

PRODUTO

"Na fábrica nós fazemos cosméticos : na loja vendemos esperança"
(Charles Revson)

1. Pressuposto

É responsabilidade de todos os fabricantes ou revendedores desenvolver ou criar produtos que melhor se ajustem aos desejos e necessidades de seus consumidores.

2. Classificação

- a) Produtos Industriais - bens de produção empregados na fabricação de outros
 - Matérias-Primas (minerais, vegetais e animais)
 - Instalação (prédios - fábricas, escritórios, equipamentos)
 - Materiais e Peças (molas, parafusos, acessórios)
 - Suprimento (óleo lubrificante, combustível)
 - Auxiliares (máquinas de calcular, registradoras)

- b) Produtos de Consumo - conforme o hábito do consumidor
 - . Conveniência (cigarros, comprimidos / dor de cabeça) *
 - .. Escolha (roupas, móveis, automóveis, eletrodomésticos) **
 - ... Especiais ou de especialidade (peças de automóveis) ***

* são aqueles que o cliente costuma comprar com frequência e que não supõem um esforço de comparação entre alternativas díspares (bens de compra impulsiva e bens de uso normal)

** compreendem aqueles em que o comprador, antes de tomar uma decisão faz uma análise exaustiva, comparando qualidades, estili, rendimentos, preço

*** são aqueles em que o cliente tem, antes de adquirí-los, consciência clara de quais suas necessidades e gostos; por conseguinte, dirige o processo de compra, escolhendo os contatos com os possíveis fornecedores que o oferecem o produto

3. Problemas

- a) Produto de baixa renda (eliminação)

- b) Produtos de baixa lucratividade (eliminação)

- c) Adaptação dos produtos para atender novas condições
ex : shampoo 2 em 1

4. Como lidar com os problemas ?

4.1 Responder a questões do tipo :

- a) Definição e seleção de produtos
- b) Influência da moda
- c) Produtos Novos
- d) Embalagens
- e) Usos do produto
- f) Novos Usos (ex. produtos unisex)

4.2 Estudo do Ciclo de Vida

É uma tentativa de reconhecer os estágios distintos na história das vendas do produto

- (Pré-Natal) => esta fase refere-se aos eventos relativos à segmentação e teste de Mercado
- Introdução => um período de crescimento lento das vendas após o produto ser lançado no mercado. Os lucros são negativos ou inexistentes nesse estágio por causa dos elevados gastos como o lançamento do produto
- Crescimento => um período de rápida aceitação de mercado e melhoria substancial do lucro
- Maturidade => (estabilidade no volume de vendas) => um período de queda no crescimento das vendas porque o produto conseguiu aceitação da maioria dos clientes potenciais. Os lucros estabilizam ou caem por causa dos crescentes gastos de mkt para defender o produto contra a concorrência
- Declínio => o período em que as vendas apresentam uma forte queda e os lucros desaparecem
- (Rejuvenescimento) =>
 - a) Inovação no produto
 - b) Inovação nas formas de comunicação
 - c) Inovação na distribuição

4.3 Carteira de Produtos

4.3.1 Dispor de um determinado número de produtos

4.3.2 Avaliar quais manter, investir e rejuvenescer

. Boston Consulting Group (BCG)

- Menino Prodígio (Oportunidades) : produtos sem liderança em mercados de alta expansão. Exige gastos para melhorar participação, antes que a expansão diminua
- Estrela : produtos líderes de mercado de alta expansão
- Vaca Leiteira : produtos líderes em mercado de baixo crescimento (manutenção)
- Abacaxi : Produtos não-líderes em mercados decedentes

4.4. Embalagem

4.4.1. Importância

4.4.2. Funções

- a) anunciar
- b) facilitar o manuseio
- c) informar sobre o produto
- d) conveniência para abrir e fechar
- e) Outra utilidade
- f) Mostrar uso