

“TIPOS DE MARKETING”

HUGO PEDROSO MIRANDA¹

1 - Aluno do 10º semestre do curso Superior de Engenharia da Produção – UNIFIA

RESUMO

Na era da globalização e capitalismo, o consumo e desejo de adquirir mais aumentou significativamente. Saber utilizar a estratégia de marketing correta fará seu produto ser bem vendido, e para você empresário não falhar, conheça todas as estratégias para identificar qual se aplica melhor a sua empresa.

Palavras chave: Estratégia. Marketing. Cliente.

METODOLOGIA

Na elaboração do artigo foi utilizada, pesquisa de referência, conteúdos disponíveis em livros, artigos e pesquisas em sites, para melhor explicar o assunto abordado. O artigo iniciou com pesquisa bibliográfica aos conceitos relacionados. A pesquisa tem como fonte as literaturas já existentes e pesquisas realizadas na Internet. A pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. (Gil, 1991, Pág. 48)

INTRODUÇÃO

Na era capitalista, encontram-se diversos produtos com mesma finalidade. Para uma empresa pouco conhecida destacar-se perante seus concorrentes ela tem que investir numa boa propaganda. Desse modo, ela conquistará seus clientes inicialmente pela persuasão e depois com sua qualidade. Veja qual tipo de marketing se encaixa melhor com seu público-alvo para obter-se sucesso.

DESENVOLVIMENTO

MARKETING PARA TODOS OS CLIENTES

Algumas empresas já fazem o produto certo para determinado cliente, por exemplo, shampoo clareador, destinado ao público que tem cabelos loiros, no entanto, também encontra-se empresários que buscam o cliente para seu produto.

1. MARKETING DIRETO E INDIRETO

O Marketing Indireto é mais comum, pois ele encontra-se em diversas propagandas televisivas, mostrando a marca do produto para os olhos dos telespectadores como se não tivessem tal intuição. Por exemplo, quando atores de novela usam tênis com a marca estampada. Tal estratégia faz com que você não esqueça do slogan da marca, criando a necessidade de compra.

Todavia, o Marketing Direto faz uma análise aprofundada do mercado, o quanto será gasto e lucro em curto prazo.

2. MARKETING EM RELACIONAMENTOS

O Marketing de Relacionamento estabelece relacionamento entre cliente-empresa, assim retornará á essa loja.

3. MARKETING DE EXCLUSIVIDADE

Destinado á pessoas que gostam de exclusividade e modelos limitados, ela desperta desejo de consumo e aparente status de poder.

4. MARKETING DE NICHOS

Esta já trabalha com um tipo específico de público, exemplo: grupos que gostam de rock tendem a usar roupas escuras, portanto este marketing trabalhara para esse estilo.

5. MARKETING SAZONAL

Ele trabalhará com modas dos períodos, exemplo, festas juninas tendem a comprar xadrez, então farão propaganda voltada a esse estilo nas épocas de Junho e Julho.

6. MARKETING EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Utilizam alguém da mídia, por exemplo, que tem poder de induzir as pessoas á adquirir tal produto ou serviço e/ou tirar uma falsa ideia da imagem do produto ser ruim.

7. MARKETING DE FIDELIZAÇÃO

O marketing é tão eficiente que entra literalmente na sua mente, te tornando um completo idolatrado da marca.

8. OUTBOUND MARKETING

Ele busca clientes com e-mail que apresentam ofertas, utilizam o telemarketing e faz anúncios até em mídias sociais.

9. INBOUND MARKETING

Aproveita da necessidade do cliente, mostrando pra ele um produto que acabará com seus problemas, ou seja, o cliente vai até ele.

10. MARKETING DE CONTEÚDO

Dentro do Inbound Marketing, o Marketing de conteúdo disponibiliza materiais informativos para você destacar sua marca e torná-la conhecida. É um modo barato e eficiente para atingir todos os públicos.

11. MARKETING PROMOCIONAL

O famoso brand awareness, ou seja, aqueles cupons de sorteios que os supermercados oferecem, ou amostras grátis de produtos, onde eles tentam divulgar ao máximo as promoções oferecidas para despertar o “olhar” dos clientes.

12. MARKETING DE GUERRILHA

Você precisa de algo com muito impacto, em pouco tempo. Um exemplo, foi uma das propagandas do McDonalds que mostrou a foto de e uma criança faminta estendendo as mãos no fundo de uma lixeira para alertar as pessoas sobre o desperdício de alimentos.

CONCLUSÃO

Conclui-se que há diversas maneiras de fazer você persuadir o cliente, fazer ele se conscientizar sobre intenção da sua propaganda e deixá-los alienados perante sua marca ou produto de consumo. Uma propaganda bem feita é sinônimos de produto/ideia “vendida”.

REFERÊNCIAS

Tipos de marketing disponível em:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://marketingdeconteudo.com/tipos-de-marketing/&gws_rd=cr&ei=J5PgV-21NcOhwgSJUl7gBQ> Acesso em: 18/09/2016.

Marketing de relacionamento disponível em:

<http://www.merkatus.com.br/10_boletim/109.htm> Acesso em: 19/09/2016.

Marketing em relações públicas disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/relacoes-publicas-conceitos-definicoes-e-atividades/57899/> Acesso em: 19/09/2016.
