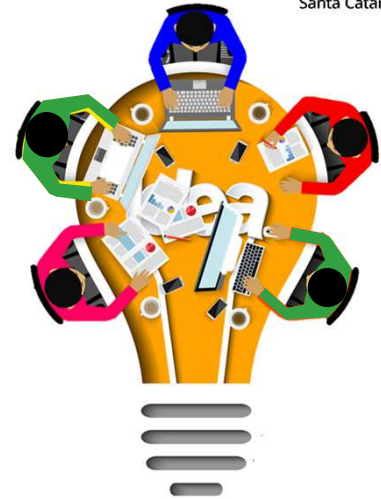


Planejamento de Marketing

Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais
Prof. Alfredo Ribeiro Cárdenas



Planejamento de Marketing

PLANEJAMENTO...

Vídeo - Planejamento

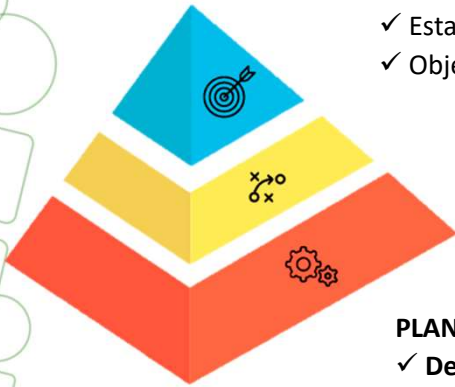
Planejamento é o **processo** envolvido na **formulação de ações** orientadas para **tornar realidade** um **objetivo futuro**.



- ✓ Pensar antecipadamente (pensar antes de agir);
- ✓ Refletir, questionar sobre o que vai ser feito (o que, como, quando, para quem, por que, por quem, onde...);
- ✓ Tomar decisões, escolher alternativas;
- ✓ Estabelecer ações que buscam alcançar objetivos desejados.

Planejamento de Marketing

NÍVEIS DE PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL



O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO (P.E.):

- ✓ Orienta a **organização** como um todo;
- ✓ Estabelece os **grandes propósitos** e **dá direção** a ser seguida.
- ✓ Objetivos de longo prazo.

O PLANEJAMENTO TÁTICO:

- ✓ Orienta **parte da organização** (departamentos/setores);
- ✓ **Desdobramentos do P.E** no nível dos departamentos;
- ✓ Objetivos de **médio prazo**.

PLANEJAMENTO OPERACIONAL:

- ✓ **Desdobramento do P.T**;
- ✓ Relacionado à **operacionalização** do que foi planejado.
- ✓ **Documentação** de procedimentos, responsáveis, recursos, prazos, produtos esperados, etc.. (Planos de ação, **planos operacionais**).

Planejamento de Marketing

Planejamento de Marketing é o **processo** que envolve o **desenvolvimento** e a **coordenação** das **estratégias** e **ações** necessárias para atingir **objetivos** e **metas de Marketing**.

ESTRATÉGIA

OBJETIVOS (o quê?)

- **Situação futura** que se deseja atingir;
- **Podem/devem ser reflexo do P.E** da organização;
- Indicações **daquilo** que se **pretende alcançar, atingir, obter, ser**;

METAS (quanto/quando?)

- São desdobramentos/detalhamentos dos objetivos;
- Acrescenta-se questões quantitativas e temporais;

AÇÕES (como?)

- Iniciativas a serem realizadas a fim de que se atinja as metas.



Planejamento de Marketing

ESCOPO DO PLANEJAMENTO DE MARKETING

Proposta de Valor

Produto (4 Ps)

Mix de marketing

Variáveis Controláveis

Satisfação

Expectativa

Posicionamento

Valor

Demanda

Segmentação

Marca (construção,
reconhecimento,
lembrança, lealdade)
(Re)Posicionamento.

MARKETING

**Comportamento do
Consumidor**

Cliente (Experiência,
Jornada, Relacionamento,

**Retenção, Engajamento,
Lealdade, Fidelização)**

Taxa de conversão

Atendimento

Comunicação

Promoção

Diferenciação

Concorrência

Análise de mercado

Pesquisa de mercado

Planejamento de Marketing

OBJETIVOS... DE MARKETING!

- ✓ Oferecer mais **valor** ao cliente.
- ✓ Avaliar/Aumentar o nível de **satisfação** dos clientes/Diminuir **reclamações** do SAC.
- ✓ Fortalecer o **posicionamento** da **marca/produto** ou reposicioná-los.
- ✓ Reconfigurar o **mix de marketing** (4P).
- ✓ Lançar/comunicar um novo "**produto**" no mercado.
- ✓ Aumentar a **demanda** em períodos de sazonalidade.
- ✓ Aumentar o reconhecimento da marca/empresa na região/em outras regiões.
- ✓ Aumentar o **ticket médio de consumo /taxa de conversão**/Aumentar as **vendas**.
- ✓ Diminuir a **evasão** de clientes matriculados. Aumentar a **retenção** de **clientes**.
- ✓ Aprimorar a **segmentação** de mercado.
- ✓ Aprimorar a **experiência do cliente**.
- ✓ Aumentar o tráfego do site, Aumentar o **engajamento** nas redes sociais:
- ✓ **Ajustar** a entrega de **valor** às **expectativas**.
- ✓ Aumentar o **reconhecimento da marca/ampliar a divulgação** do produto.
- ✓ Compreender melhor as **necessidades/comportamento** do consumidor.
- ✓ Especializar/Melhorar a qualidade do **atendimento**. (...)

Planejamento de Marketing

OBJETIVOS, METAS E AÇÕES

OBJETIVO

1 Reconfigurar o **produto** para adequar as necessidades dos clientes da academia Like.

METAS

1.1 Oferecer novas aulas coletivas aos clientes em até 6 meses.

1.2 Ampliar os horários das aulas (2 novos horários) em 1 mês.

AÇÕES

1.1.1 Identificar tendências no mercado, em 2 meses.

1.1.1 Oferecer treinamento para colaboradores, em 4 meses.

1.2.1 Realizar estudo sobre horários de maior movimento, em 1 mês.

1.2.2 Realizar aulas sobre as novas modalidades, em 6 meses.

Planejamento de Marketing

OBJETIVOS, METAS E AÇÕES

OBJETIVO

1 Aumentar a **demand**a em períodos de sazonalidade.

METAS

1.1

1.2

AÇÕES

1.1.1

1.2.1

1.2.2

Planejamento de Marketing

DO PLANEJAMENTO... AO PLANO DE MARKETING

Plano de marketing é um documento que vai formalizar o planejamento realizado. Ele delinea as estratégias e ações específicas que uma empresa planeja implementar para alcançar seus objetivos e metas de marketing em um período de tempo determinado

- 1.1 Sumário executivo
- 1.2 Análise de ambiente
- 1.3 Definição do público-alvo (segmentação e mercado-alvo)
- 1.4 Definição do posicionamento de mercado
- 1.5 Definição da marca
- 1.6 Definição dos objetivos e metas
- 1.7 Definição das ações de marketing



Planejamento de Marketing

Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais
Prof. Alfredo Ribeiro Cárdenas

