

ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADA AO PRODUTO

Pesquisador(es): MENEGHEL, Lucas; FERNANDES, Daniele; GARCIA, Dieferson; CHIAMOLERA, Wellington, POPP, Tadiane Regina.

Curso: Administração

Área: Ciências Sociais

Resumo: Partindo do conceito de que o marketing procura satisfazer necessidades e desejos a partir de um processo de troca de produtos e serviços. O marketing estimula as necessidades do consumidor estimulando assim consumo. A partir do composto de marketing (Produto, Preço, Praça e Promoção), este estudo procurou desenvolver uma estratégia para desenvolver novas necessidades e partindo de um produto que já existia. A partir do composto de marketing, estudado durante o primeiro semestre de 2018, foram definidas as características do produto, fatores predominantes para estabelecimento de preços, como será vendido e sua estratégia para alcançar os consumidores, a distribuição do produto e sua promoção. No que diz respeito ao produto se trata de sapato feminino que pretende promover a independência e pessoal feminina, considerando o apelo feminino voltado para a moda. Com relação a formulação do preço foi utilizado o preço de mercado em relação a produtos similares e facilidades de pagamento parcelado. A distribuição será através de vendas no site e entrega por transportadoras terceirizadas. A promoção será realizada para transmitir e comunicar ao cliente as vantagens do produto de forma que o cliente perceba o seu valor. Através do composto de marketing foi possível definir as características do produto para maximizar o alcance ao mercado consumidor, entender a política de preços, promover o produto de acordo com seu ciclo de vida. O estudo atingiu os objetivos, permitindo a análise do composto de marketing na definição de estratégia de marketing de um produto.

Palavras-chave: Produto. Preço. Praça. Promoção. Composto de marketing.

E-mails: lucas_meneghel@yahoo.com.br