

Saiba como o marketing pode impulsionar o seu negócio



Para conseguir um bom marketing, empreendedor deve discutir, implantar e acompanhar estratégias adequadas ao negócio

Você conhece o seu público-alvo? Sabe onde ele está, o que quer e o quanto está disposto a pagar por um serviço ou produto? As respostas a essas perguntas devem guiar os passos de qualquer empreendedor que esteja disposto a desenvolver uma eficiente gestão de marketing. Transformar as necessidades dos clientes em desejos, de maneira mais eficaz que a concorrência, e, ainda, render lucro, é resultado directo desse planeamento. E, para desenvolvê-lo, é necessário discutir, implantar e acompanhar estratégias adequadas ao negócio.

De acordo com a analistas, a construção da imagem de uma empresa passa por diferentes aspectos, que incluem excelência no atendimento, organização, layout adequado e serviços e/ou produtos de qualidade. A esse mix de particularidades damos o nome de P's do marketing. São eles: Preço, Praça (ou localização), Produto, Pessoas (concorrentes, clientes e fornecedores) e Promoção. A boa reputação e a divulgação da imagem da empresa dependem da coerência entre os P's. Por isso, eles devem ser trabalhados simultaneamente, já que nada vale ter preço baixo e qualidade de primeira, se a sua localização não atende o público-alvo.

Não existe melhor maneira de impulsionar um negócio que não seja fazendo-se notar pelo cliente e reafirmar a ele que a sua qualidade é melhor que a do concorrente. O marketing direcciona o desenvolvimento do empreendedor no mercado, possibilita o aumento de vendas, captação de clientes, desenvolvimento estratégico de comunicação, entre outros posicionamentos favoráveis. Assim como a gestão administrativa, a gestão do marketing deve ser praticada regularmente e actualizada sempre, pois auxilia o empreendedor a se adaptar às constantes mudanças de cenário, identificar tendências e, com isso, criar vantagens competitivas.

AS ETAPAS DO PLANO DE MARKETING

1ª Etapa

Comece pelo planeamento: ele é a definição do negócio. Somente após realizar uma análise de ambiente, na qual todas as informações a respeito da empresa são revisadas, incluindo público-alvo, posicionamento de mercado, objectivos e metas, é que as estratégias devem ser postas em prática.

2ª Etapa

Na etapa de implementação, executam-se as acções de marketing, que devem assegurar a realização dos objectivos e das metas. O plano de acção é desenvolvido com a especificação das actividades a serem desempenhadas, com o seu período de execução, com a forma de como serão feitas, além das indicações de quem as fará e qual será o custo total.

Durante todo o processo, é preciso monitorar a abordagem. Pergunte ao cliente como foi que ele chegou até você, qual foi a fonte de informação sobre a promoção e qual a imagem que ele tem do seu serviço. Por fim, avalie. Verifique se as acções executadas estavam de acordo com o que foi planeado e se os resultados foram satisfatórios. Somente assim, é possível definir a melhor linha de divulgação para uma de gestão marketing eficiente.

TRÊS PASSOS PARA O SUCESSO:

O plano de marketing é composto por três etapas que, se bem aplicadas, possibilitam a tomada de decisões seguras.

1. Planeamento

Onde sua empresa está e onde ela quer chegar? Analise o seu mercado de actuação, defina o seu público-alvo, as suas metas e trace as acções para o alcance dos objectivos.

2. Plano de acção

O que? Quando? Quem? Quanto? Identifique as actividades, determine o prazo para serem executadas, atribua responsabilidade de execução e o custo estimado, uma vez que a verba de marketing varia de acordo com a realidade de cada negócio.

3. Avaliação e controle

A avaliação e o controle permitem reduzir a diferença entre o desempenho esperado e o desempenho real, garantindo a eficácia do marketing. Por isso, devem ser realizados antes, durante e após a implementação do plano.

Para conhecer mais sobre dicas de negócios, registre-se na nossa newsletter e fique sempre bem informado! Aproveite o espaço para comentários e contribua com suas experiências de gestão financeira pessoal e empresarial!