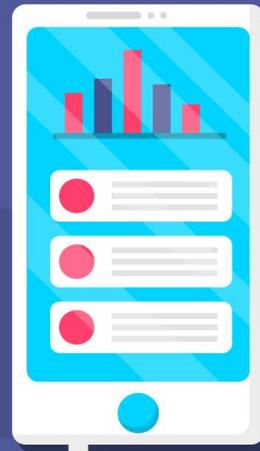


# Estratégias de Segmentação e Posicionamento

# MARKE TING



Makes small  
work of  
BIG spills.



West 33<sup>rd</sup> St

Seventh Ave

Joe Louis Blvd

ONE WAY

Subway

ELECTRONICS

Sharp



McDonald's

800000!  
FEEL BUNNY THE COW!  
PLEASE ONLY WALK SUBJECT!  
HAPPY HALLOWEEN

McDonald's







A **GESTÃO ESTRATÉGICA** tem por objetivo criar e incentivar ações que levam ao sucesso do negócio. ... Ela é esse gerenciamento de recursos, equipe, dia a dia para que a empresa toda alcance os objetivos estipulados. Inclusive, podemos dizer que a gestão estratégica **É UM DOS PILARES DO PLANEJAMENTO.**

“Enquanto não se achar um fim, um alvo, não se estabelece o começo.”

*Wesley Bandeira*





# Unidade

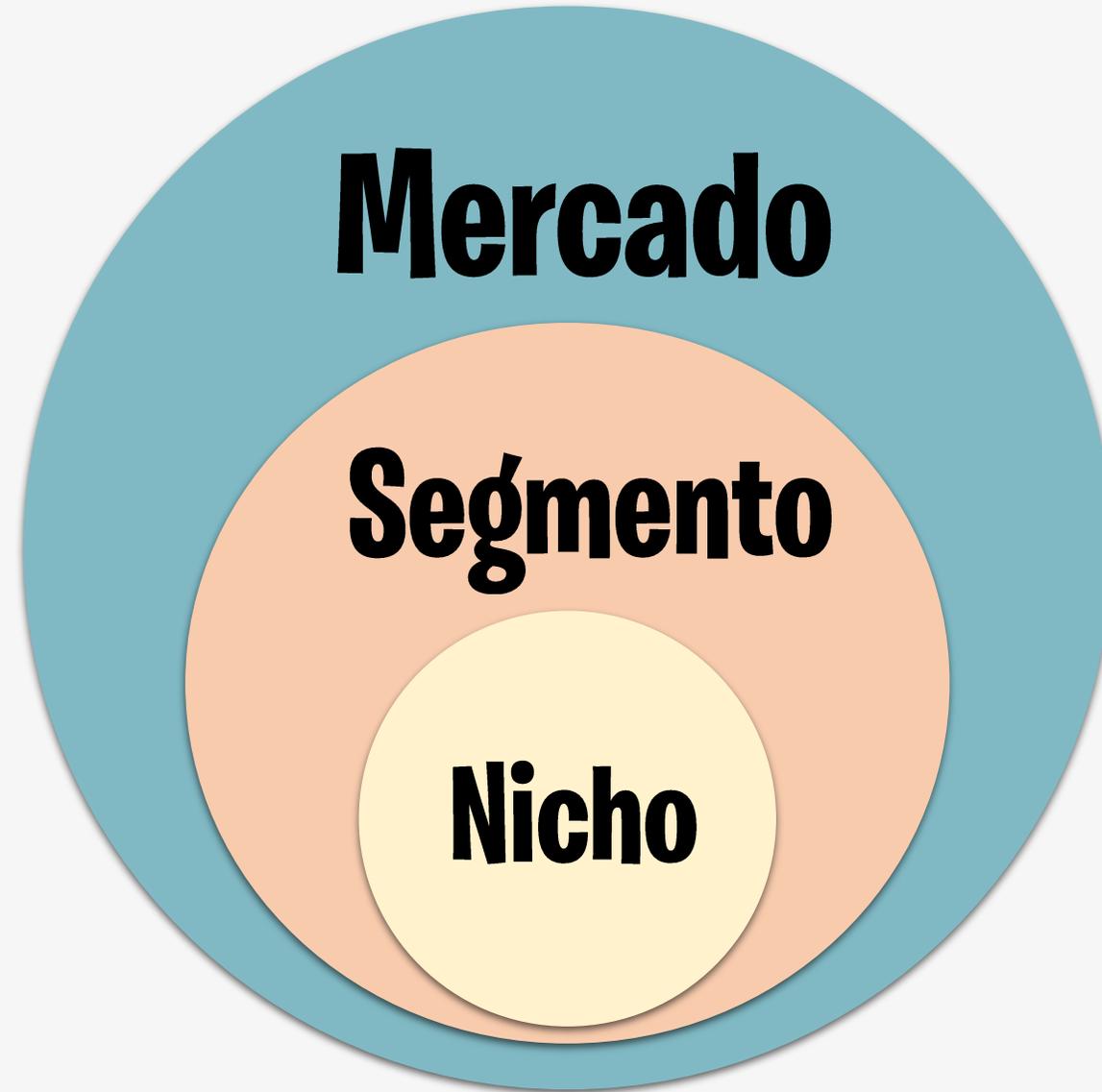
## **ESTRATÉGIA DE MERCADO**



**Uma **ESTRATÉGIA** sem um planejamento é apenas um ideal.**

**Um **PLANEJAMENTO** sem uma estratégia é apenas um método.**

# ENTENDENDO O MERCADO



# MERCADO

**As poucas empresas que não segmentam os seus produtos ou serviços fazem o chamado **MARKETING DE MASSA**. Geralmente, essas companhias trabalham com *commodities*, como petróleo, açúcar, feijão e bens cuja demanda vai existir independentemente de uma alteração no preço (demanda inelástica).**







**Um** **SEGMENTO DE MERCADO** **é um**  
**grupo de consumidores com**  
**interesses e dores semelhantes.**







Tentar atingir vários públicos diferentes é um **erro** comum e a consequência é uma estratégia generalista, com planos de marketing pouco específicos e com resultados de vendas bastante insatisfatórios.

*Coca-Cola* Brasil

SUA SEDE MOVE A NOSSA.





# Segmentação de Mercado

É uma **estratégia de marketing** que parte de uma premissa básica: nenhum indivíduo é igual a outro e é impossível agradar todo o público com um só produto. A solução encontrada para esses casos é a **divisão do mercado consumidor em diferentes segmentos**, criando **mercados-alvo** que posteriormente se desdobrarão em **públicos-alvo e posicionamentos**.

## **Segmentos que mais crescem no Brasil**

Como comentamos, o setor alimentício é muito menos suscetível aos efeitos das crises. Mesmo com a forte retração da economia do país em anos recentes, a alimentação ainda representa o segundo maior gasto do brasileiro, atrás apenas de habitação.



# Para que serve...

- Avaliar a viabilidade das ações de marketing junto a determinados grupos;



## EXEMPLO

- **CONFETARIA:** Promover sorteios no instagram para ganhar seguidores e promover produtos.
- **EMPRESA DE EMPRÉSTIMOS:** Entregar panfletos em paradas de ônibus.

Um **NICHO DE MERCADO** é uma parcela pouco ou nada atendida de um grande grupo consumidor, uma oportunidade oculta dentro de um ramo de negócios amplo e competitivo.

Saúde -> Emagrecimento -> Dietas para  
mulheres que acabaram de ter bebês

Alimentação > Alimentação Saudável >  
Alimentos Sem Glúten



# YOUCOM

## JEANS

YOUCOM

RT

PARIS

YOUCOM

YOUCOM

# Procedimentos e Bases para Segmentação de Mercado



# Bases para a Segmentação de Mercado

- Demográficas
  - Geográficas
- Comportamentais
  - Psicológica

**Segmentação**

**Demográfica**

# Principais critérios da segmentação demográfica

- Idade/Geração
- Sexo/Gênero
- Renda
- Família
- Profissão
- Escolaridade



# Principais critérios da segmentação demográfica

- Estado civil (solteiro, casado, etc.)
- Estágio da vida (infantil, adulto, etc.)
- Religião
- Etnia
- Classe social.





OLEO  
BARBA



SHAMPOO  
**BARBA**  
limpa e hidrata

140 ml

BALM para  
**BARBA**

50g hidrata e modela

BARBA  
**BRAVA**





Para Crianças com Cabelos Cacheados



**BREVEMENTE**  
Máscara Nutritiva  
Creme Modelador





OS  
**DEZ**  
MANDAMENTOS  
NOVA TEMPORADA





bianca

[Seguir](#)



5.852 publicações

12,2 milhões seguidores

2.333 seguindo

Boca Rosa

Empresária - Digital influencer

Contato biancaandrade@k2l.com.br

Twitter: BiancaAndrade

Sigam: @bocarosabeauty / @bocarosahair

Followed by marlacharao, nana\_spindler, fborba912 +7 more



BOCA A BO...



PLAYLIST



BR HAIR



BR BEAUTY

PUBLICAÇÕES

IGTV

MARCADOS



Ativar o Windows  
Acesse Configurações para ativar o Windows.



Busca



psicologa\_coach

Seguindo



1.895 publicações

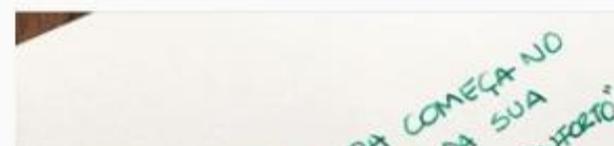
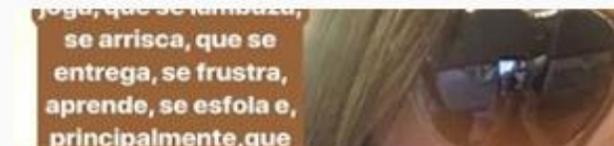
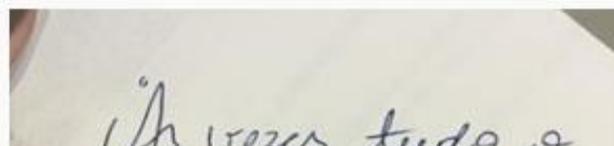
63,2mil seguidores

seguindo 2.316

**Janaína Leão** Psicóloga Sistêmica ❤️ Apaixonada por desenvolver pessoas e potencializar o melhor 📄 Transformar sonhos em objetivos 🎯 Incentivar resultados sustentáveis

[www.lalarudge.com.br/lala-rudge/quando-a-solidao-deixa-de-ser-natural](http://www.lalarudge.com.br/lala-rudge/quando-a-solidao-deixa-de-ser-natural)

Seguido por [edenilson.santos82](#), [gilmargalio](#), [deisepagno](#) e outras 22 pessoas



# Segmentação Geográfica

# Segmentação Geográfica

É o processo de identificar segmentos de mercado com base em critérios geográficos, como localização, densidade populacional, clima, dentre outros.



# Os Critérios para Segmentação Geográfica podem ser:

- Países;
- Estados;
- Municípios;
- Bairros;
- Ruas ;

Aspectos como como porte da região, renda, clima e a densidade na ÁREA GEOGRÁFICA são muito considerados para a escolha.







Festival  
Delícias  
de Inverno



3 MODELOS  
PARA COLECIONAR



Imagens meramente ilustrativas





**Segmentação**

**Psicográfica**

# Segmentação Psicográfica

Utiliza recursos da psicologia para compreender melhor os consumidores.

Nesse tipo de segmentação, os consumidores são categorizados de acordo com os seus valores, estilos de vida, personalidade, etc.



# Segmentação Psicográfica



- **Estilo de Vida (modo de ser):** Intelectual, sofisticado, moderno, ecologicamente correto, descolado, tradicional, etc.
- **Personalidade:** Racional, emotivo, sociável, individualista, extrovertido, liberal, conservador, compulsivo, etc.
- **Classe Social:** Classe trabalhadora, média, alta, emergentes.





Verde Mais 

Verde Mais 







# quem disse, berenice?

KOOPINGUARDIETES DA  
TERRAÇO SHOPPING  
(61) 3361-2452  
PROCON 151



nova:  
linha  
sobran-  
celhas  
elas dizem  
tudo



quem disse, berenice?



leve  
1 nécessaire  
.....  
2 levantamento  
de sobrancelha  
+ 1 máscara  
para cílios



linha completa  
sobran-  
celhas



**Segmentação**

**Comportamental**

# Segmentação Comportamental



De acordo com Kotler (2002, p. 289):

“Na segmentação comportamental, os compradores são divididos em grupos com base em seus conhecimentos de um produto, em sua atitude com relação a ele, no uso dele ou na resposta a ele. [...] muitos profissionais de *marketing* acreditam que as variáveis comportamentais são os melhores pontos de partida para se construir segmentos de mercado.”

# Segmentação Comportamental



Neste segmentação, “Os profissionais de marketing podem segmentar o mercado de consumo de acordo com os diversos comportamentos de compra.” (CHURCILL e PETER 2005, p. 213).

# BASES DA SEGMENTAÇÃO

<b>DEMOGRÁFICA</b>	<b>GEOGRÁFICA</b>	<b>PSICOGRÁFICA</b>	<b>COMPORTAMENTAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Idade/Geração</li><li>- Sexo/Gênero</li><li>- Renda</li><li>- Família</li><li>- Profissão</li><li>- Escolaridade</li><li>- Estado civil</li><li>- Estágio da vida</li><li>- Religião</li><li>- Etnia</li><li>- Classe social.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Países;</li><li>- Estados;</li><li>- Municípios;</li><li>- Bairros;</li><li>- Ruas ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estilo de vida</li><li>- Personalidade</li><li>- Classe Social</li><li>- Valores</li><li>- Atitudes</li><li>- Opiniões</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Atitudes em relação ao produto</li><li>- Ocasão de compra</li><li>- Benefícios</li><li>- Utilização</li></ul>



A **PESQUISA DE MERCADO** apontará  
quais os gostos e  
comportamentos dos  
consumidores, como eles agem  
no momento da compra, quais os  
processos de decisão sobre um  
produto ou um serviço, entre  
outras informações.



# Reconhecimento do Público-alvo

Antes de desenvolver as estratégias de marketing, é importante entender com quem a empresa vai comercializar.



# Posicionamento Diferenciado

Através destas informações, é possível posicionar-se no mercado de maneira única e atender assim os desejos e às necessidades dos consumidores com os quais a marca vai se relacionar.

# Fases do processo de segmentação

## SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

1. IDENTIFICAÇÃO DAS BASES DE SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

2. DEFINIÇÃO DOS PERFIS DOS SEGMENTOS DETERMINADOS

## DEFINIÇÃO DO MERCADO

3. DEFINIÇÃO DOS ÍNDICES DE ATRATIVIDADE DOS SEGMENTOS

4. SELEÇÃO DOS SEGMENTOS-ALVO

## POSICIONAMENTO DO PRODUTO

5. DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO DO PRODUTO PARA CADA SEGMENTO-ALVO

6. DEFINIÇÃO DO MIX DE MARKETING PARA CADA SEGMENTO-ALVO

SEGMENTAÇÃO



POSICIONAMENTO

# REFERENCIAS

<https://www.mandae.com.br/blog/segmentacao-de-mercado-para-lojas-virtuais-o-que-e-e-como-fazer/>

<https://rockcontent.com/blog/nicho-de-mercado/>