A GESTÃO ESTÁ EM XEQUE!

VALIDAÇÃO DOS CONCEITOS DA GESTÃO ORIENTAÇÃO AO MERCADO

Flavio Ricardo Rodrigues

Flavio.Ricardo@FGVmail.br

https://www.linkedin.com/in/flavio-ricardo

CIESP Campinas

CONTRIBUIR COM O REALINHAMENTO MENTAL E ESTRATÉGICO COM FOCO NO MERCADO

QUAL A MINHA PROPOSTA?

POR QUE A DIFICULDADE?

- NÃO ABORDO POLÍTICA NEM ECONOMIA. ME ORIENTO PELA MOVIMENTAÇÃO DO MERCADO

PARALELO: O MERCADO E A PIZZA

... A PIZZA TEM UM CRESCIMENTO ... SUA EMPRESA TEM UMA FATIA ...

VENDAS?

CONCORRENTES?

NOVOS ENTRANTES?

PREÇOS?

VALOR?

CLIENTE?

MERCADO?

VISITEM O SITE: HTTP://TODDWSCHNEIDER.COM/
E VEJAM TODAS AS MÉTRICAS DE
MOVIMENTAÇÃO URBANA EM NOVA IORQUE

... O NÚMERO DE OFERTAS CRESCE DESPROPORCIONALMENTE ...

A Miopia de Marketing
deve dar espaço aos
Benefícios para o mercado

OPORTUNIDADE VS DESEJO

LIVRE-SE DE PRECONCEITOS

QUEM PAGA PELO PRODUTO

PROPONHA E/OU ACEITE NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO - HORIZONTAL, SOCIAL E INCLUSIVO

Os Negócios existem para melhorar as vidas das pessoas e criar valor para todos os envolvidos.
O quão bem eles cumprem seus papéis, os trará lucro.

O Capitalismo, como atual, não mais nos trará desenvolvimento sustentável

AQUI, INDICO A LEITURA DOS LIVROS:

CONSCIOUS CAPITALISM E CAPITALISMO EM CONFRONTO

O REAL PROPÓSITO DE UMA EMPRESA

NÃO ASSUMA LUCRO COMO PRIORIDADE

Os mercados estão se microsegmentando.
Como podemos pensar que atenderemos todos plenamente ?

CONCORRENTE: AMEAÇA OU FALTA DE FOCO

NÃO É O NÚMERO DE CONCORRENTES QUE AUMENTA, MAS O NÚMERO DE OFERTAS

Não se trata de encontrar mais clientes para nossos produtos, mas encontrar o produto certo para o cliente escolhido

É praticar a "não-venda"!

Em uma Mina de Diamantes, separamos as gemas das pedras, ou acabamos polindo gemas e pedras indefinidamente.

É preciso saber, com clareza, à quem atenderemos!

Um médico não oferece a lista de medicamentos para um paciente escolher. Assim, por exemplo, uma loja de serviços em pneus vende confiança quando "ensina o cliente a comprar".

FOCO

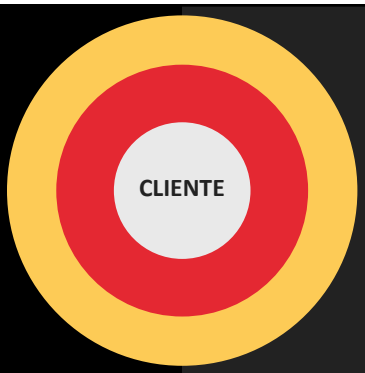
EVITE O MODELO "TAMANHO-ÚNICO ATENDE-NINGUÉM"

Ainda tem espaço no mercado para sua empresa continuar crescendo com seus mesmos produtos ?

OCIOSIDADE OU OBSOLESCÊNCIA

O QUÃO ANTENADA SUA EMPRESA ESTÁ ÀS MUDANÇAS DO MERCADO

ONDE CONTINUAR CRESCENDO?



FOCO NO CLIENTE

DEFINA E PROMOVA TODOS OS PONTOS DE EXPERIÊNCIA COM SEU MERCADO

Sonde, com critério bem estabelecido e aberto a ouvir, qual o saldo de defensores da sua empresa ou marca.

NET PROMOTER SCORE

INCREMENTE O SALDO DE EMBAIXADORES DA SUA EMPRESA COM AS EXPERIÊNCIAS ALINHADAS ÀS NECESSIDADES DO CLIENTE

ORIENTAÇÃO AO MARKETING

MONITORE OS MERCADOS AVALIE AS TENDÊNCIAS

Decisão Empresarial

ORIENTAÇÃO AO MARKETING

DEFINA VALOR POR SEGMENTO
DEFINA A CADEIA DE VALOR

Decisão Empresarial

ORIENTAÇÃO AO MARKETING

NOVO MODELO DE NEGÓCIOS?
PRÓPRIO OU PARCERIA?

EXTELIGÊNCIA

BUSQUE UM AMBIENTE COM DIVERSIDADE
E COLABORATIVO

CONCLUINDO

SABEMOS DE NOSSAS RESPONSABILIDADE?

OBRIGADO PELA PRESENÇA

Flavio Ricardo Rodrigues

Flavio.Ricardo@FGVmail.br

https://www.linkedin.com/in/flavio-ricardo

CIESP
Campinas