

## 7 DICAS PARA UM MARKETING EFICIENTE

Caros(as) amigos(as)

Respondam rapidamente: O que é Marketing?

Bem! Antes que saiam correndo em busca de respostas difíceis, com termos técnicos totalmente incompreensíveis para a maioria das pessoas e que os “gurus de plantão” adoram utiliza-las, talvez com a intenção de demonstrar seus conhecimentos adquiridos em salas de aulas lotadas de alguma universidade, fazendo com que as pessoas acreditem que realmente trata-se de algo difícil de ser compreendido e aplicado, vamos considerar, em uma primeira abordagem, com palavras simples e sem jargões técnicos que marketing são todos os meios que uma empresa dispõe para vender seus produtos ou serviços.

Isso é marketing, sem grandes complicações!

Fazendo uma análise um pouco mais profunda, devemos considerar que de uma forma tradicional, o marketing era considerado uma atividade acessória na maioria das empresas, limitando-se à área de vendas, distribuição e publicidade dos produtos.

Atualmente, podemos considerar que o marketing moderno está diretamente ligado à gestão das empresas. Desde a concepção de um produto ou serviço até o pós-venda, intervindo diretamente em todos os setores das empresas.

Desta maneira, considerando a grande influência que o marketing pode ter dentro de uma organização, a eficiência do marketing se torna fundamental para qualquer empresa, independente do seu tamanho. Para se ter um marketing eficiente, primeiramente é necessário considerar que o marketing moderno pode ser distinguido em dois:

- Marketing estratégico
- Marketing operacional

O marketing estratégico e suas funções precedem a produção e venda de um produto. Podemos incluir: O estudo de um mercado, a escolha do consumidor alvo, a fixação de preço, a produção e a distribuição.

O marketing operacional e suas funções são posteriores a produção. Podemos incluir a criação de campanhas publicitárias e promocionais, as ações de vendas, o marketing direto e o pós-venda.

Bem! Chega de blá-blá-blá. O mais importante é saber que se não aplicarmos um marketing eficiente em nossa empresa, será o mesmo que não fazer nada, ou seja, você vai continuar onde está, patinando e torcendo para não quebrar e gastando seus poucos recursos para fazer sua empresa andar.

Reúno aqui, sete dicas para se aplicar um marketing eficiente dentro da empresa:

1. EVITE A MIOPIA DO MARKETING – Se você se preocupa somente com o seu produto e não olha para o seu mercado (consumidor e

concorrente), você está com vistas curtas. É necessário estar atento para o futuro, prever todas as mudanças que podem ocorrer no seu mercado e estar preparado para adaptar seu produto e a própria empresa às mudanças que ocorrerem.

2. **FIQUE SEMPRE PRÓXIMO DE SEUS CLIENTES** – Crie meios, através de suas vendas, para conhecer cada vez melhor o seu consumidor. Saiba quem são, o que gostam, o que fazem, o que esperam de você e do seu produto. São informações que sempre o manterão atento ao que está ocorrendo no mercado e desta maneira, poder antecipar-se às mudanças. Saia detrás de sua mesa pelo menos uma vez por semana e acompanhe seus vendedores em visita aos clientes, desta maneira você poderá observar a natureza e o comportamento dos seus compradores.
3. **DECIDA SEMPRE BASEADO EM FATOS, NÃO EM “ACHISMO”** – O que mais encontramos por aí, são decisões tomadas na base do “achismo”. Eu acho que vai dar certo! Se aquele produto deu certo, acho que o meu também vai dar! Este tipo de decisão só leva as empresas à ruína. Sempre que for tomar uma decisão, recorra a fatos reais, a estudos de mercado e tome suas decisões conscientes. É muito grande o número de empresas que “acham” que se seu produto ou serviço deu certo no mercado “A” tem que dar certo no mercado “B”. O caso mais conhecido é o da Disney: Por que um parque de grande sucesso nos Estados Unidos não deu certo na Europa? Por achar que o comportamento do europeu seria igual ao americano! Puro “achismo”.
4. **TENHA ESPÍRITO CRÍTICO**. Complementando ao item 3, se você encomendou um estudo de mercado, não se esqueça de também utilizar seu espírito crítico. Muitas vezes um estudo demonstra as condições de um mercado no momento, saiba avaliar este estudo com uma visão de futuro.
5. **INVISTA EM FIDELIZAÇÃO**. Estamos vendo cada vez mais, empresas brigarem por fatias cada vez menores de consumidores, devido ao grande aumento de concorrentes. Conquistar um novo cliente é cada vez mais difícil e oneroso para a empresa do que fazer com que seus clientes sejam fiéis ao seu produto ou marca. É necessário, cada vez mais, estar atento aos concorrentes e próximos aos seus clientes (item 2) não permitindo que se seduzam por ofertas mirabolantes e partam para a concorrência.
6. **OUSAR FAZ PARTE DO NEGÓCIO**. Embora existam várias ferramentas a disposição dos profissionais de marketing para avaliação de mercado e comportamento de consumidores, é necessário frisar que ainda existem taxas de insucesso bastante altas (cerca de 70% para produtos ou serviços novos) então é necessário um pouco de ousadia. Ousar é arriscar, mas o importante é ter em mente que o risco deve ser calculado. Nunca arrisque mais do que o seu financeiro possa suportar.
7. **SEJA CONSTANTE**. O maior erro da maioria das empresas, é achar que estar fazendo mudanças constantemente em seu produto ou serviço, na forma de distribuição ou em sua comunicação, não afeta seus consumidores. Isso pode atrapalhar, e muito, a vida de um produto. Procure ser constante, principalmente na sua comunicação. Quando for fazer uma campanha publicitária, tenha em mente que uma vez não basta, é necessário persistir, mantendo a mesma comunicação. Da mesma forma que se antecipar as mudanças do mercado não é mudar a identidade do

seu produto ou serviço. É necessário sempre manter a “alma”, o consumidor vai reconhecer isso.