



## 10ª Aula – Pauta

- Posicionamento e Reposicionamento





## Considerações Éticas sobre Propaganda e Fake News

GOOD HOUSEKEEPING MAGAZINE—THE HOME DIRECTORY 31



Baby Pieper  
Hartford, Conn.

"RAISED ON IT"



**Don't Wait Too Long  
Before You Wean the Baby**

**I**F YOU do the little one is likely to be weak and anemic. Mother's milk is, of course, the best food for young babies, but the time comes when it isn't sufficient for the fast-growing body. Doctors say that this is when the baby is about six months old. That's the time to begin using NESTLÉ'S FOOD, because NESTLÉ'S is so like mother's milk that the tiny stomach won't notice the difference.

At about the sixth month, then begin to give the baby NESTLÉ'S once a day in place of a nursing; then gradually increase the NESTLÉ'S until by the seventh or eighth month the baby is entirely weaned. Thus your baby will pass the most critical period of its babyhood, and not even notice it.

Don't tax the little stomach by changing abruptly to cow's milk. Milk as it comes from the cow, so often full of germs and heavy with indigestible curds, is not the food for a little baby; but cow's milk contains something life-giving that nothing else will supply and is the ideal food for the baby after it has been purified and made digestible. That requires a long, patient, scientific process which is all done for you in NESTLÉ'S FOOD.


NESTLÉ'S FOOD is the nearest thing in the world to mother's milk. It is the richest cow's milk from our own sanitary dairies, with the proteins made digestible and the sugar and fats rightly proportioned—all under scientific direction. And this splendid triumph of care and science comes to you as a powder. All you do is to add water and boil two minutes to make it ready for the baby—a bone-building, muscle-building, delicate and satisfying Food.

The coupon brings you a trade-size package of NESTLÉ'S FOOD free, so that you can see for yourself what other mothers have learned for forty years that NESTLÉ'S is the best substitute for mother's milk.

HENRI NESTLÉ, 79 Chambers St., New York. Please send me, free, your book and trial package.

Name \_\_\_\_\_  
Address \_\_\_\_\_

Please mention Good Housekeeping Magazine when you write our advertisers



**Dr. Batty's**

For Your Health

**ASTHMA CIGARETTES**

SINCE 1882

For the temporary relief of  
*paroxysms of asthma*

EFFECTIVELY TREATS:

**ASTHMA, HAY FEVER, FOUL BREATH  
ALL DISEASES OF THE THROAT,  
HEAD COLDS, CANKER SOURS  
BRONCHIAL IRRITATIONS**

NOT RECOMMENDED FOR CHILDREN UNDER 6.




Watch "Soldiers of Fortune" Advertising campaign in 7-Up TV Advertisements

**Why we have the youngest customers in the business**

This young man is 11 months old—and he isn't our youngest customer by any means.

For 7-Up is so pure, so wholesome, you can even give it to babies and feel good about it. Look at the back of a 7-Up bottle. Notice that all our ingredients are listed. (That isn't required of soft drinks, you know—but we're proud to do it and we think you're pleased that we do.)

By the way, Mom, when it comes to toddlers—if they like to be coaxed to drink their milk, try this: Add 7-Up to the milk in equal parts, pouring the 7-Up gently into the milk. It's a wholesome combination—and it works! Make 7-Up your family drink. You like it... so does your!

**Nothing does it like Seven-Up!**



# Introdução à Economia e à Administração 2024

## Até onde a Autorregulamentação consegue agir?



According to a recent Nationwide survey:  
**MORE DOCTORS SMOKE CAMELS**  
THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,397 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preference. These leading research organizations made the survey. The gist of the query was—What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel!

The rich, full flavor and cool mildness of Camel's superb blend of costlier tobaccos seem to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now.

**CAMELS** Costlier Tobaccos

Your "T-Zone" Will Tell You...  
T for Taste...  
T for Throat...  
that's your proving ground for any cigarette. See if Camels don't suit your "T-Zone" to a "T."

**EMPATE!**  
OS DOIS SÃO FORTES

**TODDY**  
TRES VEZES POR DIA

For a better start in life  
start **COLA** earlier!

**How soon is too soon?**

Not soon enough. Laboratory tests over the last few years have proven that babies who start drinking soda during that early formative period have a much higher chance of gaining acceptance and "fitting in" during those awkward pre-teen and teen years. So, do yourself a favor. Do your child a favor. Start them on a strict regimen of sodas and other sugary carbonated beverages right now, for a lifetime of guaranteed happiness.

**The Soda Pop Board of America**  
1515 W. Hart Ave. - Chicago, ILL.

- Promotes Active Lifestyle!
- Boosts Personality!
- Gives body essential sugars!

## Posicionamento

O que os outros pensam de mim? E o que eu penso de mim?

Definição de Kotler: “É o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa para ocupar um lugar destacado na mente dos clientes-alvo.”



## Posicionamento

“O posicionamento começa com um produto. Uma mercadoria, um serviço, uma empresa, uma instituição ou até um pessoa... Mas o posicionamento não é o que você faz com o produto. O posicionamento é o que você faz com a mente do cliente potencial. Ou seja, você posiciona o produto na mente do cliente potencial.”  
(definição dos publicitários Al Ries e Jack Trout)

Video – *Brand Positioning*

<https://www.youtube.com/watch?v=JI8GifElzhY>

## Posicionamento de uma empresa:

- Imagem
- Experiência do Cliente
- Prateleira de Produtos e Serviços
- Cultura da força de trabalho
- etc...

Posicionamento é algo que ocorre, a empresa tendo controle ou não. Não querer se posicionar não é uma opção!

Verificar se a empresa consegue se posicionar conforme o desejado.

## Objetivo do Posicionamento

### Diferenciação e Identificação:

- Estabelecer um sistema de valores para o cliente.
- Apresentar as vantagens da marca.
- Mostrar as vias para o relacionamento.



## Ferramentas de Posicionamento

### Linha de Comunicação

- Interna e Externa

### Experiência do Cliente

### Características e Benefícios de Produto e Serviço

### Estrutura de Distribuição

### Cultura Interna

- Plano de Carreira
- Sistema de Reconhecimento e Recompensa
- Ambiente de Trabalho

### Segmentação do mercado alvo

## Exemplos de Posicionamento

Avaya (Lucent): *“Provide the world’s best communications solutions that enable businesses to excel.”*

Coca-Cola: *“We exist to create value for our shareholders on a long-term basis by building a business that enhances The Coca Cola Company’s trademarks. This is also our ultimate commitment.” “As the world’s largest beverage company, we refresh the world. We do this by developing superior soft drinks, and nonalcoholic beverage systems that create value for our Company, our bottling partners, our customers, our shareholders and the communities in which we do business.”*

## Segmentação

Quem são os outros?

Definição de Kotler: “Consiste em um grupo que é identificado a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compra e hábitos de compra similares.”

Nicho: subdivisão de um segmento. Um grupo definido mais estritamente. Um mercado pequeno, com suas particularidades.

Produtos diferentes, promoções específicas.

Video – An Introduction to Market Segmentation  
<https://www.youtube.com/watch?v=hnz1kClvHcs>

## Plataforma para a Segmentação

Implementação da Estratégia de Segmentação

Metodologia (Variáveis, Critérios, Procedimento, Técnicas)

Decisão Estratégica de Segmentação: Produtos, Serviços, Canais, Comunicação, etc...

Teste de Segmentos

## Critérios Utilizados para Segmentação

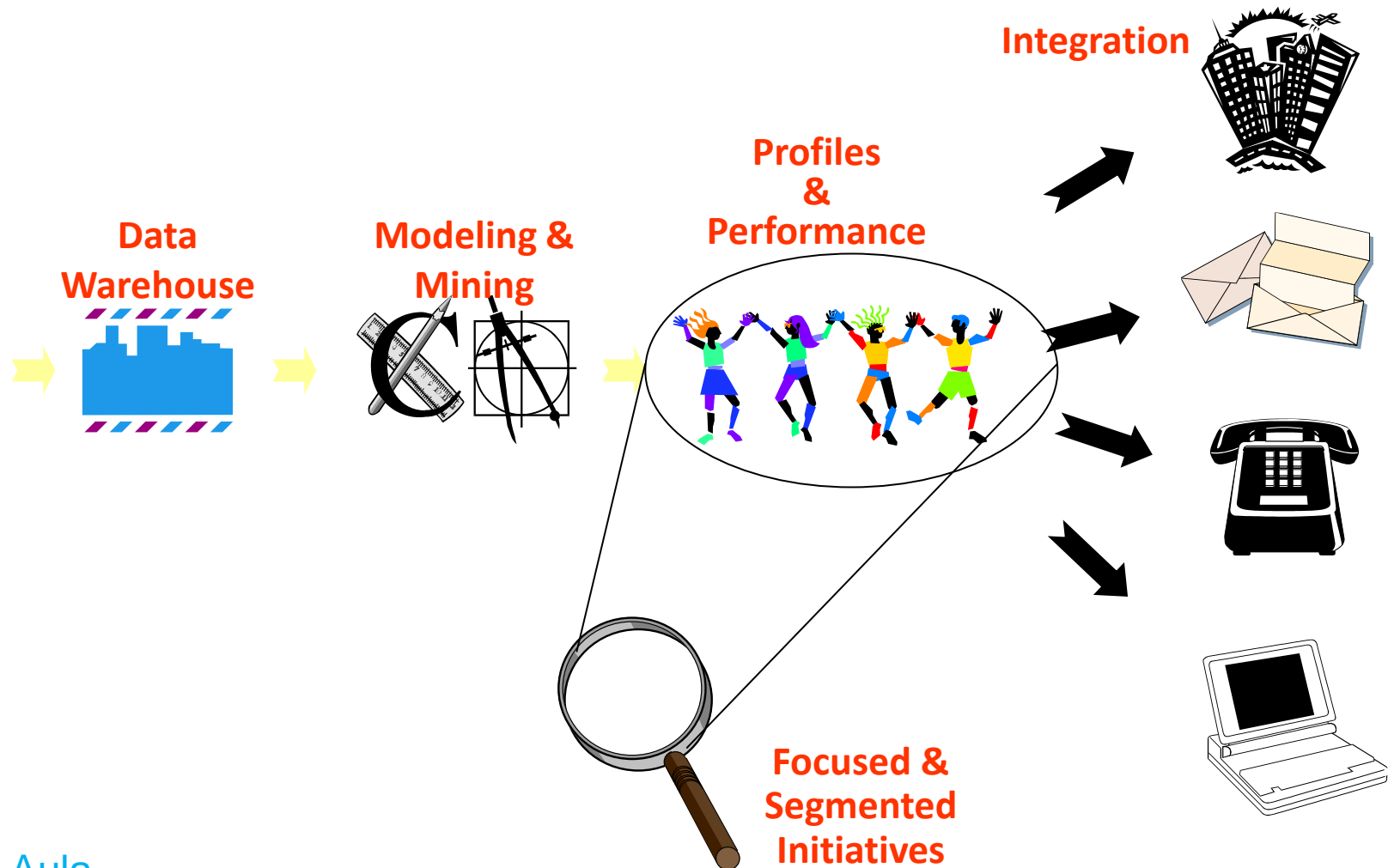
Sócio-econômicos

Sócio-culturais

Psicográficos: Atividades, Interação com a Sociedade, Opiniões diversas

**Atenção! No Business Game será muito importante escolher um determinado segmento e manter a coerência com essa escolha!**

## Complexidades na Segmentação



## Plataforma de Negócios

Relacionamento por:

- Produto
- Segmento
- Canal
- Região

	<u>Segmento</u>	
<u>Produto</u>		

## Segmentação Psicográfica

Exemplo de trabalho desenvolvido na América Latina alguns atrás por uma grande empresa multinacional:

- *Careful Copers* - 29% - conservadores, pessimistas, não gostam de novidades.
- *Cosmopolitan Climbers* - 24% - jovens, entusiastas de novidades, valorizam qualidade.
- *Hopeful Homebodies* - 23% - nacionalistas, ligados ao patrimônio físico, valorizam a imagem.
- *Relaxed Realists* - 17% - tranquilos, não planejam, adoram alta tecnologia.
- *Hurried Handlers* - 7% - vida atribulada, objetivos claros, demandam valor.

Essa segmentação foi útil para aquela empresa, naquele mercado e naquele momento, não serviria em outras situações!



## Fator Íbis

Pode acontecer de uma empresa explorar um suposto ponto fraco para ter sucesso?



## Íbis vira febre nas redes, e estudo o coloca como 4º maior clube do mundo em engajamento no Twitter

Levantamento promovido pela empresa Sportsvalue leva em consideração média de interações por postagem no Twitter de julho a setembro; apenas Arsenal, Chelsea e United ficam na frente

Por Redação do ge — Recife  
07/11/2020 05h01 - Atualizado há um mês

HUMOR

## Íbis ironiza Messi após derrota do Barcelona para o Real: "Melhor jogar aqui"

Íbis vence por 7 a 1, se classifica e brinca: 'Péssimo resultado'

FUTEBOL

## Caso São Paulo Alpargatas – Sandálias Havaianas

Antes, durante muitas décadas:

- Produto barato e básico
- Imagem ruim
- Distribuição dispersa
- Banalização

Depois:

- Revitalização
- Comunicação Jovem
- Celebidades
- Internacionalização



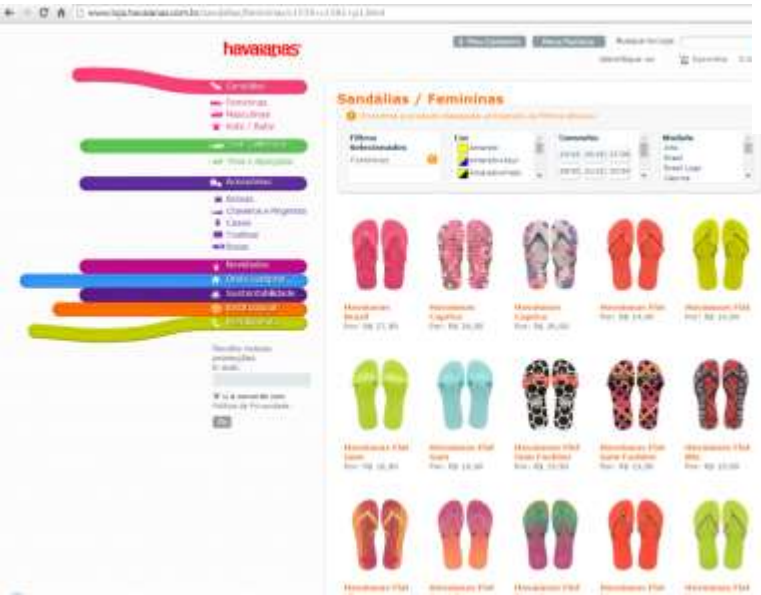
## Caso São Paulo Alpargatas – Sandálias Havaianas – Videos

Propagandas mais antigas

<https://www.youtube.com/watch?v=PXiLj1Xi2vs>

Propaganda com outra abordagem

<https://www.youtube.com/watch?v=smgpgZMSaj30>





## Caso P. F. Chang's em 2018





## Exercício – Reposicionamento – Peso 1





Próxima aula: 10 de maio!

