



SERVIÇOS LOGÍSTICOS

ESCUTE

PERGUNTE

OBSERVE

Prof Dr Orlando Fontes Lima Jr

LALT Laboratório de Aprendizagem em Logística e Transportes

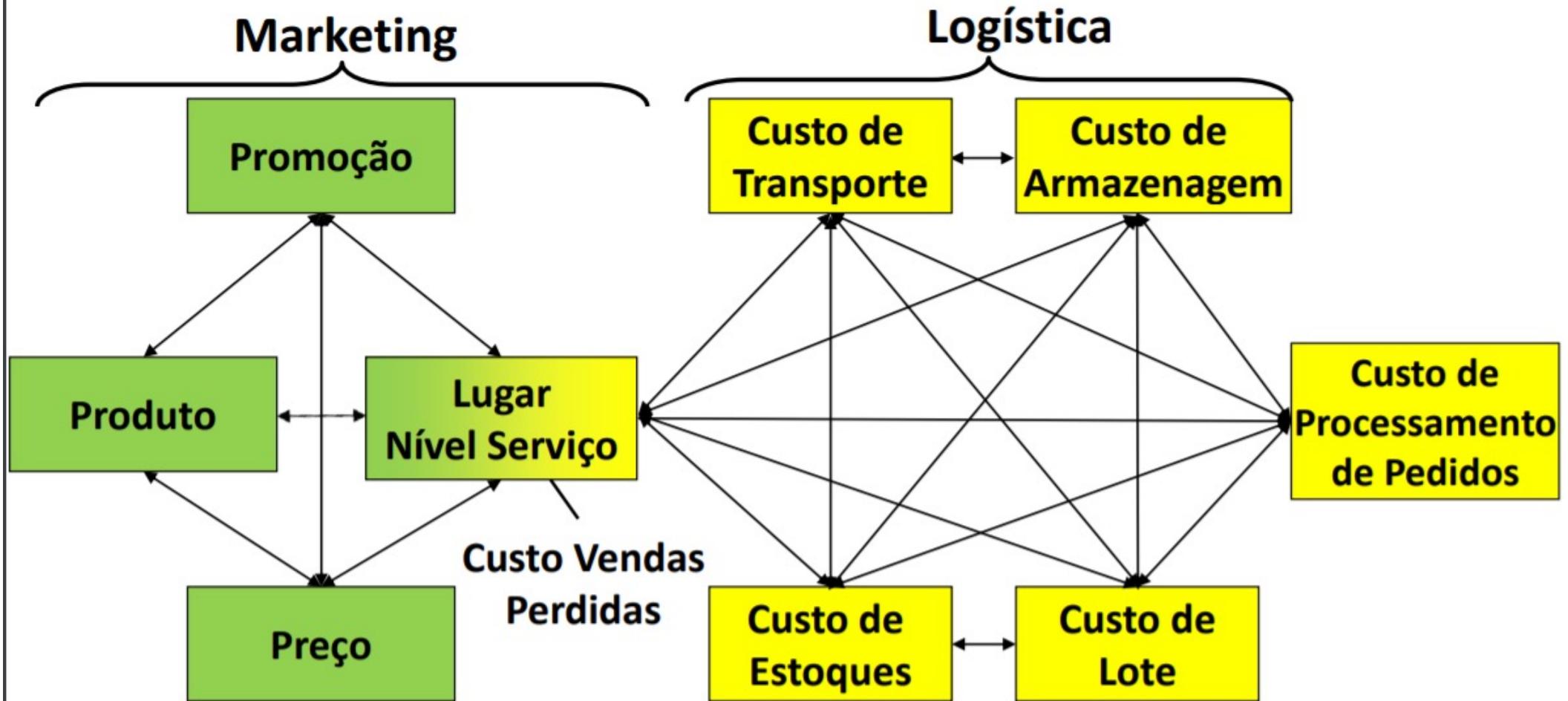
www.lalt.fec.unicamp.br

Programação das Aulas

	DATA	ATIVIDADES
1	22/03	Gestão Integrada da Logística
2	29/03	Gerência de transportes
3	05/04	Gestão da armazenagem e movimentação
4	12/04	Planejamento da oferta e demanda (estoques, vendas e produção)
5	19/04	Logística Reversa e Sustentabilidade
6	26/04	1ª Avaliação
7	03/05	Gestão das redes de suprimentos
8	10/05	Comércio Exterior e Logística Internacional
9	17/05	Gestão Estratégica de Compras
10	24/05	Lean logistics
11	31/05	Conceitos avançados de logística e supply chain
12	07/06	Finanças e custos aplicados à logística
13	14/06	TIC aplicada à logística
14	21/06	Marketing de Serviços Logísticos
15	28/06	2ª Avaliação

Aula 13

- Conceitos de Marketing em Serviços;
- Administração de marketing; Planos de marketing; Sistemas de informação de marketing; Pesquisa de marketing;
- O mercado consumidor e o comportamento do comprador; Análise dos concorrentes;
- Mensuração e previsão de mercados; Segmentos de mercado, mercados-alvo e posicionamento da oferta;
- Administração de Serviços. Avaliação e Desempenho de Serviços;
- Desenvolvimento, testes e lançamento de novos produtos e serviços.



Fonte: Adaptação de D.M.Lambert (The Development of an Inventory Costing Methodology)



Os Quatro Ps

Os Quatro Cs





Figura 4.1 Os papéis permutáveis dos marketings tradicional e digital



MARKETING 1.0

PRODUCT
Sản phẩm

PRICE
Giá thành

PLACE
Phân phối

PROMOTIONS
Khuyến mãi, Truyền thông



MARKETING 2.0 / 3.0

CUSTOMER SOLUTIONS
Giải pháp cho khách hàng

CUSTOMER COST
Chi phí của khách hàng

CONVENIENCE
Thuận tiện

COMMUNICATION
Giao tiếp



MARKETING 4.0

CO-CREATION
Đồng sáng tạo

CURRENCY
Tiền tệ

COMMUNAL ACTIVATION
Kích hoạt Cộng đồng

CONVERSATION
Trò chuyện



Figura 5.2 Mapeamento do caminho do consumidor ao longo dos cinco As

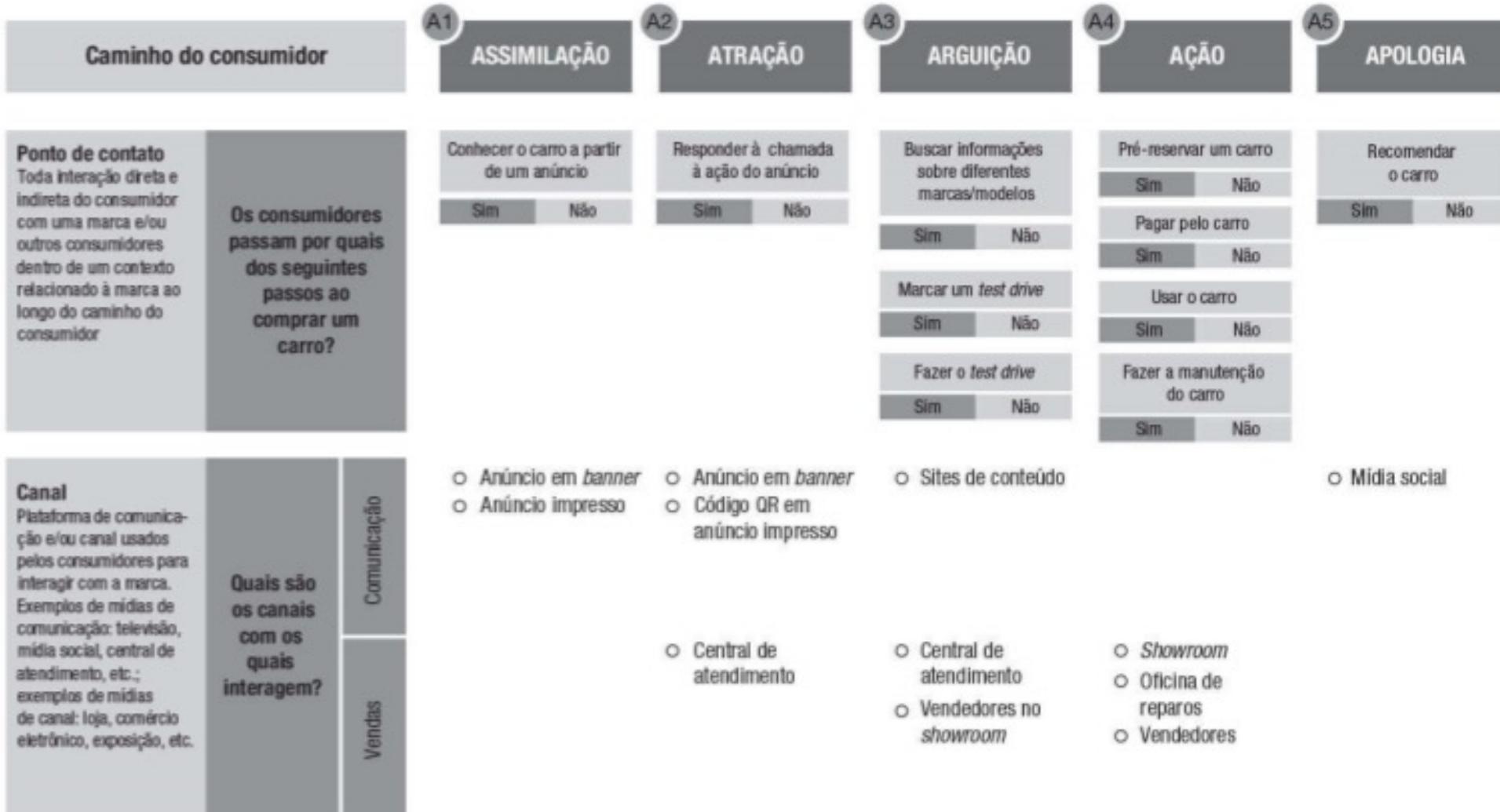


Figura 10.1 Mapeamento dos pontos de contato e canais ao longo do caminho do consumidor

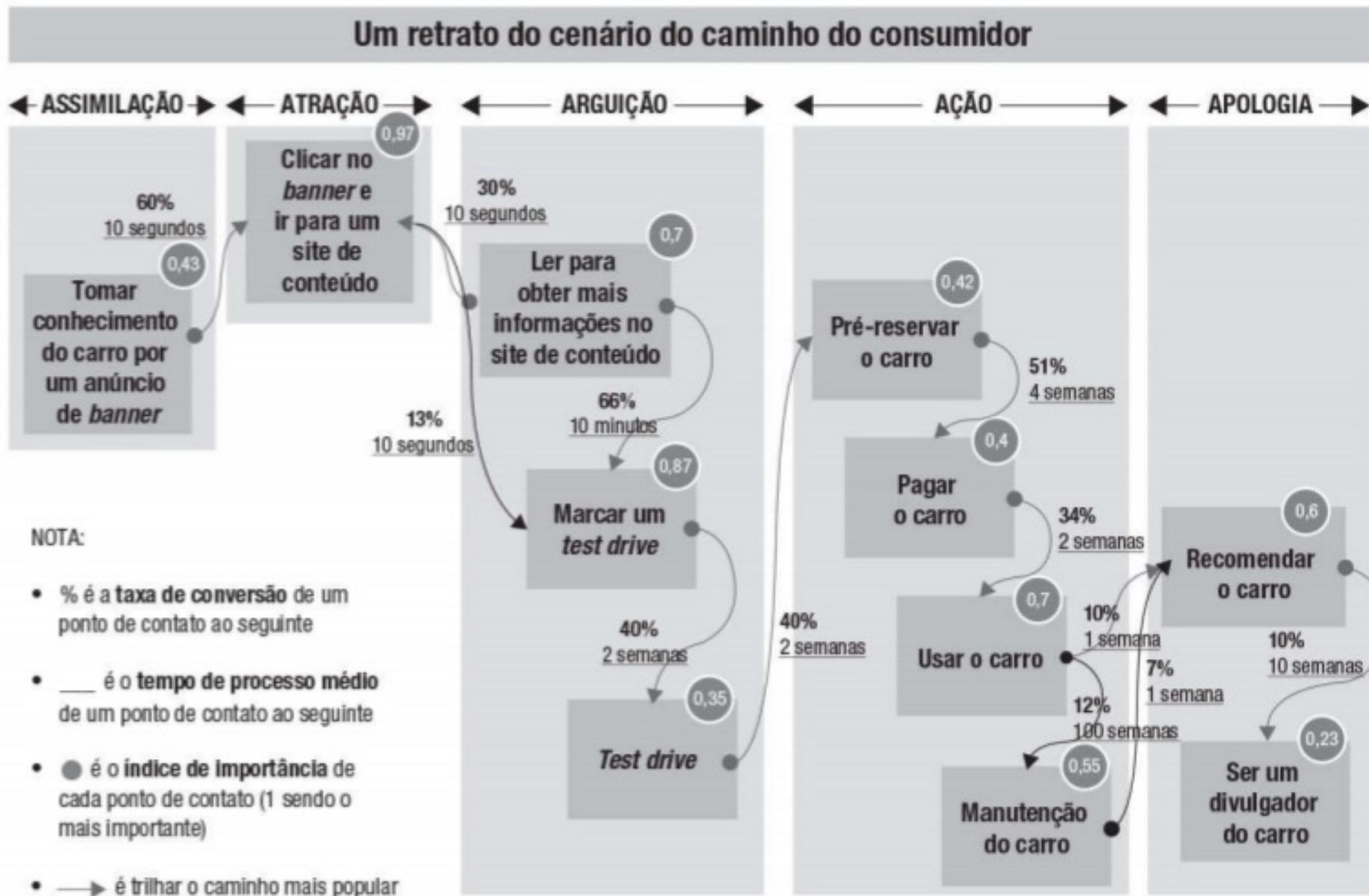


Figura 10.2 Identificar os pontos de contato e canais mais populares

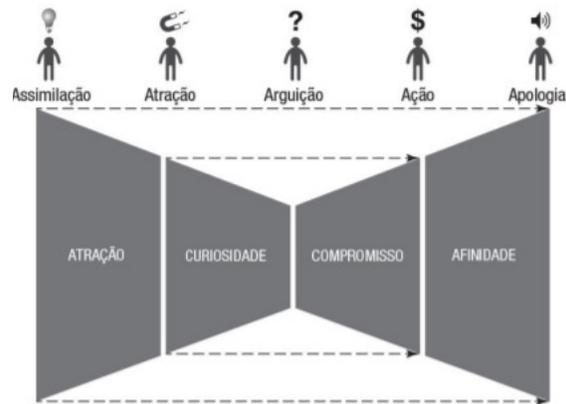
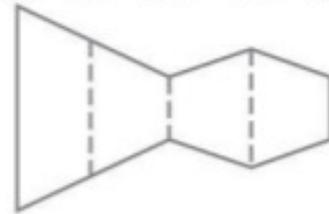


Figura 7.2 O padrão ideal gravata-borboleta

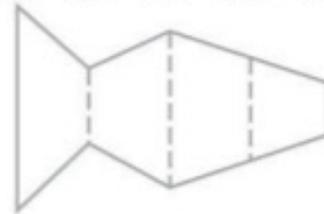
MAÇANETA DE PORTA

A1 A2 A3 A4 A5



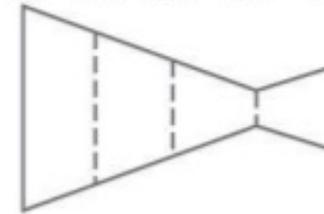
PEIXINHO DOURADO

A1 A2 A3 A4 A5



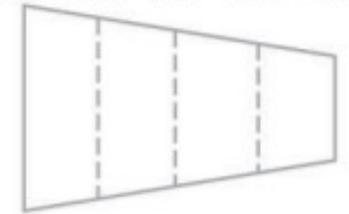
TROMPETE

A1 A2 A3 A4 A5



FUNIL

A1 A2 A3 A4 A5



Comportamento do consumidor

- Possui expectativa e preferência
- Possui pouco apego à marca

- Realiza avaliação longa e minuciosa antes de comprar
- Envolve muitos interessados

- Mostra-se altamente envolvido na decisão de compra
- Possui confiança na qualidade da marca

- Planeja a compra quase sempre
- Confia na experiência real, não em alegações

Características do setor

- Branding e comunicação de marketing agressivos
- Muitas marcas concorrentes

- Ofertas comoditizadas
- Posicionamento semelhante entre marcas concorrentes

- Imagem respeitável pela associação com qualidade
- Forte influência da propaganda boca a boca

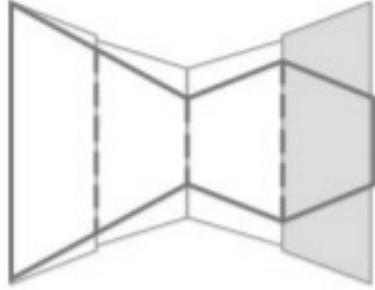
- Marcas concorrentes podem ser facilmente comparadas
- Produto associado a uma forte experiência do cliente

Figura 7.1 Mapeamento dos arquétipos dos setores



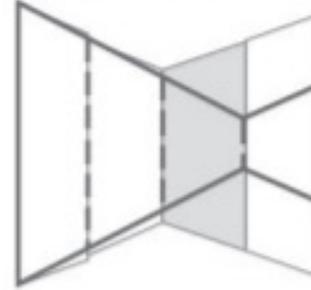
Figura 6.5 Possível intervenção da empresa para aumentar as taxas de conversão

MAÇANETA DE PORTA



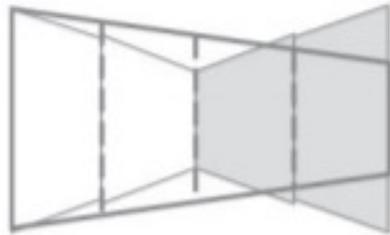
Aumentar a afinidade

TROMPETE



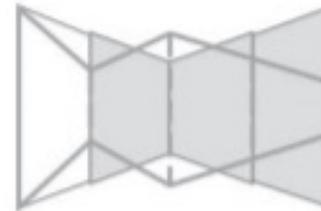
*Aumentar o
compromisso*

FUNIL



*Aumentar o compromisso
Aumentar a afinidade*

PEIXINHO DOURADO



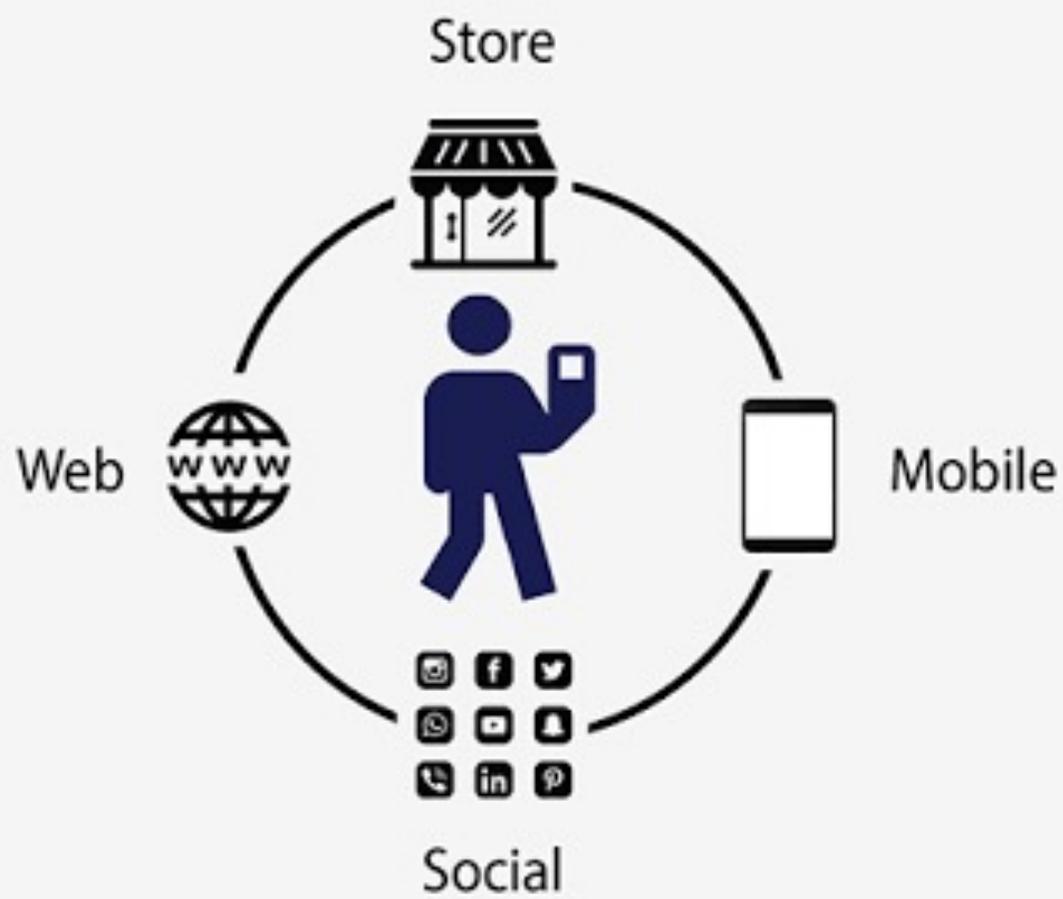
*Otimizar a curiosidade
Aumentar o compromisso
Aumentar a afinidade*

Figura 7.3 Oportunidades de melhoria no caminho do consumidor nos arquétipos dos setores

Multichannel

Vs.

Omnichannel





<https://medium.com/@a.ruzainirashid/alibaba-vs-amazon-how-does-their-business-models-differ-f0aa66364c60>



Alibaba.comTM

vs

amazon.com

Amazon's Supply Chain Simplified

Standard Shipping



Same Day



Prime Now



Buyers



Chinese consumers



Global consumers



Global wholesale buyers

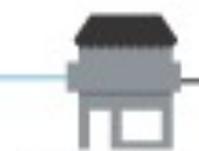
Retail marketplaces



Traffic



Retail sellers



Small sellers



Branded sellers

Wholesale marketplaces



Wholesale sellers



Chinese wholesalers and manufacturers



Global wholesalers and manufacturers



SERVICES AND PRODUCTS

amazon



amazon Prime



amazon fire

amazon kindle



amazon echo

amazon publishing

amazon go

amazon alexa

amazon video direct



amazon business

amazon drive

amazon tap

amazon basics

amazon advertising



Alibaba

1688.com

聚划算

淘宝网

- juhuasuan.com -
品质团购每一天

Taobao.com

AliExpress



天猫 TMALL.COM





Saiba tudo sobre Amazon

Nesta terça-feira (10), a [Amazon](#) anunciou [a chegada do Amazon Prime ao Brasil](#), um serviço de entregas com frete gratuito ilimitado e sem valor mínimo. Nele, o usuário paga uma taxa única mensal e, além das entregas, ele terá acesso ainda a uma série de serviços focados em entretenimento, como o *Prime Vídeo* (concorrente do [Netflix](#)), o Prime Music (para disputar com [Spotify](#), [Apple Music](#), [Deezer](#) e outros), o *Prime Reading* e o *Twitch Prime*.

Search for products & find verified sellers near you

All India

- Building & Construction
- Industrial Machinery
- Apparel & Garments
- Electronics & Electrical
- Industrial Supplies
- Furniture Supplies
- View All Categories

We connect Buyers & Sellers

IndiaMART is India's largest online B2B marketplace, connecting buyers with suppliers.

- Trusted Platform
- Safe & Secure
- Quick Assistance

Aula 13

- Conceitos de Marketing em Serviços;
- Administração de marketing; Planos de marketing; Sistemas de informação de marketing; Pesquisa de marketing;
- O mercado consumidor e o comportamento do comprador; Análise dos concorrentes;
- Mensuração e previsão de mercados; Segmentos de mercado, mercados-alvo e posicionamento da oferta;
- Administração de Serviços. Avaliação e Desempenho de Serviços;
- Desenvolvimento, testes e lançamento de novos produtos e serviços.

Vale a pena visitar

- <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Asia%20Pacific/Riding%20the%20next%20growth%20wave%20of%20logistics%20in%20India%20and%20China/Riding-the-next-growth-wave-of-logistics-in-India-and-China.pdf>
- <https://medium.com/@a.ruzainirashid/alibaba-vs-amazon-how-does-their-business-models-differ-f0aa66364c60>
- <https://ometria.com/blog/ted-talks-ecommerce>