

#### Fundamentos de Marketing Aula 4

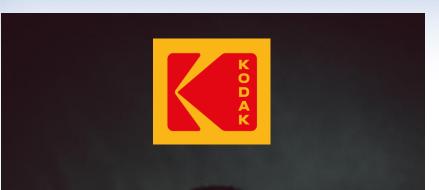
#### Evolução do cliente



#### Estratégias de segmentação

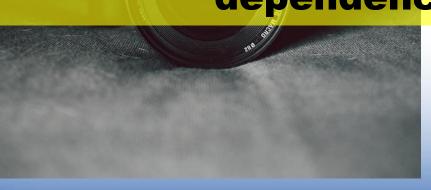


## Concentração





Escolher um único segmento de atuação, pode levar à especialização, mas provoca dependência no setor





# Especialização seletiva





Diversifica o risco ao ampliar a oferta de produtos em outros segmentos similares

# Especialização por produto







O mesmo produto vendido em diversos segmentos aumenta a reputação da marca no mercado, mas há sempre o risco do produto se tornar obsoleto

#### Especialização por mercado





Foco em atender um grupo de clientes

#### Cobertura total





Foco em uma necessidade básica de compra, independente das características dos clientes. Padronização e produção em massa.



O que é mais fácil para uma empresa: se comunicar e vender seus produtos ao grupo A ou B?





Α

В

#### Benefícios da segmentação:

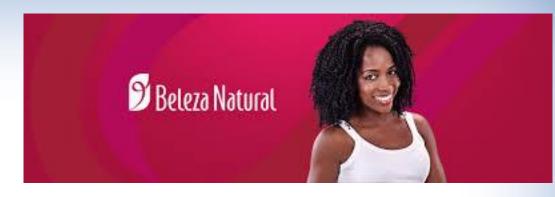
- Escolha de um mercado: elimina mercados inapropriados;
- Variáveis de segmentação: cria segmentos de consumidores com características similares;
- Avaliar segmentos: identifica os segmentos mais adequados aos produtos/serviços oferecidos pela empresa;
- Selecionar segmentos: identifica aqueles segmentos com maior potencial de lucratividade (oportunidade de mercado)

Um nicho de mercado é, na verdade, um subgrupo de um segmento de mercado. Ou seja, um grupo de consumidores com interesses similares, que se destacam dentro de um grupo já segmentado.

#### Exemplos:

- Autoescola é um segmento > curso para condutores é um nicho
- Casa e Construção é um segmento > Faça você mesmo é um nicho











SISTEMA DE CARTÓRIO CERTIDÕES

LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO NACIONAL DE DOCUMENTOS

#### Variáveis de segmentação:

- Demográficas:
  - Sexo
  - Idade
  - Tamanho da família
  - Estado civil

- Socioeconômico:
  - Renda
  - Classe social
  - Educação
  - Religião
  - Etnia

#### Variáveis de segmentação:

- Geográficas:
  - País, Estado, Cidade, Bairro
  - Urbano x Rural
  - Clima
  - Idioma

- Estilo de vida:
  - Atitudes
  - Opiniões
  - Interesses
  - Gostos e preferências

- Vantagens:
  - Clientes mais satisfeitos e mais leais
  - Clientes aceitam pagar mais caro pelo diferencial
  - Pouca ou nenhuma concorrência

# Qual a diferença entre definir o público-alvo e criar uma persona do consumidor?

#### PRÍNCIPE CHARLES



- Homem
- Nascido em 1948
- Residente no Reino Unido
- Casado 2 vezes
- Mora em um castelo
- · Classe A

#### **OZZY OSBOURNE**



- Homem
- Nascido em 1948
- Residente no Reino Unido
- Casado 2 vezes
- Mora em um castelo
- · Classe A

#### Persona do consumidor

Mais do que dados demográficos, a persona precisa transmitir a personalidade, a atitude, o comportamento, os hábitos, os desejos, as sensações e principalmente as dores do consumidor.



Exemplos de personas

https://resultadosdigitais.com.br/marketing/exemplosde-personas/

#### Persona do consumidor B2B

Quem vende para empresas precisa perceber que assim como existem as *brand personas*, é útil você criar uma persona "empresa" para sua estratégia também.

No entanto, devem ser mapeadas também algumas características emocionais e psicológicas das pessoas com quem você interage durante o processo de compra.

# Vamos praticar



Grupos de 6 alunos:

- Cada aluno receberá instruções próprias
- Vocês tem:
  - □ 20 minutos para ler o material
  - ☐ 20 minutos para se reunir com seus pares
  - 20 minutos para se reunir com seu grupo e elaborar a persona