

# Marketing Internacional

**Prof. Marcos Manosso, M.Sc.**



# Influências

- 🌐 Filosofia e Ética Profissional
- 🌐 Antropologia Cultural
- 🌐 Políticas de Comércio Internacional
- 🌐 Direito Internacional
- 🌐 Relações Internacionais
- 🌐 Finanças Internacionais
- 🌐 Economia, Sociologia, Psicologia, Sistemática, Legislação...



# Marketing Mix (4 / 7 “P”s)

- 🌐 Produto
- 🌐 Preço
- 🌐 Praça (canais de distribuição)
- 🌐 Promoção
- 🌐 Pessoas
- 🌐 Perecibilidade
- 🌐 Physical Evidence (evidência física)



# Ambientes

🌍 Micro-ambiente

🌍 Macro-ambiente

🌍 Análise F.O.F.A.



# Análise Ambiental

- 🌐 Sistema Econômico
- 🌐 Sistema Político-Social
- 🌐 Sistema Financeiro-Fiscal
- 🌐 Logística e Infra-Estrutura
- 🌐 Sistema Legal
- 🌐 Cultura Local



# Porter's 5 Forces



# Fatia Relativa de Mercado

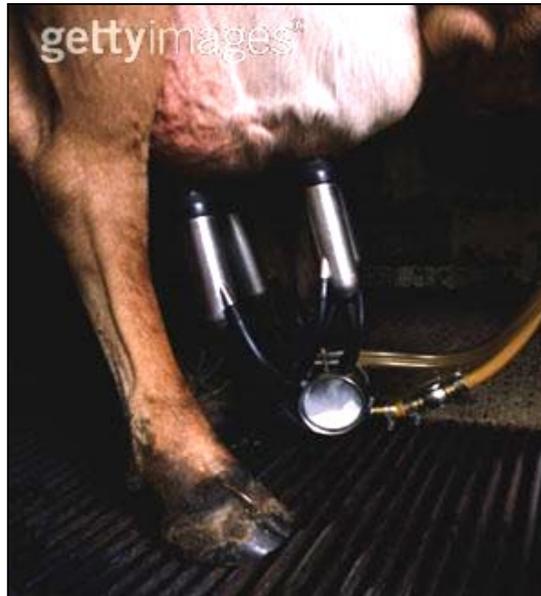
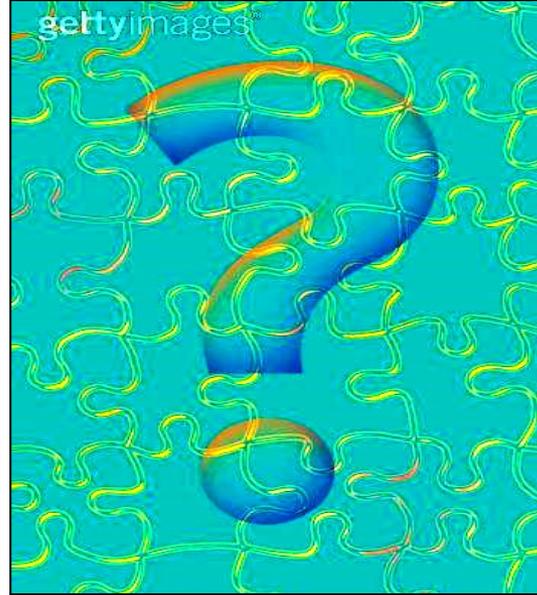
Alto

Baixo

Taxa de Crescimento de Mercado

Alto

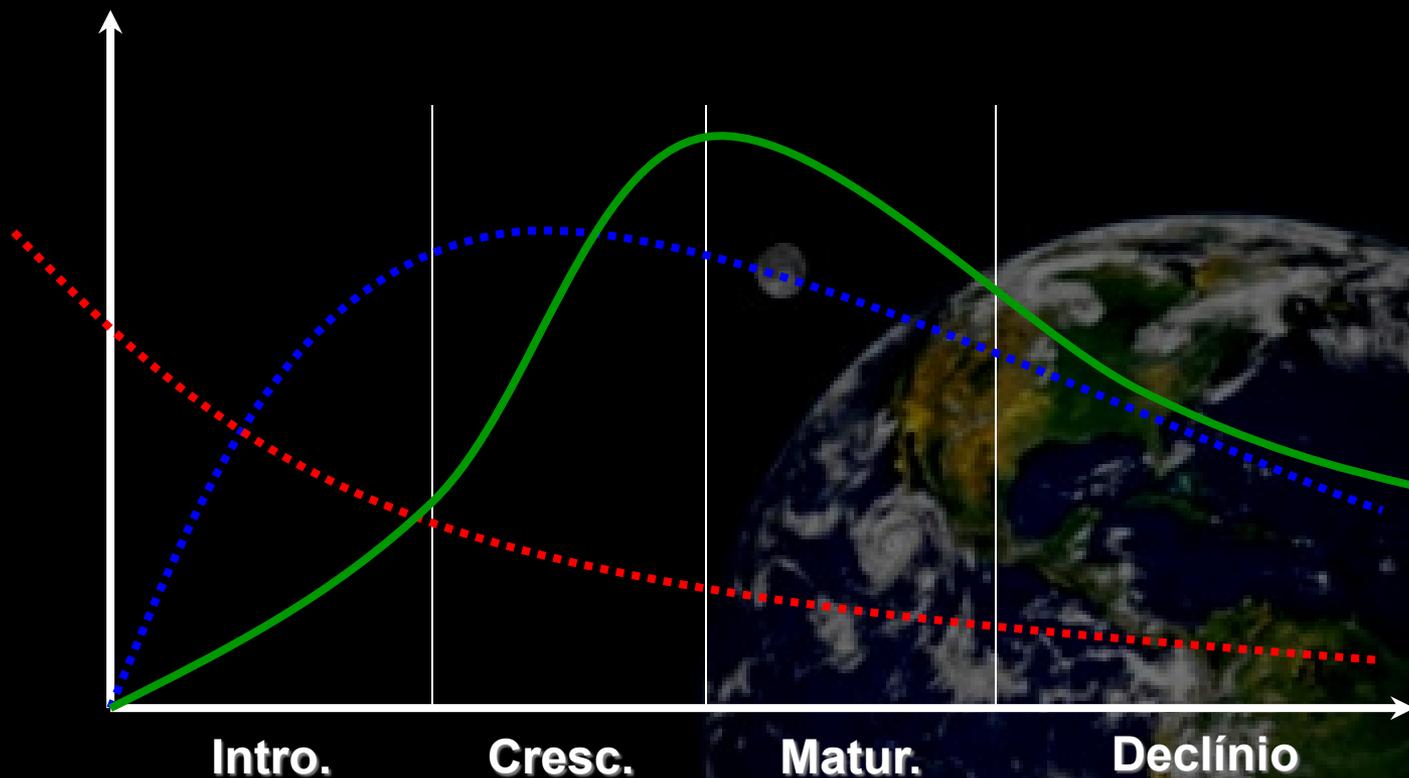
Baixo



Matriz BCG  
(Boston Consulting Group)



# Curva de Ciclo de Vida do Produto



# Segmentação

## 🌐 Geográfica

- ✓ Região
- ✓ Clima

## 🌐 Demográfica

- ✓ Idade
- ✓ Sexo
- ✓ Renda
- ✓ Religião
- ✓ Raça
- ✓ Nacionalidade

## 🌐 Psicográfica

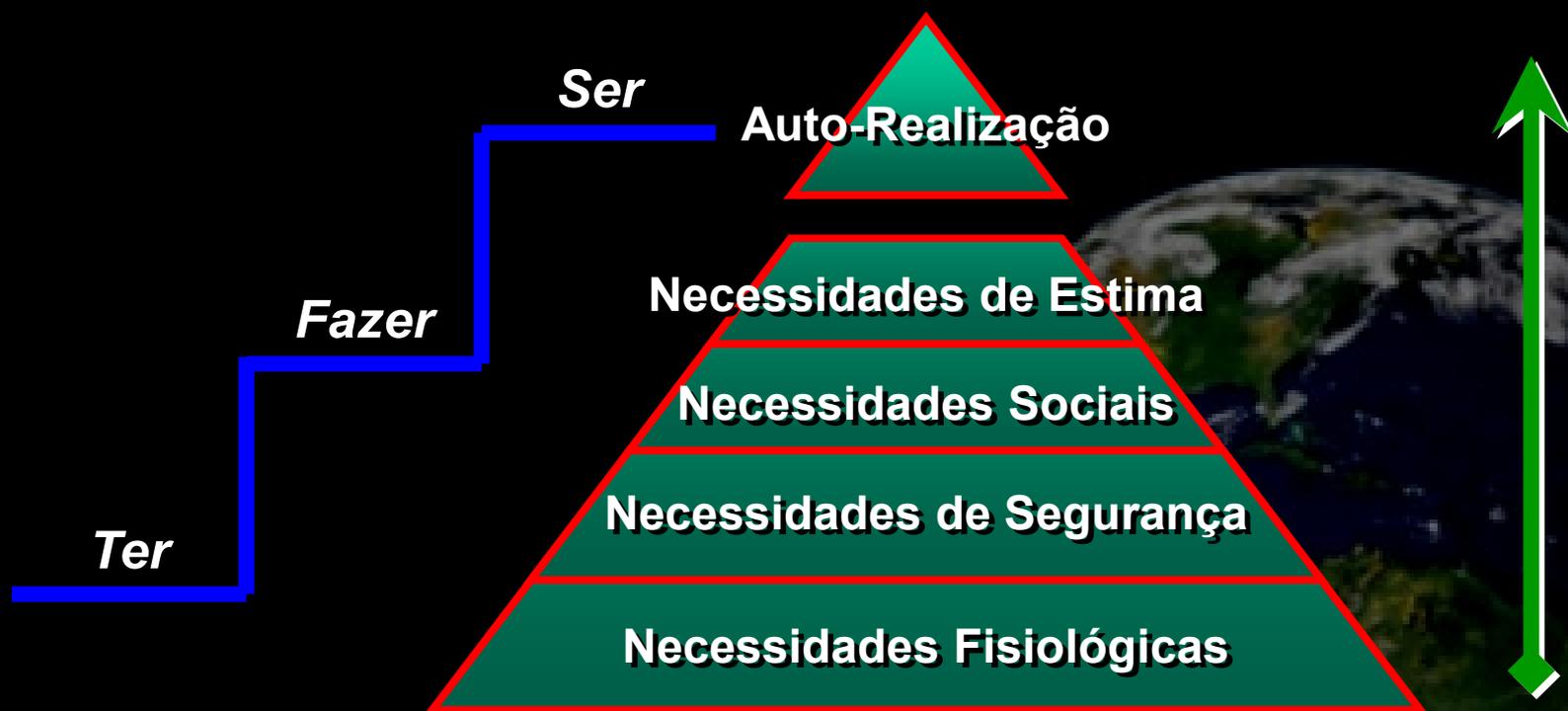
- ✓ Classe social
- ✓ Estilo de vida
- ✓ Personalidade

## 🌐 Comportamental

- ✓ Benefícios
- ✓ Atitudes
- ✓ Grau de lealdade



# O Cliente



Teorias de desenvolvimento humano de Fromm e Maslow

# O Cliente

## Cultural

Cultura

Sub-Cultura

Classe Social

## Social

Grupos de Referência

Família

Papéis e *status*

## Pessoal

Idade e estágio no ciclo de vida

Ocupação

Situação Econômica

Personalidade e autoconceito

## Psicológico

Motivação

Percepção

Aprendizado

Crenças e atitudes

**Cliente**

# Posicionamento

## 🌐 Valor

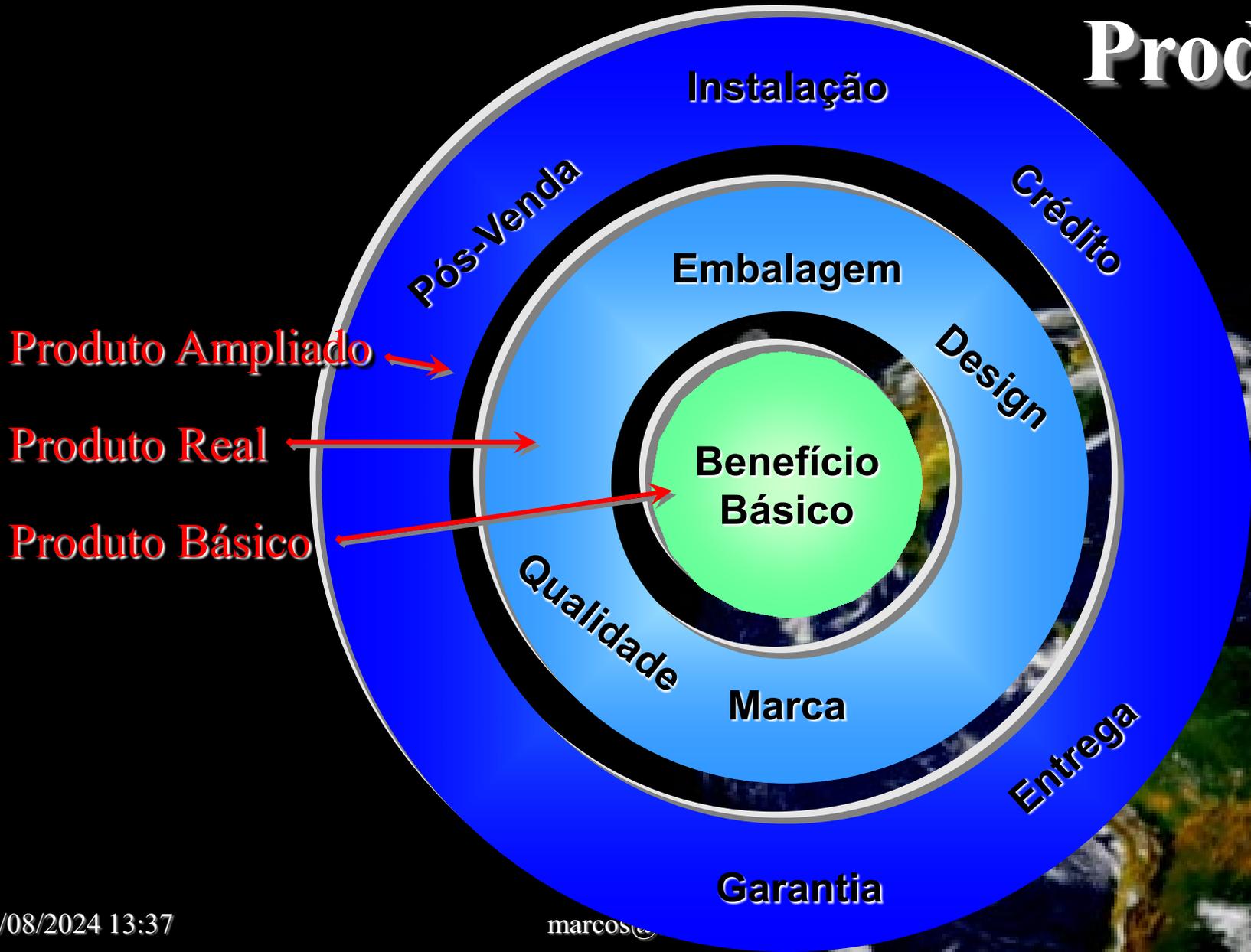
- ✓ Liderança em custo (preço)
- ✓ Diferenciação (produto)
- ✓ Relacionamento (serviço)

## 🌐 Vantagens Competitivas

- ✗ Tudo para todos



# Produto



# Marca

- 🌐 Atributos
- 🌐 Benefícios
- 🌐 Valores
- 🌐 Cultura
- 🌐 Personalidade
- 🌐 Usuário



# Praça (Canais de Distribuição)

## 🌐 Diferenças

- ✓ Território Nacional
- ✓ Território Internacional

## 🌐 Modais

## 🌐 Burocracia

## 🌐 Legislação Local

## 🌐 Infra-Estrutura

## 🌐 Variáveis

- ✓ Características do Produto
- ✓ Características da Empresa
- ✓ Características dos Consumidores
- ✓ Características dos Concorrentes
- ✓ Características dos Intermediários



# Estratégias de Preço

- ④ Conquista de clientela diferenciada
- ④ Penetração em mercado
- ④ Manutenção de participação em mercado
- ④ *Transfer Price* (Preço de Transferência)



# Feiras e Exposições

## ☉ Modalidades:

- ✓ Horizontais
- ✓ Verticais

## ☉ Informações

- ✓ Economia
- ✓ Promoção do evento
- ✓ Quantidade e qualidade de expositores
- ✓ Serviços à disposição



# Dúvidas ?!?

- 🌐 Avaliação 01
- 🌐 Trabalhos em dupla
  - ✓ Apresentação Oral
  - ✓ Apresentação Escrita

