

MKT05 Planejamento Estratégico



Planejamento estratégico

Definições

É justamente nos momentos de maior turbulência nos mercados que se faz necessário criar competências para planejar e gerir estrategicamente o negócio.

Ocorre que o mercado parece estar sempre em turbulência

Estratégia: general superior entre os gregos antigos. Utilizado na área militar.

Planejamento estratégico

O desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como a empresa irá competir, quais deveriam ser as suas metas e quais as políticas necessárias para levar-se a cabo estas metas.

(Porter, 1986)

Planejamento estratégico

“A estratégia serve para planejar um **modo** de melhor superar os desafios para atingir uma posição desejada. “

(Kalbach p.67)

Planejamento estratégico

Etapas para elaboração

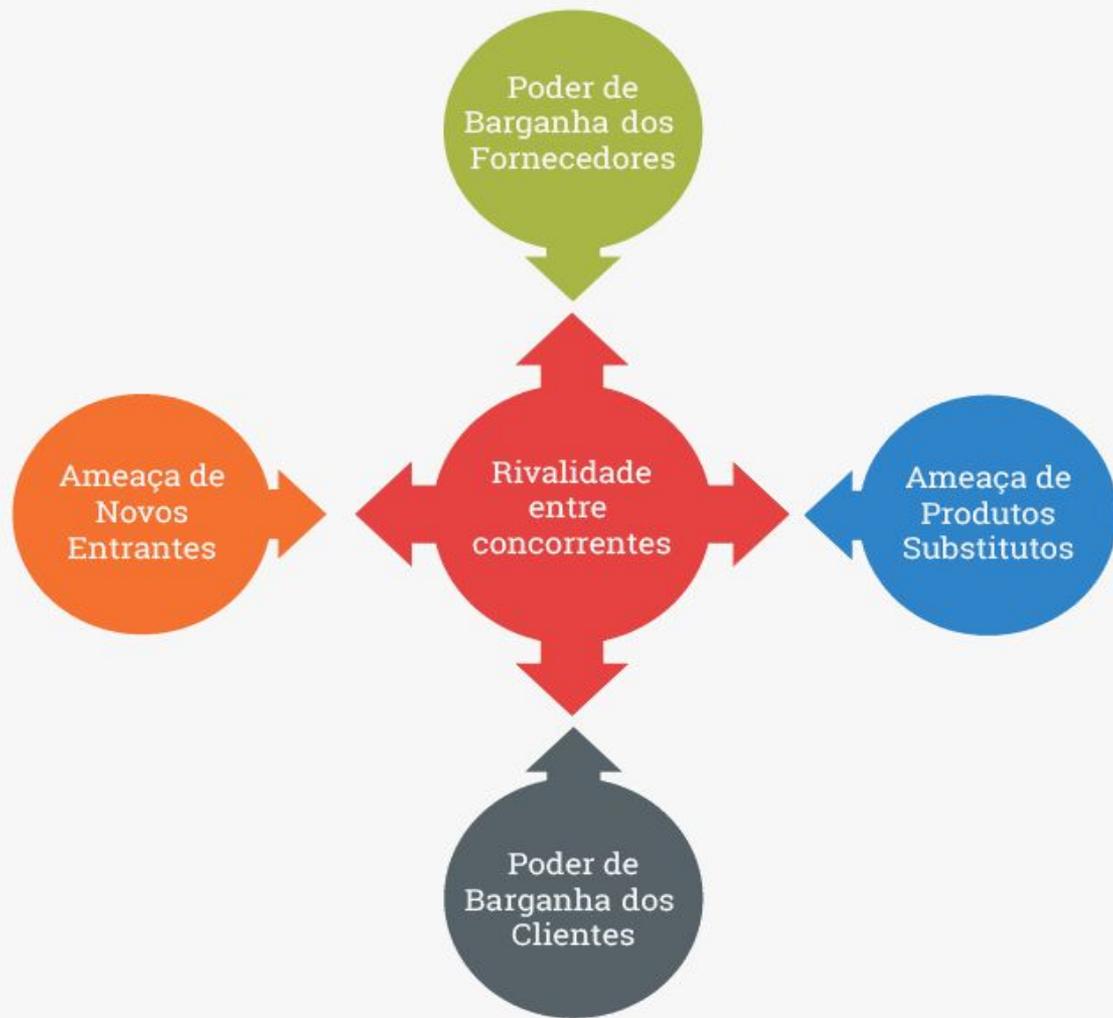
Segmentação, seleção do alvo (targeting), posicionamento é a essência do Mkt estratégico.

(Kotler)

Estratégia é feita com o trinômio:

SMP >

Segmentação, Mercado-alvo e Posicionamento



Planejamento estratégico

- Missão do negócio > VPD https://docs.google.com/presentation/d/1Vv8VB_nihC81wJxKILG_iFc0GwQtrSYFovCTVJOSGg/edit?usp=sharing
- Análise SWOT =>
- Estabelecimento de metas =>
- Formulação de estratégias =>
- Elaboração de programas =>
- Implementação =>
- Feedback e controle

Planejamento estratégico

1. Definição do negócio

Definição de um negócio por produto e por mercado

M.P. Railroads	Operamos uma ferrovia	Transportamos pessoas e mercadorias
Xerox	Fabricamos copiadoras	Ajudamos a aumentar a produtividade dos escritórios
Standard Oil	Vendemos gasolina	Fornecemos energia
Columbia Picture	Fazemos filmes	Promovemos entretenimento
Enciclopedia britânica	Vendemos enciclopédias	Distribuimos informações
Carrier	Fabricamos aparelhos ar-condicionado e aquecedores	Fornecemos controle climático residencial

Planejamento estratégico

2. Visão e missão

- Intenção estratégica, ou a visão de onde a organização quer estar no futuro;
- Valores da empresa;
- Competências que são peculiares que a distinguem das organizações concorrentes;

Planejamento estratégico

- Definição clara dos clientes = alvos e de suas necessidades;
- Posição que a organização ocupa ou pretende ocupar no mercado.

Planejamento estratégico

2.1. Declaração de missão

“O conceito de nosso negócio é proporcionar ao cliente um valor imbatível, oferecendo moda e qualidade pelo melhor preço.”

H&M Hennes e Mauritz.

Planejamento estratégico

“O propósito da Motorola é atender de maneira honrosa as necessidades da comunidade, fornecendo produtos e serviços de qualidade superior a um preço justo, e fazê-lo de modo que obtenha um lucro adequado, para possibilitar o crescimento da empresa como um todo e, com isso, permitir que nossos funcionários e acionistas alcancem objetivos pessoais razoáveis.” **Motorola**

Planejamento estratégico

“Ajudamos as pessoas a negociar praticamente tudo o que existe na face da Terra. Continuaremos a aprimorar a experiência em transações on-line de todos - de colecionadores representantes e pequenas empresas, bem como de pessoas que buscam itens singulares, caçam pechinchas, vendem oportunidades ou apenas navegam.” **eBay**

Planejamento estratégico

3. Análise SWOT

- Strengths / Weakness / Opportunities / Threats
- É feito por monitoramento dos ambientes externos: oportunidades e ameaças e ambientes internos: forças e fraquezas.

FOFA : Força, Oportunidade, Fraqueza e Ameaça

Planejamento estratégico

3.1. Análise de ambiente externo

- Oportunidade e ameaças:
 - Abertura do mercado
 - Código de defesa do consumidor
 - Mudanças demográficas
 - Participação da mulher no mercado de trabalho

Planejamento estratégico

- Envelhecimento da população
- Novos entrantes / produtos ou serviços substitutos / poder de negociação do concorrente ...

Planejamento estratégico

- Forças e fraquezas
- Competência básica, aquilo que lhe permite diferenciar-se de suas concorrentes.

Planejamento estratégico

- Deve procurar identificar os pontos fortes existentes e desenvolver outros que permitam à organização aproveitar as novas oportunidades que surgem no mercado.

Planejamento estratégico

4. Estabelecimento de metas

- Os objetivos devem ser organizados hierarquicamente, do mais importante para o menos importante.
- Os objetivos devem ser estabelecidos quantitativamente

Planejamento estratégico

- As metas devem ser realistas
- Os objetivos devem ser consistentes
(ex : lucro x participação do mercado)

Planejamento estratégico

5. A formulação de estratégia

- As metas indicam aquilo que a unidade de negócios deseja alcançar; **estratégia** é um plano de ação para chegar lá.
- “A criação de uma posição única e valiosa envolvendo um diferente conjunto de atividades.” (Porter)

Planejamento estratégico

Proposta

Trabalho em equipe

Criar uma empresa de serviços dentro do setor pesquisado

Planejamento estratégico

Plano de Mkt

- Resumo executivo
- Análise da situação
- Estratégia de Mkt
- Projeções financeiras (Usual mas não precisa)
- Controles
- Identidade e 5 touchpoints

Planejamento estratégico

09	29/10	2	Plano de marketing	idem
10	05/11	2	Acompanhamento	Proposta
11	12/11	2	Acompanhamento	VPD
12	19/11	2	Acompanhamento	Acompanhamento PG
13	26/11	2	SIEPE	
14	03/12	2	Apresentação	Apresentação
15	10/12	2	Apresentação	Apresentação

Peça
Gráfica

Planejamento estratégico

5. Plano de Marketing : Empresa de serviços

Proposta com a mesma equipe do trabalho dos 4PS : Criar uma empresa de serviços dentro do setor pesquisado.

Miro para primeira entrega VPD: <https://miro.com/app/board/uXjVPOWLXp8=/>

[MKT_m5_Planejamento_estrategico-](#) [Baixar](#)

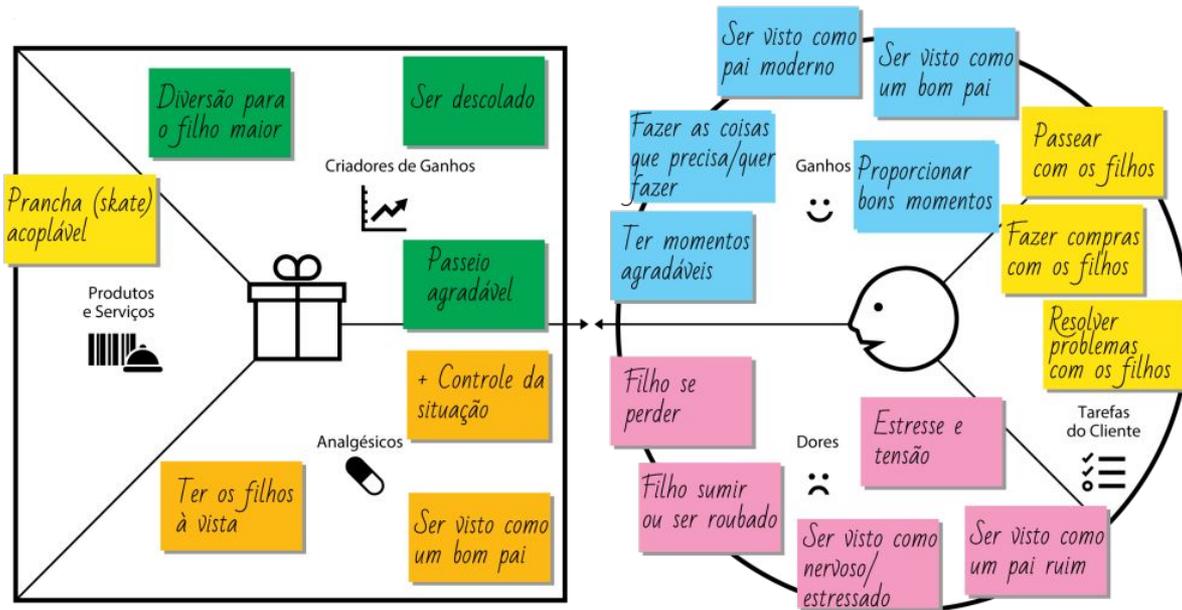
[Roteiro_Plano-de-MKT](#) [Baixar](#)

[Texto para ajudar : mkt_kotler_plano](#) [Baixar](#)

Formulário para entrega plano de MKT: <https://forms.gle/hPENcBUgNLC8Q3h57>

Planejamento estratégico

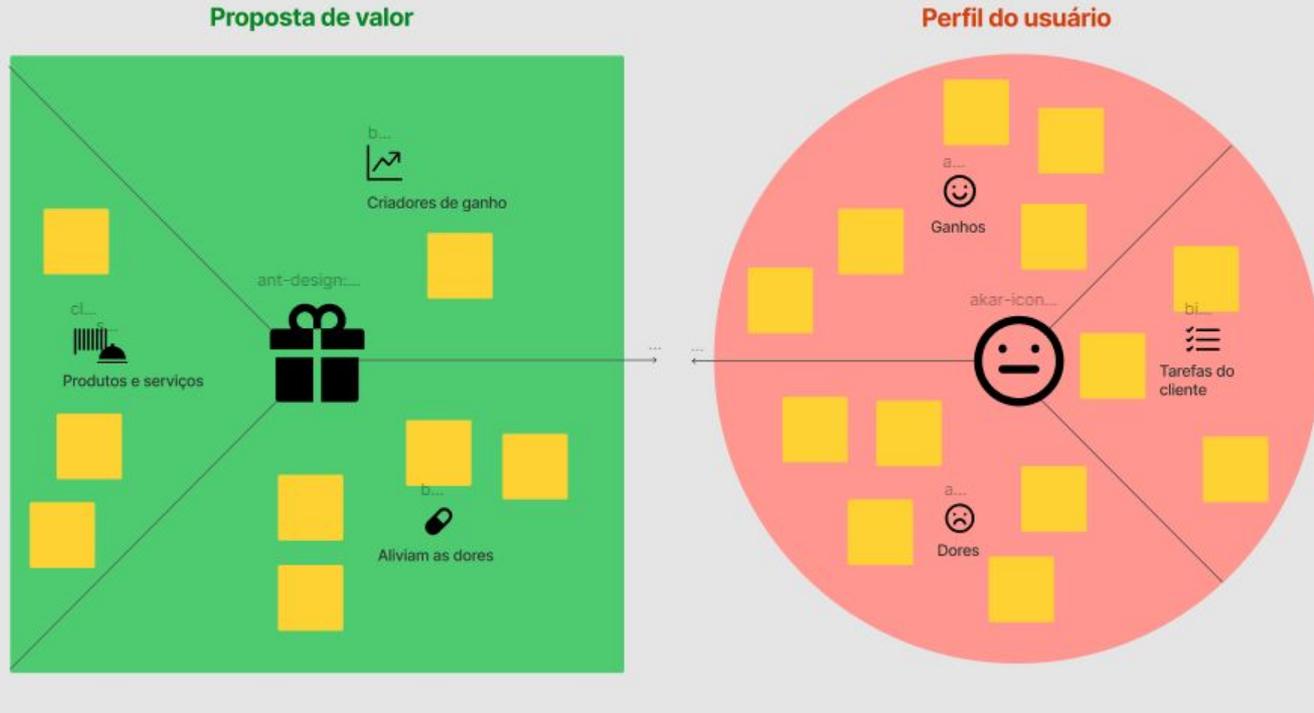
Exemplo: Prancha (skate) acoplável para carrinho de bebê



Planejamento estratégico

4. Canvas de proposta de valor

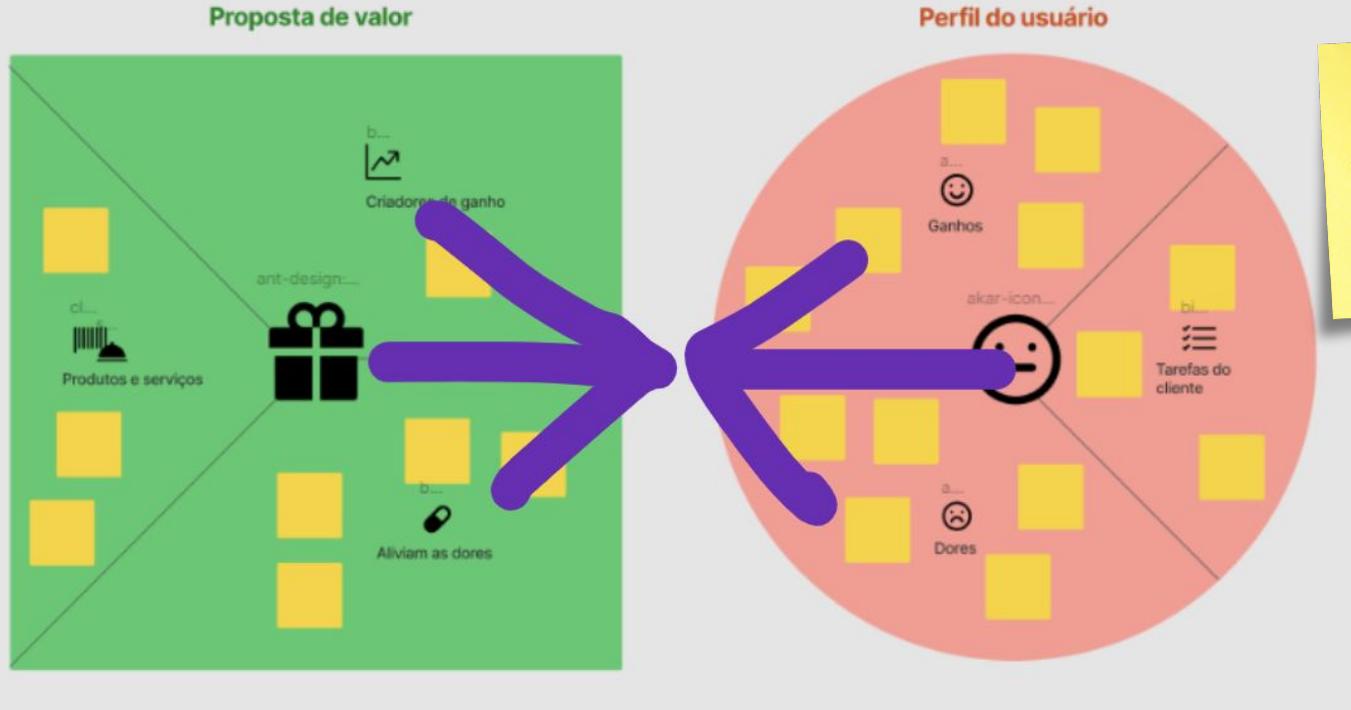
Agora reúna o que foi encontrado nas conversas e entrevistas e monte um canvas de proposta de valor. Esse canvas será apresentado para o cliente com os benefícios de se ter um Design System.



Planejamento estratégico

4. Canvas de proposta de valor

Agora reúna o que foi encontrado nas conversas e entrevistas e monte um canvas de proposta de valor. Esse canvas será apresentado para o cliente com os benefícios de se ter um Design System.



Planejamento estratégico

VPD Value Proposition Design

Planejamento estratégico



Planejamento estratégico

Evidências físicas / peças gráficas /

Touchpoints que demonstrem a **estratégia**

Planejamento estratégico

Um marca é sempre uma declaração de intenções

Planejamento estratégico

Entregas

1. VPD
2. O conjunto das estratégias PDF
3. Material gráfico :
Touchpoints que denotem as estratégias
4. Animação (tipo “Lego”)

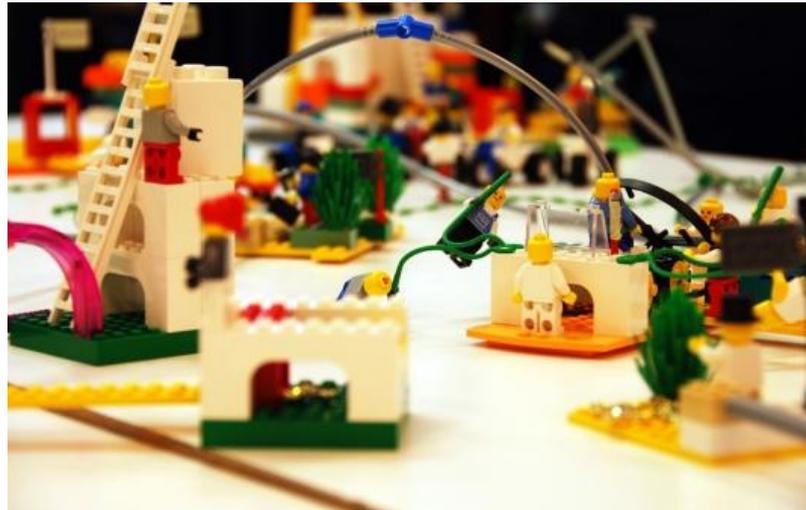
Planejamento estratégico

Vídeo de 1-2 minutos
Utilizando a metodologia “Lego Serious Play” para explicar o serviço



Planejamento estratégico

<http://www.servicedesigntools.org/tools/46>



Planejamento estratégico

Critérios de avaliação

VPD

Resumo executivo

Visão e Missão: Consistência

Competências peculiares que a distinguem dos concorrentes.

Público-alvo (targeting) fale do segmentação

Análise SWOT

Concorrências

Marketing Mix / 4Ps

Touching Points que denotem a estratégia

Nome e marca

Conexões emocionais

Planejamento estratégico

Proposta

Pesquisar dicas de tendências de negócios em site como epocanegocios.globo.com

Google etc.

