

MARKETING DE SERVIÇOS

Cláudio Silvestre

FIT
Faculdade
Integração Tietê

Grupo Educacional
UNIESP
União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo
100%  Brasileiro

FILIADA A FACESP
 **ACET**
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
E EMPRESARIAL TIETÊ

Marketing

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is above the water line, and the much larger base is submerged below. The sky is blue with light clouds, and the water is a deep blue. The text is overlaid on the image in yellow.

- Vendas
- Propaganda

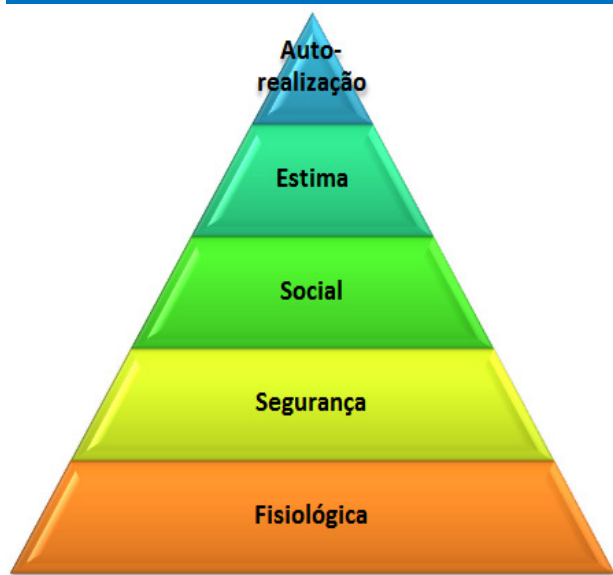
- Pesquisa
- Experimentação
- Design
- Definição de Preço
- Estratégia de distribuição
- Estabelecimento de Parcerias
- Etc...

Entender e Atender o Mercado

Razões do Marketing

- Necessidade, Desejo e Demanda

O marketing não existe para criar necessidades, mas trabalha com base nas necessidades humanas, influenciando racionalmente o desejo e gerando demanda.



Despertando o Desejo



18:30, o dia inteiro trabalhando, indo para uma palestra... Não dá tempo de ir pra casa... Que fome...



O Marketing precisa trabalhar as opções para atender as necessidades.



Ambientes de Marketing

MACROAMBIENTE

MICROAMBIENTE

EMPRESA

- RH
- Compras
- Contabilidade
- Mix de Marketing
 - Produto/produção
 - Distribuição/vendas
 - Preço/Finanças
 - Comunicação

MERCADO

- Consumidor
- Concorrentes
- Fomecedores
- Intermediários
- Públicos

- Amb. Demográfico
- Amb. Econômico
- Amb. Natural
- Amb. Tecnológico
- Amb. Político e legal
- Amb. Sociocultural

**Variáveis
controláveis**

**Variáveis
semi-controláveis**

**Variáveis
incontroláveis**

Evolução do Marketing



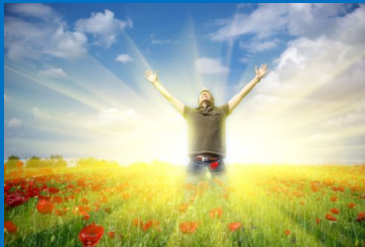
Marketing 1.0

Foco no produto, características, valor



Marketing 2.0

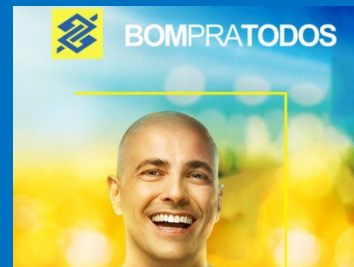
Foco no cliente, nas necessidades individuais



Marketing 3.0

Foco na sociedade, sustentabilidade

Sustentabilidade – A palavra do início do século



Serviços

- Um ato ou desempenho (desempenhos são intangíveis, mas podem envolver o uso de produtos materiais)
- Uma atividade econômica que não resulta em propriedade
- Um processo que cria benefício ao facilitar uma mudança desejada nos clientes, em posses materiais ou em bens intangíveis



O Setor de Serviços na Economia

Participação no PIB

- 56,7% do PIB em 2003
- 65,8 % do PIB em 2008
- Aprox. 70% do PIB em 2014



79% do PIB nos EUA

O Setor de Serviços na Economia

- Instituições financeiras
- Restaurantes, bares, pensões
- Hotéis
- Seguradoras
- Notícias e entretenimento
- Transportes (de carga e de passageiros)
- Assistência Médica
- Educação
- Atacado e varejo
- Lavanderias
- Consertos e manutenção
- Profissionais (advogados, arquitetos, consultores)



Fatores que influenciam o crescimento

- Urbanização: segurança, transporte urbano ...
- Mudanças demográficas: educação, entretenimento, saúde
- Mudanças sócio-econômicas: transporte escolar, creches ...
- Maior sofisticação dos consumidores: terapias, *personal trainer* ...
- Mudanças tecnológicas: banco eletrônico, treinamento a distância ...



Características: Serviços X Produtos

PRODUTOS

- Tangível
- Venda concreta

- Produção
- Venda
- Entrega

**NÃO
SIMULTÂNEO**

- Máquinas

SERVIÇOS

- Intangível
- Venda Promessa

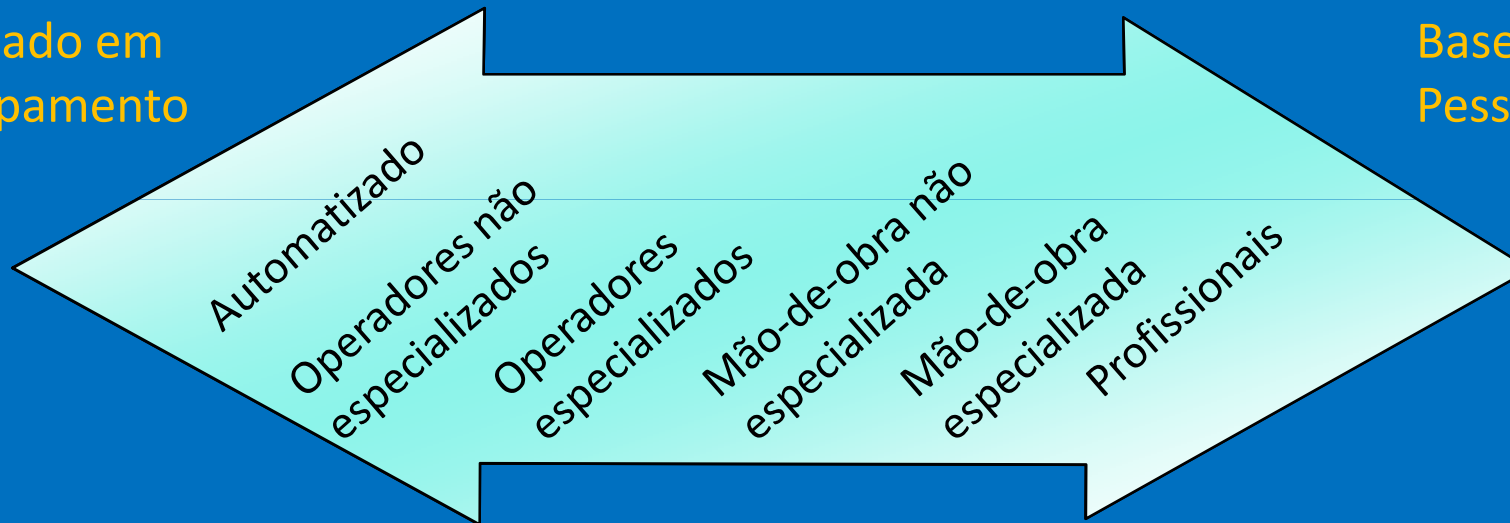
- Produção
- Venda
- Entrega

SIMULTÂNEO

- Pessoas

Classificando os Serviços

Baseado em
Equipamento



Baseado em
Pessoas

Automatizado

Operadores não
especializados

Operadores
especializados

Mão-de-obra não
especializada

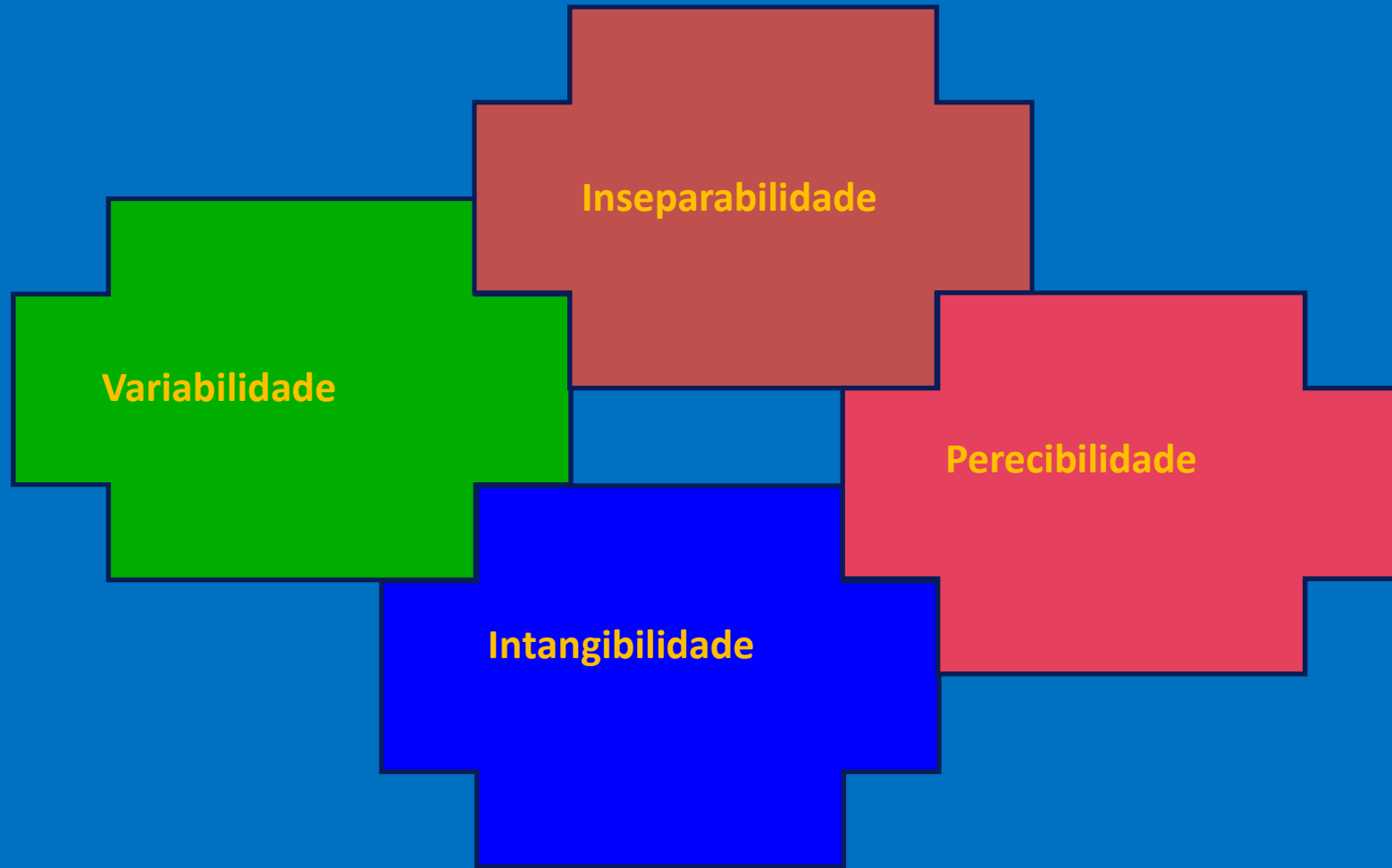
Mão-de-obra
especializada

Profissionais

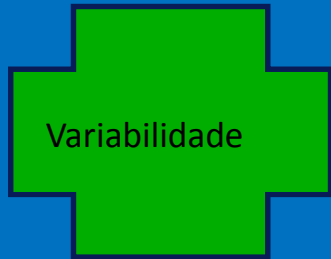
*Ex: Caixas
Automáticas*

*Ex: Serviços de
Bufê*

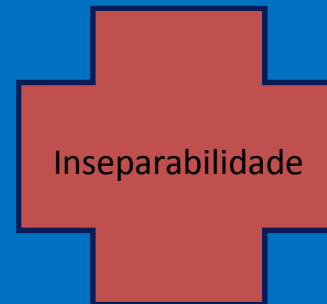
Características dos Serviços



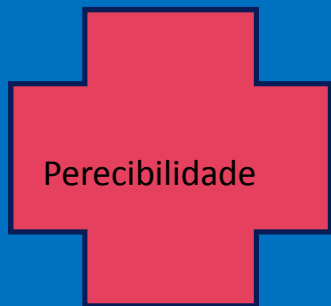
Impacto das características no Marketing



- Padronização
- Controle de qualidade



- Treinamento com pessoal de contato com cliente
- Estratégias que gerenciem todo o processo do cliente
- Instalações em múltiplos locais

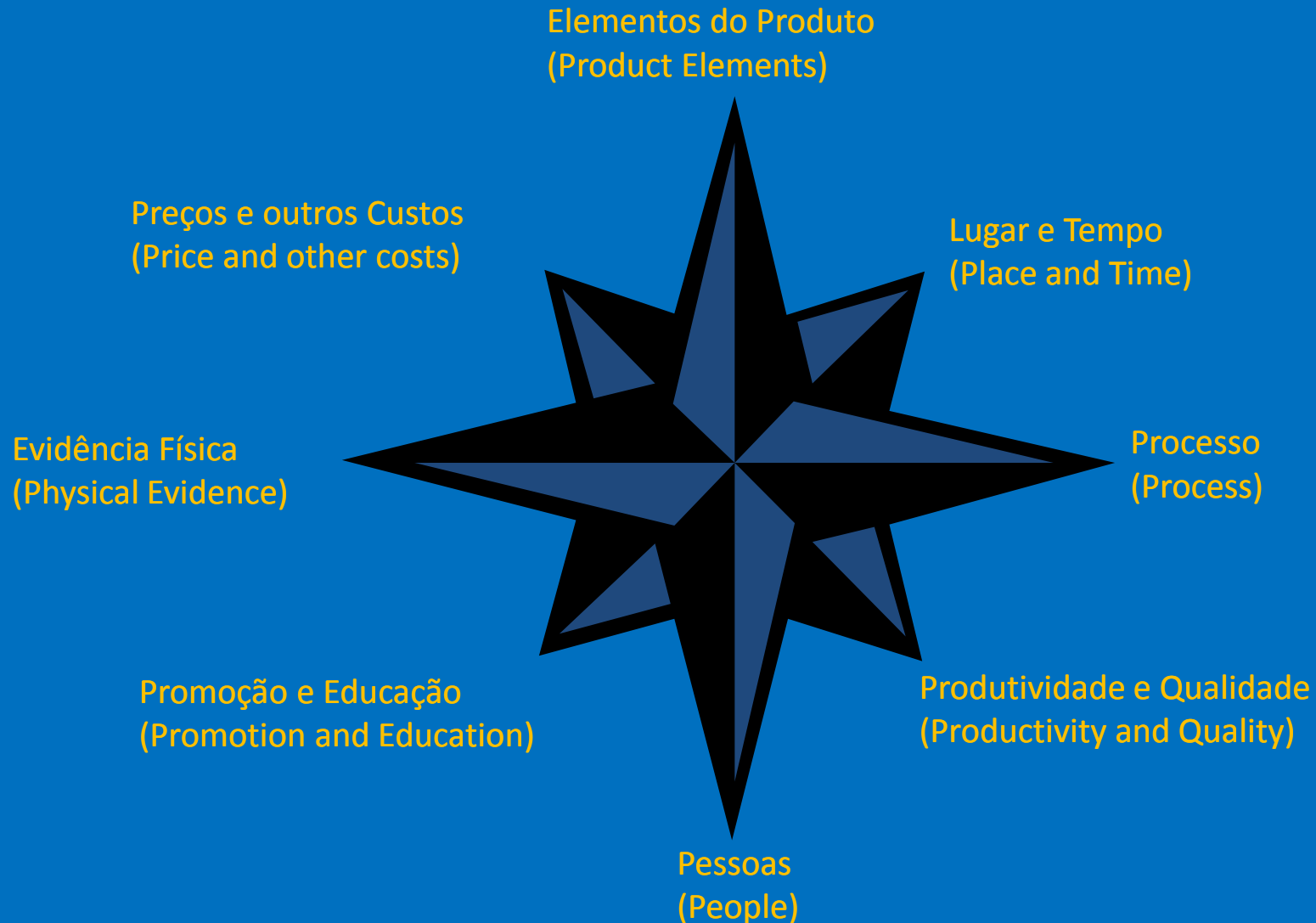


- Gerenciamento oferta x demanda
- Estratégias para reduzir o impacto: preços, sistema de reservas ...



- Comunicação dos serviços
- Fixação de preços por serviço
- Geração de patentes
- Detalhamento de serviços

Componentes do Marketing de Serviços – 8 P's



Estratégias no Marketing De Serviços

- Liderança no Custo Total



- Diferenciação



- Foco

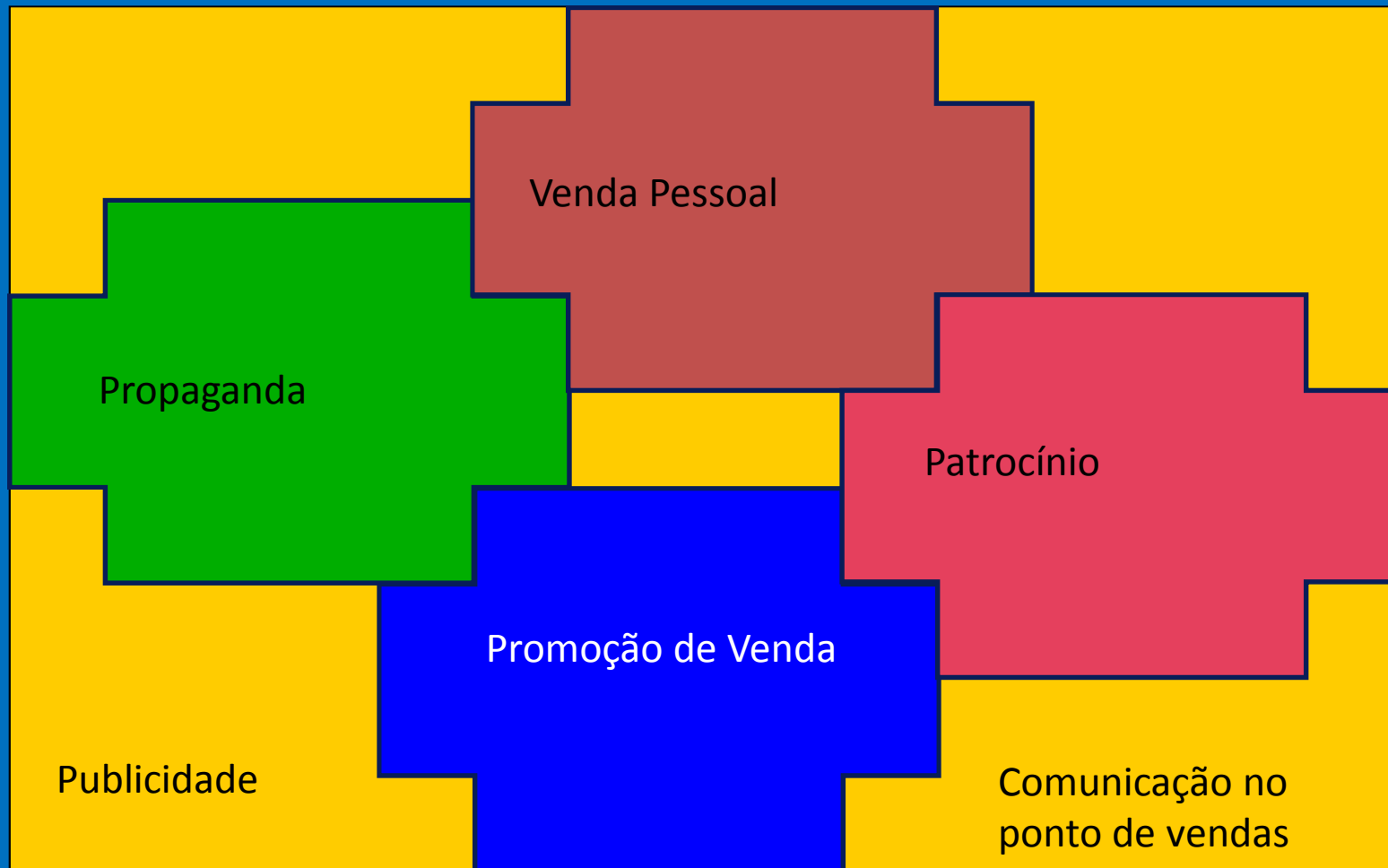


Estratégias no Marketing De Serviços

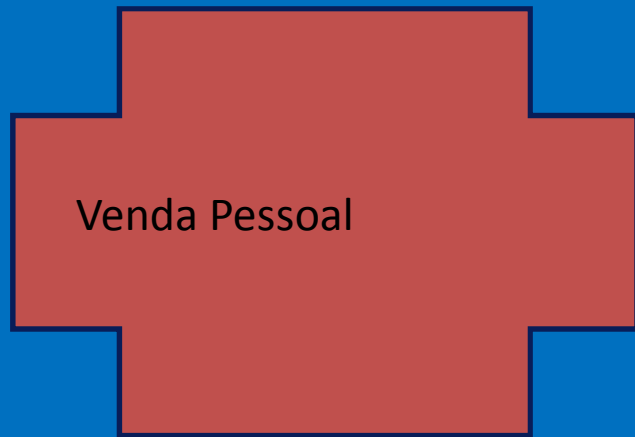
Posicionamento de Mercado

		Vantagem estratégica	
		Unicidade observada pelo cliente	Posição de baixo custo
Alvo estratégico	No âmbito de toda a indústria	Diferenciação	Liderança em custo
	Apenas um segmento	Foco	

Comunicação Integrada No Marketing de Serviços

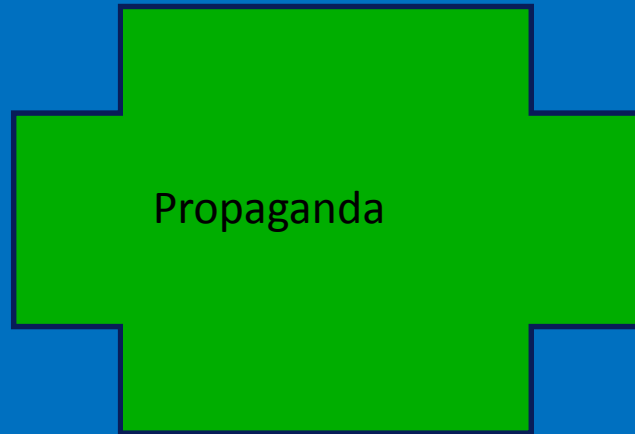


Composto de Comunicação



- Forma de comunicação pessoa a pessoa através da qual o vendedor informa, instrui e convence potenciais clientes a comprar os serviços da empresa

Composto de Comunicação



Envolve:

- Comunicação de massa (Jornais, revistas, TV, internet)
- Comunicação direta (marketing de banco de dados)



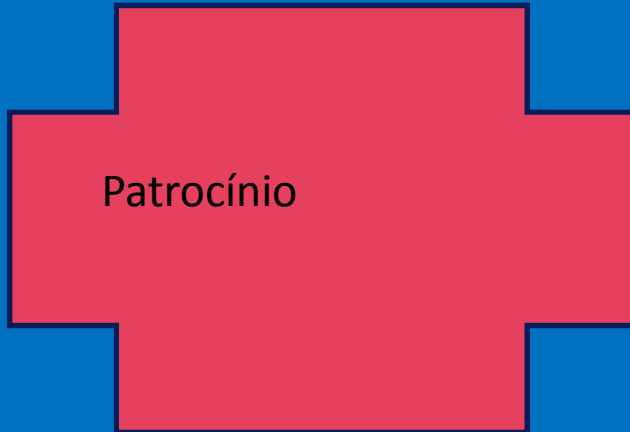
Composto de Comunicação



Todas as atividades de marketing que tentam estimular uma ação rápida do comprador ou a venda imediata

**Promoção de vendas é evento temporário.
Propaganda é contínuo**

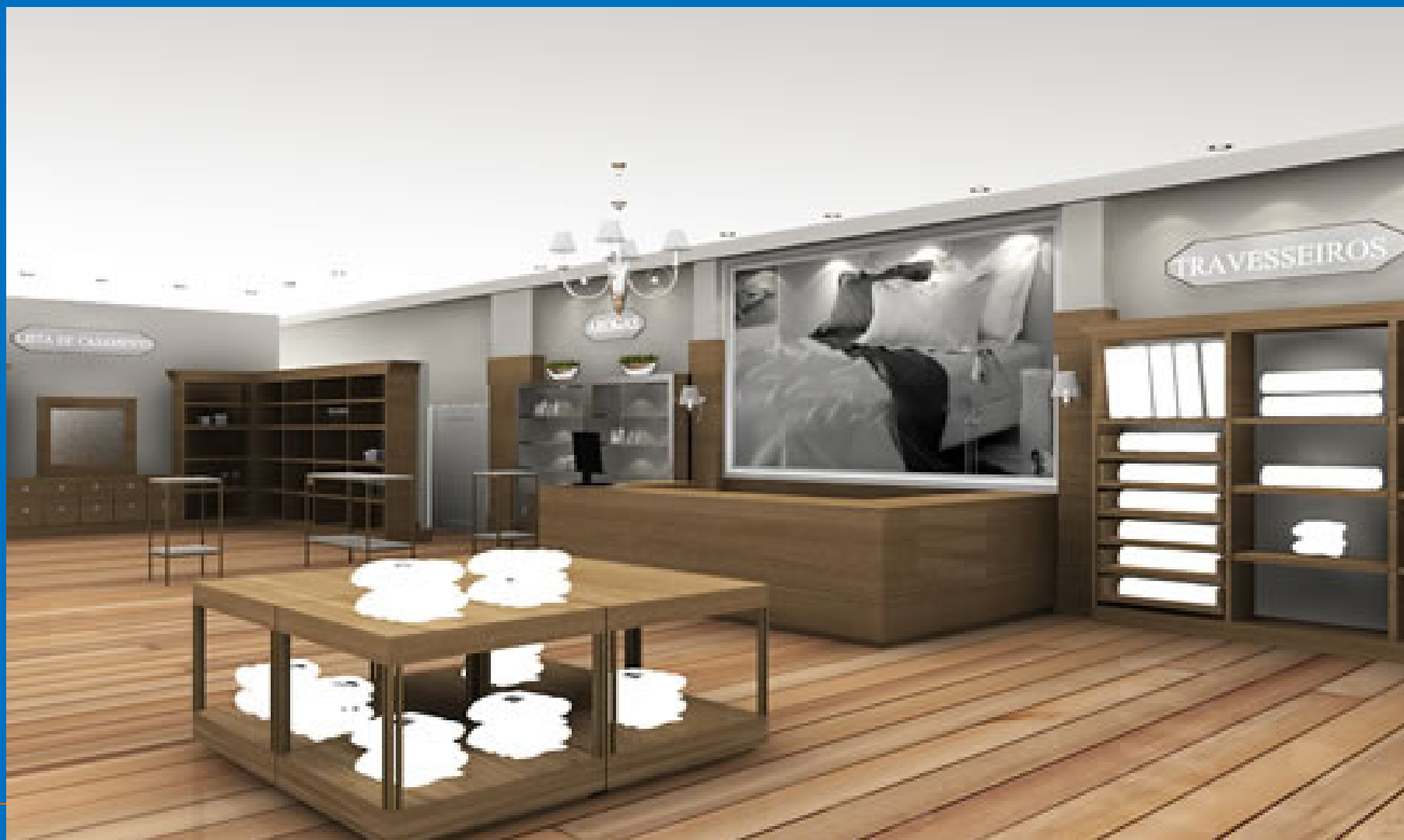
Composto de Comunicação



Prática de promover os interesses de uma empresa e suas marcas ao associar a companhia, ou uma de suas marcas a um evento específico ou a uma causa.



Ambientação do Ponto De Venda



Ambientação do Ponto De Venda



Ambientação do Ponto De Venda



LOUNGE PERSONNALITÉ

Ambientação do Ponto De Venda



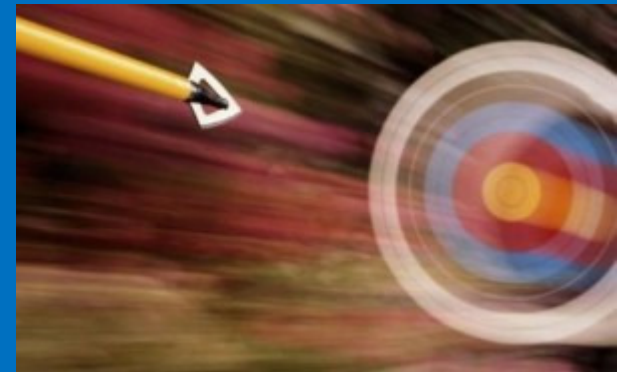
Ambientação do Ponto De Venda



Ambientação do Ponto De Venda



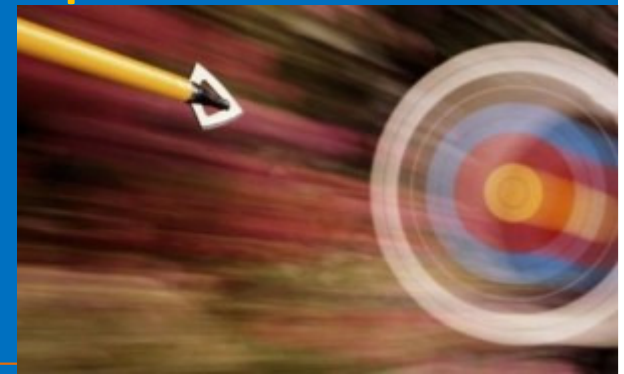
Quais ferramentas usar e quando (Objetivos de Comunicação)



Objetivo: Construir e Gerir Marcas.

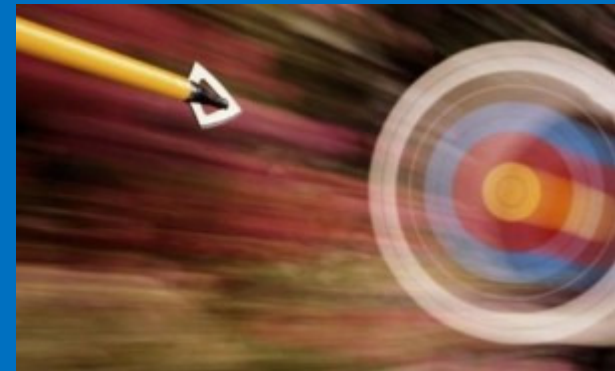
Ferramentas:

- Propaganda
- Relações Públicas / Assessoria de Imprensa
- Patrocínios
- Eventos



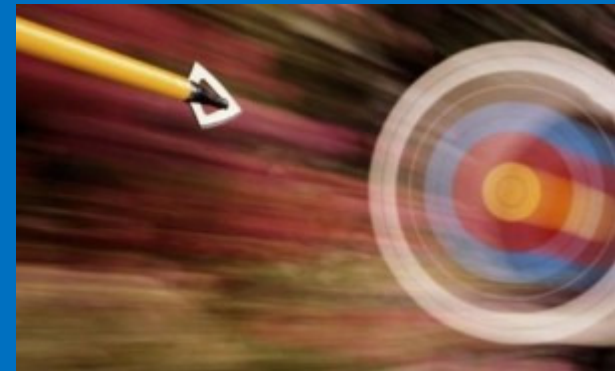
Objetivo: Impulsionar Negócios.

- Promoção
- Venda pessoal
- Marketing de Incentivos
- Marketing Direto
- *Sampling*



Objetivo: Construir e Gerir Relacionamentos.

- Marketing Direto
- Relações Públicas
- Webinars (conferências via internet)
- Venda Pessoal



Logotipos - Dicas



Obrigado!

Contato:

claudio@silvestreconsultoria.com.br

www.silvestreconsultoria.com.br

Fone: 019 3432-3653