

ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO - Nível introdutório

Lição 1.1 - Como fazer com que nos conheçam: Uma visão geral sobre marketing estratégico

Neste curso iremos mostrar-lhe como fazer com que a sua empresa seja conhecida no mercado e como encontrar clientes que estejam interessados nos seus serviços. Começemos por aqui.

Vamos imaginar que começamos o nosso próprio negócio: planeámos os serviços que iremos oferecer e temos a certeza de que estes serviços irão ser do interesse de várias pessoas porque há poucas empresas a oferecê-los.

Escolhemos um logotipo para identificar a nossa empresa, temos uma localização e uma "equipa" de pessoas prontas para fazerem o seu trabalho com paixão e profissionalismo.

Está tudo pronto. Agora, perguntamos a nós mesmos a seguinte questão: "como é que nos posicionamos enquanto empresa no mercado, de forma a promovê-la da melhor forma, gerar mais interesse e encontrar potenciais clientes?".

- Podemos criar uma página no Facebook (todos o fazem), mas iríamos ver que não alcançaríamos quase nada.

- Podemos focar-nos em tentar promover a empresa ao passarem a palavra de boca em boca, começando pela nossa família e amigos, mas com isto também não iríamos alcançar quase nada.

- Podíamos investir dinheiro em publicidade em meios de comunicação tradicionais, tais como a televisão (com custos enormes), mas também não iríamos obter grandes resultados.

É como se tivéssemos feito um cartão de visita muito bonito, mas sem saber como conseguir a confiança dos nossos potenciais clientes. Este exemplo serviu para explicar o que é o Marketing Estratégico e para que serve.

O marketing estratégico é a forma de uma empresa valorizar a sua marca e os seus produtos ou serviços no mercado alvo.

O marketing estratégico analisa: 1) as necessidades dos consumidores, 2) o mercado e 3) a concorrência, de forma a definir um plano de negócios que permita com que a empresa se posicione no mercado de forma competitiva.

ATENÇÃO: Devemos ter cuidado para não confundir marketing estratégico com marketing operacional. Marketing estratégico decide o que uma empresa deve fazer (a longo prazo) e marketing operacional indica como o deve fazer (a curto prazo).