



Marketing, em uma definição simples, é o que se faz para entender o cliente. O primeiro passo é compreender suas necessidades e expectativas, motivações e comportamentos.

O marketing deve consistir de estratégias que você pode alcançar e desenvolver para persuadir seus potenciais clientes de que você é a empresa que eles procuram.

Não são somente as grandes organizações que devem utilizar as ferramentas que o marketing oferece para alavancar seus negócios. As pequenas empresas também podem observar e adaptar o marketing para sua necessidade.

O Marketing conta com quatro instrumentos básicos de ação:

- Criação de produtos e serviços que atendam aos desejos do cliente;
- Escolha do preço certo para estes produtos;
- Distribuição eficiente e ágil;
- Comunicação com o cliente, por meio de propaganda na mídia impressa, eletrônica, promoções no ponto de venda, sorteios, brindes, merchandising, mala direta etc.

O resultado deve propiciar a satisfação do cliente, e para a empresa, crescimento de mercado e retorno financeiro para o empresário.

Comunicação com o cliente

Toda empresa deve se preparar para se comunicar bem com os seus clientes.

Passos importantes para o sucesso da comunicação:

- Conhecer e definir seu público-alvo;
- Analisar e selecionar os meios de comunicação para atingir o público-alvo;
- Avaliar custos;
- Decidir a mensagem a ser comunicada;
- Preparar a empresa para atender a demanda;
- Avaliar os resultados da comunicação.

Muitas vezes, pequenos detalhes nas ações de marketing podem causar grande impacto na satisfação dos consumidores.

Quando entrega um catálogo, troca um cartão, aprova o letreiro da sua fachada, mostra a sua vitrine, escolhe uma embalagem para o seu produto, você está dizendo quem é. Vendendo a sua imagem.



Para que as iniciativas de marketing tenham sucesso, é preciso manter uma rotina ativa de ações.

O roteiro auxiliará você a registrar periodicamente informações que o ajudarão a melhor atender seus clientes. Confira o modelo abaixo que você poderá utilizar na sua empresa.

Roteiro para ações de marketing

Planejamento anual de marketing:

Em quais meses serão realizadas ações de marketing?

Estabelecidos os meses, cada ação deve ser planejada utilizando por base as seguintes perguntas:

Qual o objetivo da campanha promocional?

Quais os produtos ou serviços serão divulgados em promoção? Qual o período da promoção?

Os produtos e os serviços oferecidos na promoção, a estrutura da loja e as formas de pagamento, estão adequados aos clientes?

Quais são os meios de comunicação da loja para informar seus clientes das promoções?

Serão desenvolvidos brindes? Quais?

Quais serão os materiais de divulgação (cartazes, banners, outdoors, faixas, folders, entre outros)?

Bibliografia

SEBRAE. Caderno de ferramentas: 2010.

ENDEAVOR. <https://endeavor.org.br/se-marketing-nao-e-propaganda-o-que-e-entao/>

Para que possamos continuar a acompanhar o seu negócio,
retorne a um de nossos pontos de atendimento e atualize gratuitamente
o Plano de Desenvolvimento do Cliente.

Com ele será possível identificar quais temas merecem prioridade em sua
gestão, apontando as soluções indicadas para cada um deles.

Para receber orientação presencial no Sebrae mais próximo,
agende dia e horário em nossa Central de Relacionamento 0800 570 0800,
de 2ª feira a 6ª feira, das 8h às 20h.



Especialistas em pequenos negócios
www.sebraerj.com.br / 0800 570 0800

