



PROPAGANDA E MARKETING

Este material é de propriedade de Bichiatto & Barros Serviços LTDA-ME, CNPJ 24.445.753/0001-79, com nome fantasia Grupo Oportunidade®, registrada no INPI (www.inpi.gov.br) sob nº 911246843 e 911246908. Nenhuma parte desta publicação, incluindo projeto gráfico e ilustrações, poderá ser reproduzida ou transmitida por qualquer meio, seja ele eletrônico, fotográfico, mecânico, fotocópia ou outros. Todos os logotipos e telas empregados, os sites acessados na Internet e impressos nesta apostila são produtos exclusivos e de total propriedade de seus criadores, utilizados apenas como exemplos, visando ilustrar o conteúdo do curso.

Índice Analítico

Aula 1.....	9
Diferença entre propaganda e marketing.....	9
O que é a propaganda no dicionário (a palavra surgiu em 1858).....	9
O que é o marketing no dicionário (a palavra surgiu em 1920).....	10
Conhecendo o marketing e a propaganda.....	10
Na prática.....	10
Resolução.....	11
História da propaganda.....	11
História do marketing.....	11
Atenção!.....	13
A pirâmide de Marlow.....	14
A lei da oferta e da procura.....	15
Na prática.....	19
Resolução.....	19
Mestres em marketing no mundo.....	20
Exercícios.....	21
Aula 2.....	23
Atuação do profissional de marketing.....	23
O marketing nas empresas.....	24
Áreas que o profissional de marketing deve conhecer.....	25
Dificuldades quanto ao marketing.....	27
Você tem vontade de ser um profissional de marketing digital?.....	29
Na prática.....	29
Resolução.....	30
Pesquisa salarial.....	30
Investimento maior no marketing.....	31
Atividades do profissional de marketing.....	32
Exercícios.....	34
Aula 3.....	36
As características do consumidor.....	36
Influência da classe social.....	36
Influência dos fatores culturais.....	37

A dissonância cognitiva.....	38
Na prática.....	39
Resolução.....	39
Publicidade e propaganda.....	39
Na prática.....	41
Resolução.....	41
A mensagem de uma propaganda.....	41
Atenção!.....	43
Exercícios.....	45
Aula 4.....	47
O atendimento ao cliente.....	47
Na prática.....	49
Resolução.....	49
Orientações para o atendimento.....	49
Compreender as necessidades dos clientes.....	50
Atenção!.....	51
Contato com o cliente.....	52
Fase 1.....	53
Fase 2.....	53
Avaliação do atendimento.....	54
Exercícios.....	56
Aula 5.....	58
Mix de marketing – Parte 1 – Os 4 P's.....	58
Produto.....	58
Preço.....	59
Praça.....	59
Promoção.....	60
Mix de marketing – Parte 2 – Os 4 C's.....	60
Na prática.....	61
Resolução.....	61
Fatores determinantes.....	62
Inovação nos procedimentos de marketing.....	63
Na prática.....	65
Resolução.....	65
O cliente informado.....	65
Exercícios.....	67
Aula 6.....	69
Tipos de marketing utilizados no mercado.....	69
Marketing direto.....	69
Marketing de relacionamento.....	69

Marketing um a um.....	69
Marketing de fidelização ou de retenção.....	70
Marketing de transação.....	70
Marketing pessoal.....	70
Marketing institucional.....	70
Marketing internacional.....	70
Marketing interativo.....	71
Marketing viral.....	71
Marketing digital ou web marketing.....	71
Na prática.....	71
Resolução.....	71
Influência do marketing digital.....	72
O negócio nas redes sociais.....	72
Banco de dados de informações.....	72
Market share.....	72
Atenção!.....	73
Tipos de marketing quanto ao porte das empresas.....	73
Escolha das ferramentas de marketing.....	74
O que é a propaganda?.....	76
O que é o briefing?.....	76
Comunicação digital.....	77
Na prática.....	79
Resolução.....	79
Exercícios.....	80
Aula 7.....	82
O que é o merchandising?.....	82
Entendendo o merchandising.....	84
As técnicas de merchandising.....	84
Tipos de merchandising existentes.....	85
Objetivos do merchandising.....	85
Estudo do comportamento do consumidor.....	86
A organização das seções na empresa.....	87
A organização dos produtos.....	88
Definição do nível de um produto.....	90
Na prática.....	90
Resolução.....	90
A agitação da empresa.....	91
Exercícios.....	92
Aula 8.....	94
O que é a pesquisa de mercado?.....	94

Métodos para a realização da pesquisa de mercado.....	95
Ferramentas para iniciar a pesquisa de mercado.....	96
Métodos de pesquisa de mercado.....	97
Processo de pesquisa de mercado.....	98
Pesquisa de satisfação.....	100
Na prática.....	101
Resolução.....	101
Concorrência.....	102
Exercícios.....	104
Aula 9.....	106
Revisão.....	106
Exercícios.....	107
Aula 10.....	112
Segmentação.....	112
Nichos de mercado.....	112
Atenção!.....	113
Na prática.....	113
Resolução.....	114
Escolha do nicho de mercado ideal para um negócio.....	114
Avaliação do mercado.....	115
Sazonalidade.....	116
O que é a promoção de vendas?.....	117
Venda pessoal.....	118
Patrocínio.....	119
Estratégias na promoção de vendas.....	119
Estratégia “Push”.....	120
Estratégia “Pull”.....	120
Estratégia combinada.....	120
Reforço da marca.....	121
Criação de demanda.....	121
O ponto de venda – PDV como promotor de vendas.....	121
Atenção!.....	123
Conhecer o cliente é fundamental.....	123
Exercícios.....	125
Aula 11.....	127
O que é pós-venda?.....	127
Na prática.....	128
Resolução.....	128
Fidelização de marca.....	129
Utilização do “Garoto Propaganda”.....	130

Como fazer pós-venda como pré-venda.....	131
O que é possível obter com isso?.....	132
Ações de pós-venda.....	132
E-mail de obrigado/confirmação.....	133
E-mail de comentários do produto ou serviço.....	134
Up-selling e Cross-selling.....	134
Frequência de compra.....	135
Promoções exclusivas.....	136
Exercícios.....	137
Aula12.....	139
O que é a mídia?.....	139
Veículos de comunicação.....	139
O que são mídias eletrônicas?.....	140
Tipos de mídias eletrônicas.....	140
Rádio.....	140
TV.....	141
Cinema.....	142
Internet.....	142
As mídias digitais nas relações com o mercado.....	143
Parâmetros das mídias digitais.....	144
Na prática.....	145
Resolução.....	146
Exercícios.....	147
Aula 13.....	149
O que são as mídias impressas?.....	149
Tipos de mídias impressas.....	149
Jornal.....	149
Revista.....	150
Mala direta.....	150
Outdoor.....	151
Busdoor.....	151
Folhetos.....	151
Cartaz.....	152
Banner.....	152
Modelos de impressos.....	152
Mala direta.....	152
Folheto.....	153
Jornal.....	153
Principais formatos de anúncio por página.....	154
Revista.....	154

Principais formatos de anúncio por página.....	155
Outdoor.....	155
Cartaz.....	156
Na prática.....	156
Resolução.....	157
Exercícios.....	158
Aula 14.....	160
O que é a Gestão de Relacionamento com o Cliente?.....	160
Benefícios do CRM.....	161
A abordagem do CRM.....	161
Aplicação do CRM.....	163
Fatores predominantes do CRM.....	164
Implantação do CRM.....	164
Na prática.....	166
Resolução.....	166
Metodologia para a utilização do CRM.....	167
Exercícios.....	169
Aula 15.....	171
O que é o endomarketing?.....	171
Implantação do endomarketing.....	172
Aplicação do endomarketing.....	173
Estímulo.....	173
Cooperação.....	173
Recompensa.....	174
Avaliação dos resultados.....	174
Avaliação temporal.....	175
Objetivos do trabalho de endomarketing.....	175
A implantação do endomarketing na empresa.....	176
Na prática.....	178
Resolução.....	179
Exercícios.....	180
Aula 16.....	182
O marketing nas redes sociais.....	182
Implantação da empresa nas redes sociais.....	183
Regras para fidelização de clientes nas mídias sociais.....	184
A força da propaganda de resposta direta.....	185
Converter compradores em admiradores.....	186
Modelos de relacionamento.....	186
O modelo de recompensas.....	186
O modelo informativo.....	187

O modelo de associação.....	187
O modelo de interesse.....	187
O modelo do serviço de valor adicional.....	187
O modelo de aliança.....	188
Conclusão.....	188
Incorporar o apelo à ação.....	188
Despertar o senso de urgência.....	189
Na prática.....	190
Resolução.....	190
O que é plano de marketing?.....	191
Etapas do plano de marketing.....	191
Análise da situação.....	191
Avaliação dos pontos fortes e fracos da empresa.....	192
Objetivos de marketing.....	192
Posicionamento estratégico.....	193
Plano de ação.....	193
Análise e acompanhamento do orçamento.....	194
Exercícios.....	195
Aula 17.....	197
Avaliação geral.....	197
Exercícios.....	198