4 Ps do marketing: entenda como trabalhar com o mix de marketing

Como atrair o interesse do consumidor para o seu produto ou serviço num cenário abarrotado de opções? Os concorrentes estão por todos os lados, com acesso às mesmas informações que você, as mesmas tecnologias e a mesma vontade de vender.
Ah, você não tem concorrente? Sua ideia é original? Ótimo. Mesmo assim o seu produto/serviço precisará impactar o cliente e despertar nele o desejo ou a necessidade de adquiri-lo. É aí que entram os 4 Ps do Marketing.
Isso porque, todo empreendedor tem que vender o seu produto ou serviço. E vender mais de uma vez. Excelente produto e uma ideia excepcional guardados na gaveta ou empoeirando nas prateleiras – físicas ou virtuais – não têm valor.

O que são os 4 ps do Marketing?

Os 4 Ps do Marketing originais são: Produto, Preço, Praça e Promoção. Quatro palavrinhas mágicas em qualquer plano de marketing, independente do porte ou segmento da empresa.
Os 4 Ps do MarKeting são chamados também por alguns especialistas de Mix de Marketing ou Composto de Marketing. Independente da denominação, o importante é que esses quatro elementos juntos devem ser a base da sua estratégia de venda.

O que é marketing?

Para trabalhar os 4 Ps do Marketing, é claro que você precisa entender primeiro o que é marketing e a importância dessa ferramenta para alavancar as suas vendas.
De uma maneira bem simples, podemos entender marketing como o processo de “colocar um produto certo, no lugar certo, com

preço certo, no momento certo”.
Ou seja, fazer marketing significa aplicar um conjunto de ações para que um produto/serviço alcance o consumidor, cause impacto positivo e seja adquirido por ele. O resumo disso tudo: sucesso nas vendas.
Essas ações não podem ser usadas de forma aleatória, com base em achismos, na intuição ou contando apenas com a sorte.
Marketing exige planejamento e estratégia. Eles devem ser validados e validados, com atenção especial para mudanças no cenário que podem afetar as decisões do consumidor, como por exemplo, o lançamento de um novo produto.
Descuidar-se nessa etapa do processo pode ser a sua credencial para o fracasso.

Os 4 pilares

Quando se fala em estratégia e plano de marketing, lá estão eles: os 4 Ps. Criados em 1960 pelo professor e escritor americano, Jerome McCarthy, os Ps do Marketing ganharam o mundo pelas mãos do outro professor e escritor Philip Kotler.
Entenda como funcionam os 4 Ps do Marketing:

Plano de Marketing

P – Produto

Produto inclui também os serviços. É tudo o que o seu negócio oferece para o consumidor. Sobre isso, no seu planejamento estratégico de marketing, é preciso responder algumas perguntas:

- Qual a necessidade do cliente? O que ele espera do seu produto/serviço?
- Quais são as características do seu produto/serviço que satisfazem as necessidades do cliente?
- Qual deve ser o tamanho, cor, cheiro, sabor etc do seu produto? Existe variedade de opções?
- Qual será o nome e a marca?
- Como, onde e com que frequência o cliente usará o seu produto?
- Qual o diferencial do seu produto/serviço em relação aos rivais?
- Qual o ciclo de vida do seu produto/serviço?

P – Preço

Não dá para planejar vendas, sem pensar em números. O preço do produto/serviço é o valor que o consumidor irá pagar por ele. E é esse dinheiro que manterá a sua empresa funcionando, permitirá investimentos e gerará lucros. Nesse item, as questões a serem respondidas são:

- Quanto custa o seu produto/serviço para o consumidor?
- Qual o preço do concorrente? Vale a pena reduzir preço para aumentar a sua participação no mercado? Ou um pequeno acréscimo poderá otimizar o lucro?
- Qual a postura do seu cliente em relação a custos? Qual o impacto do preço de um produto/serviço na decisão de escolha dele?
- O cliente está disposto a pagar pelo seu

produto/serviço? Qual o valor máximo para o cliente?
- É interessante criar preços diferenciados por segmentos de público?
- Qual a relação entre custo de produção/distribuição e o valor de venda de forma a gerar lucro?
- Existem características dispendiosas no seu produto/serviço que não são necessárias e podem ser eliminadas sem prejuízos?
- Qual o limite de descontos a serem oferecidos aos diversos segmentos do seu mercado?

P – Praça

A questão central nesse item do seu planejamento é identificar onde o cliente encontrará o seu produto/serviço. Como ele chegará até você? As perguntas importantes são:

- Onde o seu cliente normalmente busca pelo seu produto/serviço ou o produto rival?
- Os seus pontos de venda são físicos, virtuais ou ambos?
- Quais as características que podem tornar os seus pontos de venda físicos mais atraentes para o seu cliente?
- Quais as melhores opções de canais para vendas online? Que ferramentas usar? Com que frequência?
- Como construir uma rede de canais de distribuição forte? O que fazer para abrir portas vantajosas para a sua empresa?
- Seria interessante investir em feiras e eventos?
- O que os seus concorrentes fazem e que está dando resultado? O que aprender com eles e, até mesmo, como criar o seu diferencial?
- Como será o contato inicial do cliente com o seu produto?

P – Promoção

Não confunda promoção com liquidação. Os 4 Ps do Marketing definem promoção como o conjunto de estratégias de divulgação.

Não se limita aos canais a serem utilizados. Inclui, principalmente, a mensagem a ser enviada ao cliente. As principais questões a serem respondidas são:

- O que você quer comunicar?
- Quando é o momento ideal? Sazonalidade afeta o seu negócio?
- Qual a linguagem a ser utilizada – algo mais formal ou despojado? Ou prefere ficar no meio dos dois?
- Quais os canais de divulgação mais interessantes para o seu produto: redes sociais, links patrocinados, email marketing etc? Ou seria a mídia off-line tradicional, como anúncios impressos, TV, Rádio, outdoors, panfletos etc? Ou um mix entre tudo isso?
- Existem datas especiais que devem ser exploradas a favor do seu negócio, aumentando as chances de vendas?
- Mais uma vez, volte-se para os seus concorrentes: como eles fazem suas promoções? O que vem funcionando? O que pode ser adaptado para o seu negócio?

Relacionamos acima algumas perguntas essenciais para auxiliá-lo na elaboração do seu Mix de Marketing. Mas as buscas não se encerram aqui. Certamente você terá outras questões relevantes. Ponha tudo no "papel".
O importante é ter um planejamento – incluindo os 4 Ps do Marketing, para orientar as ações da empresa na venda dos produtos/serviços e, ainda, conquistar a fidelidade do seu cliente.
Lembre-se que os 4 ps do Marketing devem ser usados com um todo. Deixar um deles de fora pode jogar o seu planejamento por água abaixo. Por exemplo, você produz uniforme escolar. Pensa em tudo, segue corretamente quase todas as ferramentas, mas o lançamento do produto ocorre depois de iniciado o ano letivo. O que você acha que vai acontecer?
Você pode aprender muiiiiiito mais sobre marketing por meio da leitura. O 12 Min tem uma variedade de opções imperdíveis.
Selecionamos 3 sugestões de *microbooks*, mas você pode acessar

a plataforma e fazer a sua própria escolha.
Lembre-se: cada *microbook* é preparado para ser lido em aproximadamente 12 minutos. Aproveite!

As 22 Consagradas Leis do Marketing – Al Ries & Jack Trout

Aqui estão os princípios do marketing que devem ser seguidos por todas as empresas que buscam o caminho do sucesso.

As 22 Consagradas Leis do Marketing

Marketing 4.0 – Do Tradicional ao Digital – Philip Kotler

Esse é um guia para a nova geração de profissionais, com uma abordagem que combina interações online e off-line entre empresas e clientes.

Marketing 4.0

Ideias que colam: Por que Algumas Idéias Pegam e Outras Não – Chip Heath & Dan Heath

Para conseguir comunicar uma ideia de forma eficiente, é preciso entender como elas se multiplicam e quais as suas características-chave.

Ideias Que Colam