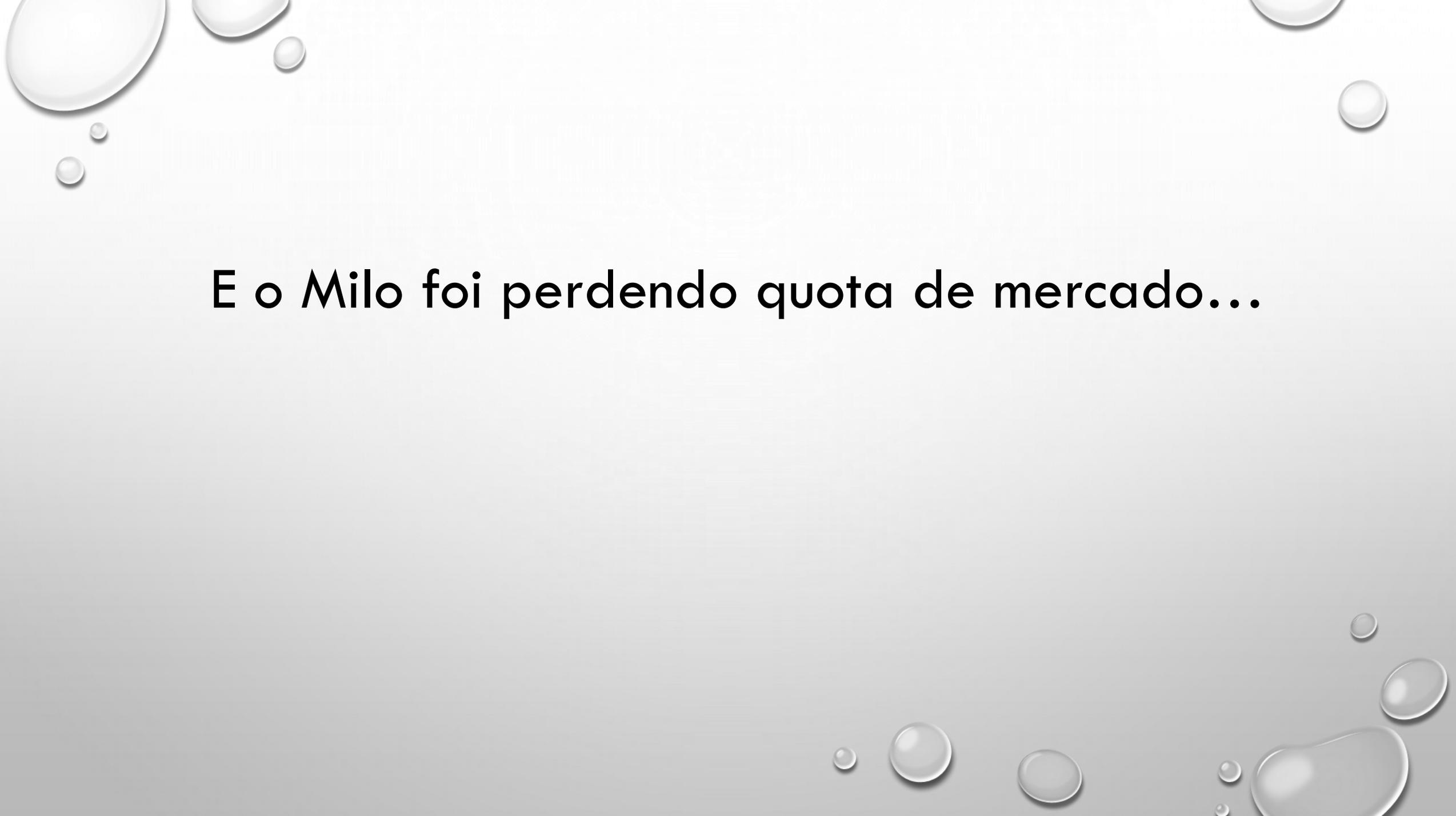
Inclua na sua alimentação a saborosa

OVOMALTINE

Rica fonte de energias



E este era o seu grande concorrente

The image features a light gray gradient background. In the top-left and bottom-right corners, there are several realistic-looking water droplets of various sizes, some overlapping. The text is centered horizontally in the middle of the frame.

E o Milo foi perdendo quota de mercado...

O MERCADO DOS "MILK MODIFIERS"

**EM PORTUGAL NOS ANOS 80 ESTAVA DIVIDIDO
EM DUAS ÁREAS:**

- **ACHOCOLATADOS EM PÓ**
- **FORTIFICANTES**

Marcas fortes de achocolatados em pó



UM PODEROSO ALIMENTO FORTIFICANTE!

Contém em forma concentrada as substâncias nutritivas dos mais ricos alimentos!

Uma colher de OVOMALTINE **VALE MAIS:**



... que o cálcio e fósforo de um copo de leite. (Estabelece ossos e cérebro)



... que as Vitaminas B de um pão integral. (Revigora o sistema nervoso)



... que a Vitamina D e Lecitina de um ovo. (Combate raquitismo e anemia)



... que o ferro de um prato de espinafres. (Estimula o sangue)



... que a Vitamina A de um prato de cenouras. (Evita a fraqueza dos olhos)



Contém ainda: proteínas, gorduras, hidratos de carbono. (Bem estimulável)



O MELHOR FORTIFICANTE É O BOM ALIMENTO

Os especialistas em nutrição afirmam que o melhor fortificante é o bom alimento! Por isso, recomendam sempre Ovomaltine às crianças, aos esgotados e aos que precisam de refazer rapidamente as energias depauperadas. Cada partícula de Ovomaltine vale mais que o organismo acumula. É altamente concentrada. Não se precisa de cozinhar o leite e o fígado. Tome a mistura no leite, café ou em outros líquidos! É saborosíssima!

Inclua na sua alimentação a saborosa

OVOMALTINE

Rica fonte de energias



A grande marca nos fortificantes

**A NESTLÉ DECIDIU ACHOCOLATAR
O MILO MANTENDO-O COMO
FORTIFICANTE
E FEZ UMA ENORME CAMPANHA DE
COMUNICAÇÃO.**



O RESULTADO FOI DESASTROSO...



**A QUOTA DE MERCADO BAIXOU
AINDA MAIS
E O MILO ACABOU POR SER
DESCONTINUADO EM PORTUGAL.**



**QUAL TERÁ SIDO A GRANDE RAZÃO
DESSE FRACASSO?**



AS DUAS PERSPECTIVAS DO POSICIONAMENTO DE UM PRODUTO

IDENTIFICAÇÃO

**DE QUE GÉNERO
DE PRODUTO
SE TRATA?**



**OS CLIENTES NÃO CONSEGUIAM
SITUAR O MILO NO MERCADO!**



A MENTE HUMANA PRECISA DE TER REFERÊNCIAS!



AS DUAS PERSPECTIVAS DO POSICIONAMENTO DE UM PRODUTO

DIFERENCIAÇÃO

**O QUE O
DISTINGUE DOS
OUTROS PRODUTOS
DO MESMO GÉNERO?**

EXEMPLOS DE DIFERENCIAÇÃO



ASSISTÊNCIA TÉCNICA MIELE

**INSTALAÇÃO --- CONSERTO
--- MANUTENÇÃO ---**

Miele



11 3976-3140 | 3976-9848 | 96231-1982 ZAP



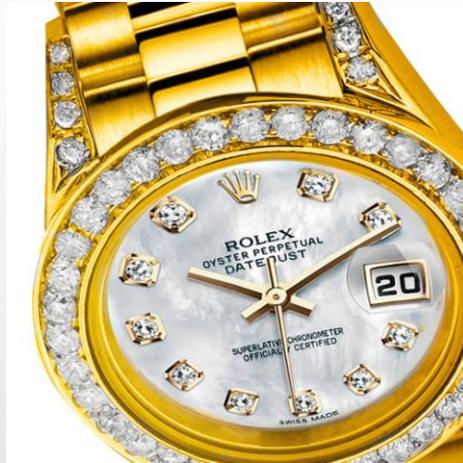
Forma

Serviço

**Rapidez
de
entrega**

EXEMPLOS DE DIFERENCIAÇÃO

Prestígio



Design



Qualidade



EXEMPLOS DE DIFERENCIAÇÃO



**Abertura
fácil**



Dimensões

O QUE DISTINGUE ESTAS DUAS MARCAS PARA ALÉM DO PREÇO?



€1.65
por litro



€1.80
por litro

AS DUAS PERSPECTIVAS DO POSICIONAMENTO DE UM PRODUTO

IDENTIFICAÇÃO

DIFERENCIAÇÃO

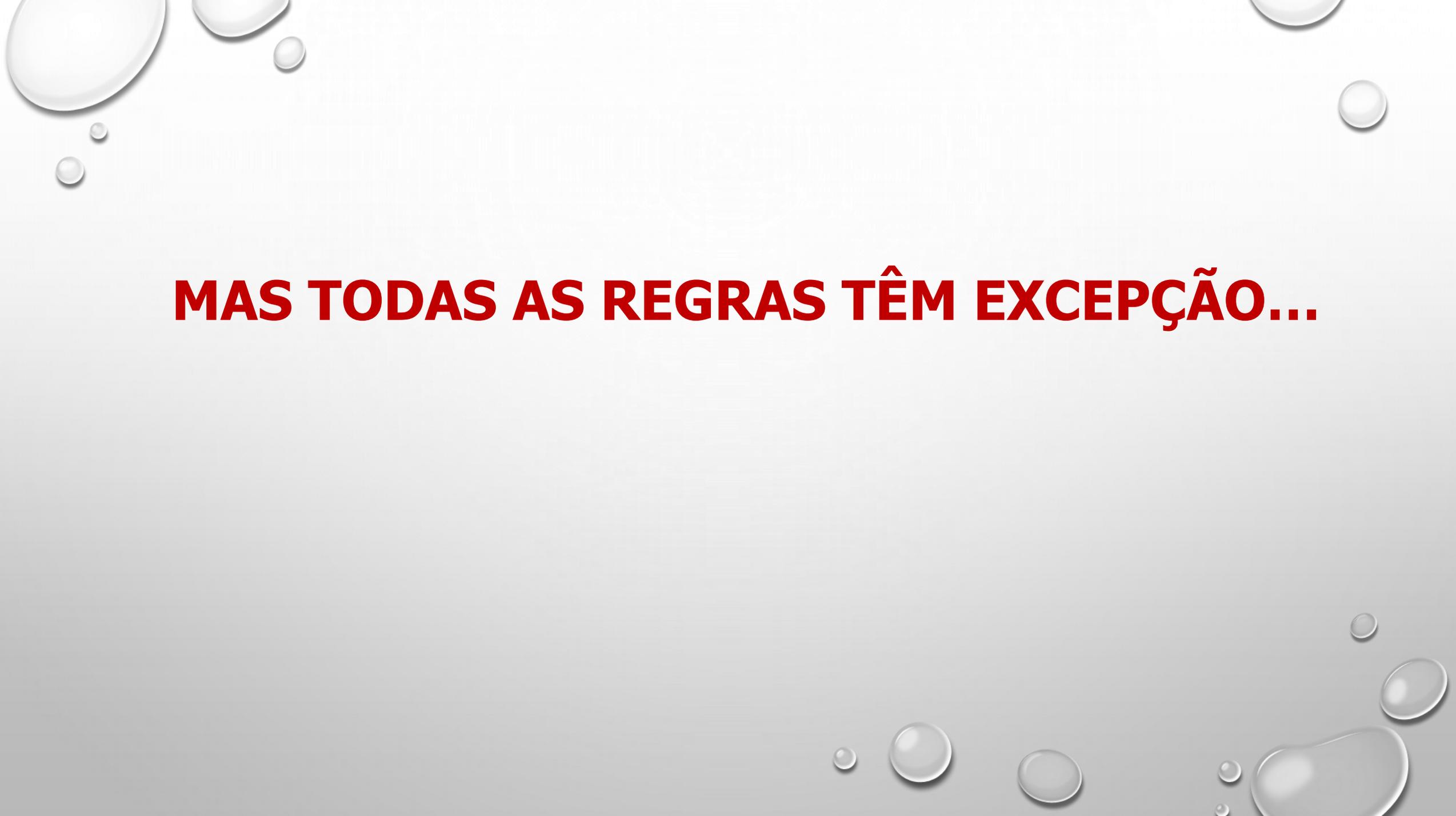
**DE QUE GÉNERO
DE PRODUTO
SE TRATA?**

**O QUE O
DISTINGUE DOS
OUTROS PRODUTOS
DO MESMO GÉNERO?**

POSICIONAMENTO

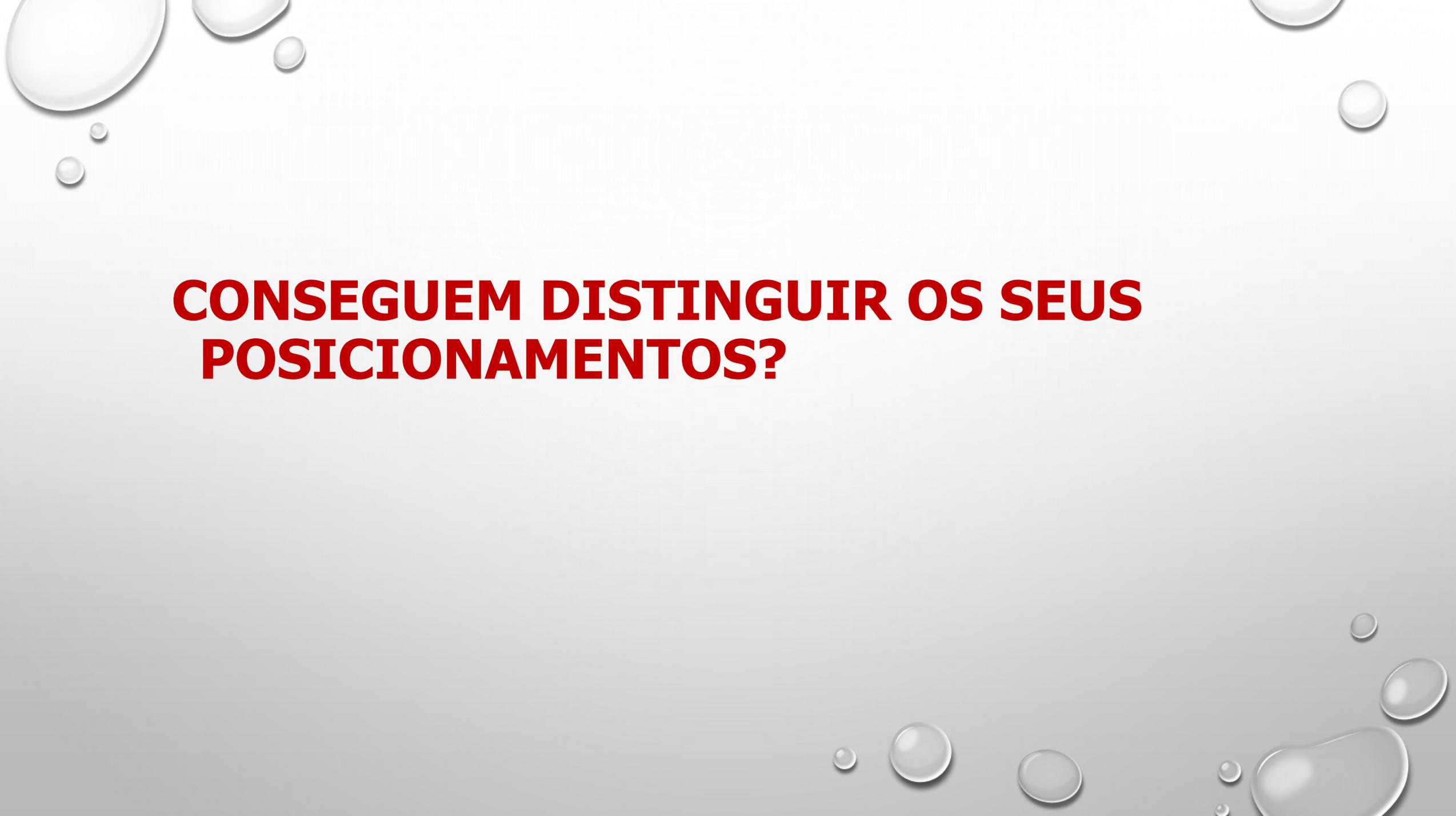
A ESCOLHA DO POSICIONAMENTO DEVE SER VOLUNTÁRIA E CONSCIENTE, POIS:

- SE NÃO ESCOLHERMOS O NOSSO POSICIONAMENTO, OS CLIENTES FARÃO ISSO POR NÓS...
- OU OS CONCORRENTES EMPURRAR-NOS-ÃO PARA ONDE LHEM FOR CONVENIENTE...
- O POSICIONAMENTO DE UM PRODUTO DESEMPENHA UM PAPEL IMPORTANTE NO PROCESSO DE DECISÃO DOS CLIENTES
- O POSICIONAMENTO É A CHAVE DA OFERTA DA EMPRESA (MARKETING MIX)

The image features a light gray gradient background with several realistic water droplets of various sizes scattered in the corners. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the frame.

MAS TODAS AS REGRAS TÊM EXCEPÇÃO...



The image features a light gray background with a subtle gradient. In the top-left and bottom-right corners, there are several realistic-looking water droplets of various sizes, rendered with soft shadows and highlights to give them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the frame.

**CONSEGUEM DISTINGUIR OS SEUS
POSICIONAMENTOS?**



Provavelmente não, pois eles são semelhantes...



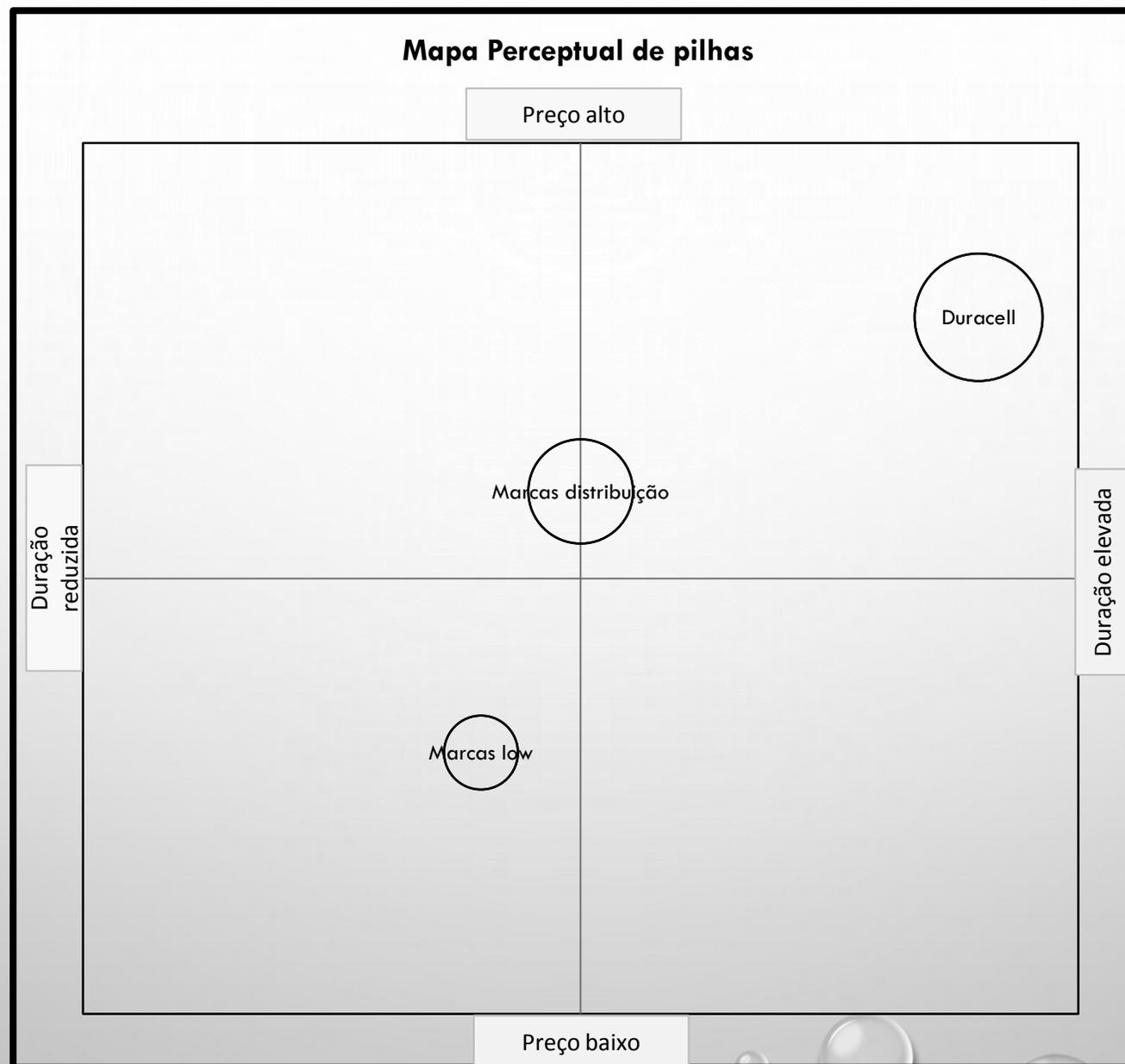
COMO SE CONSTRÓI UM POSICIONAMENTO ?

ELE É CONSTRUÍDO COM BASE

NOS ATRIBUTOS

REFERENCIANDO-OS FACE À CONCORRÊNCIA.

Atributos:
Preço e
Duração



Como definiriam este posicionamento?



CONTINENTE

E este posicionamento?



E NAS COMPANHIAS AÉREAS?





Como definem este posicionamento?



Low cost





Posicionamento low cost ?





Claro que não



E NO MUNDO DOS GINÁSIOS?



HOLMES
PLACE

**Espaço de lazer e bem estar com serviços
complementares**

Viva  fit[®]



Espaço feminino



FITNESS HUT

move . now .

Low cost

CARACTERÍSTICAS DE UM BOM POSICIONAMENTO

- **SIMPLICIDADE**

EX: É FÁCIL DE PERCEBER PARA QUE SERVE ESTE PRODUTO E QUAIS OS BENEFÍCIOS QUE DELE PODEMOS OBTER



CARACTERÍSTICAS DE UM BOM POSICIONAMENTO

- **PERTINÊNCIA**

EX: OS “DOURADINHOS” MARCAM A SUA POSIÇÃO NO MERCADO PELA FRESCURA DE UM ALIMENTO SAUDÁVEL E SABOROSO PARA AS CRIANÇAS



CARACTERÍSTICAS DE UM BOM POSICIONAMENTO

- **CREDIBILIDADE**

EX: O SKIP MANTÉM A SUA CREDIBILIDADE ATRAVÉS DA RECOMENDAÇÃO DOS TÉCNICOS DE MÁQUINAS DE LAVAR



CARACTERÍSTICAS DE UM BOM POSICIONAMENTO

- **ORIGINALIDADE**

EX: PROCURANDO UM ESPAÇO VAGO NO MERCADO, O DETERGENTE PRESTO POSICIONOU-SE COMO "O DETERGENTE DOS GLUTÕES" QUE TIRAM AS NÓDOAS DIFÍCEIS





PRÓXIMA SESSÃO:

PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE MARKETING

