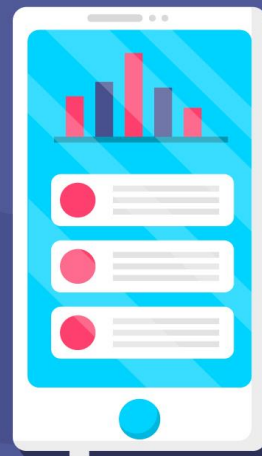
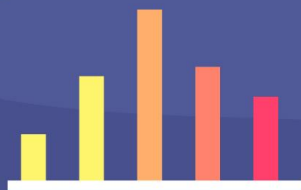


Estratégias de Segmentação e Posicionamento

MARKE TING



Makes small
work of
BIG spills.



West 33rd St

Seventh Ave

Joe Louis Blvd

ONE WAY

Subway

ELECTRONICS

Sharp



McDonald's

800000!
FEEL BURNING HOT!
FLAME ONLY! WE BURN!
HAPPY HALLOWEEN

McDonald's

24
Drive Thru







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

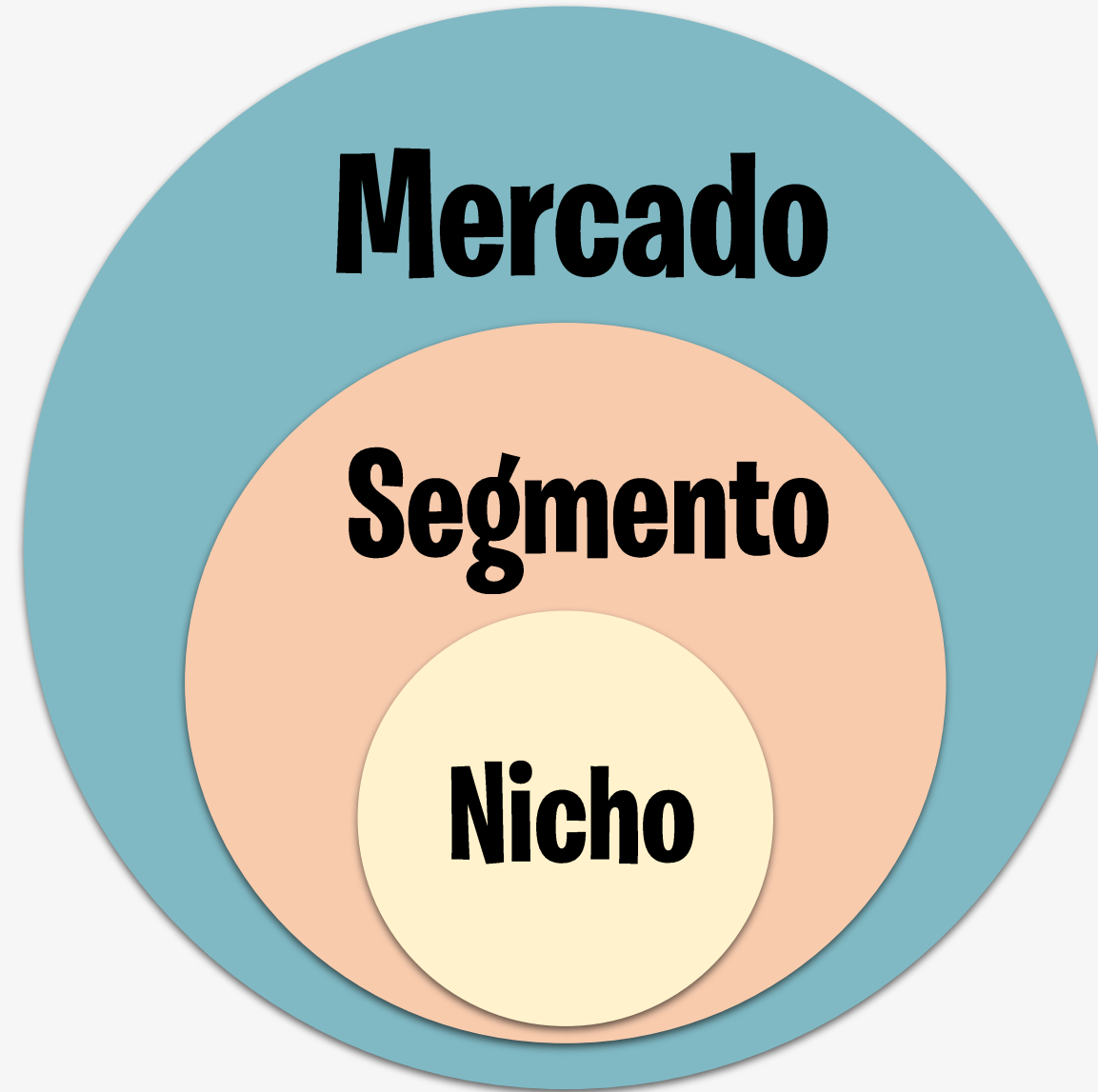
ESTRATÉGIA DE MERCADO



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



The background of the entire image is a textured, parchment-like surface. It features a collage of characters from the TV series 'Os Dez Mandamentos'. At the top center, a man with a beard and a woman are shown in profile. To the right, an older man with a long white beard and a woman are visible. Below them, a man with a beard is shown in profile. On the left side, there is a portrait of a man with long hair and a beard, and below that, a woman's profile. At the bottom left, another woman's profile is shown. At the bottom right, a man with a beard and a woman are visible. The central text is 'OS DEZ MANDAMENTOS' in a large, bold, serif font. The word 'OS' is smaller and positioned above 'DEZ'. The word 'MANDAMENTOS' is below 'DEZ'. Below the main title, the text 'NOVA TEMPORADA' is written in a smaller, sans-serif font, flanked by two horizontal lines.

OS
DEZ
MANDAMENTOS
NOVA TEMPORADA





bianca

[Seguir](#)



5.852 publicações

12,2milhões 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

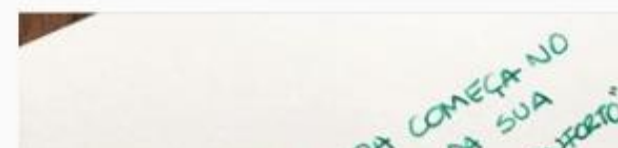
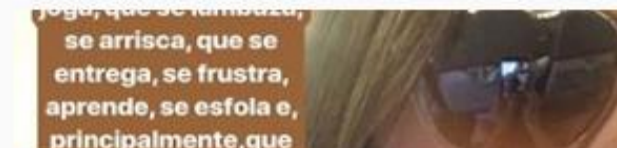
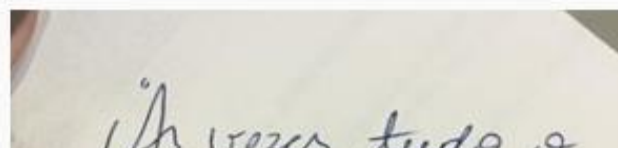
63,2mil seguidores

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

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.







i ♥
chiquinho
chocolate

Festival
Delícias
de Inverno



3 MODELOS
PARA COLECIONAR







SONI HOUSE



McDonald's
FAMILY RESTAURANT



NO PARKING
ANYTIME



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
sobrancelhas
.....



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

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



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/>