

SUMÁRIO

- Prefácio / 9
- 1 Plano de marketing – definições básicas / 11
- 2 Técnicas para o levantamento de informações / 19
- 3 Aspectos introdutórios ao plano de marketing / 35
 - 3.1 Sumário executivo / 35
 - 3.2 Introdução / 36

PARTE 1 - ANÁLISE INTERNA

- 4 Análise da empresa / 41
 - 4.1 Histórico / 41
 - 4.2 Principais dados da empresa / 42
 - 4.3 Produtos da empresa / 43
 - 4.4 Histórico de vendas / 44
- 5 Histórico de satisfação, lembrança de marca e intenção de compra / 47
 - 5.1 Histórico de satisfação / 47
 - 5.1.1 Construindo o questionário / 51
 - 5.2 Lembrança de marca / 55
 - 5.3 Intenção de compras / 58
- 6 Alinhamento estratégico / 61
 - 6.1 Norteadores estratégicos / 67
 - 6.1.1 Negócio / 67
 - 6.1.2 Visão / 68
 - 6.1.3 Valores / 69
 - 6.1.4 Missão / 70
 - 6.2 Objetivos estratégicos / 71
 - 6.3 Estratégias empresariais / 71
 - 6.3.1 Estratégia genérica (Michael Porter) / 72
 - 6.3.2 Estratégia de crescimento (Igor Ansoff) / 74
 - 6.3.3 Estratégia competitiva (John Westwood) / 76

- 7 Análise de portfólio / 79
 - 7.1 CVP (Ciclo de Vida do Produto) / 79
 - 7.2 Matriz BCG (Boston Consulting Group) / 81
- 8 Análise das estratégias de marketing atuais / 85
 - 8.1 Segmento(s)-alvo atual / 85
 - 8.2 Posicionamento pretendido atual / 86
 - 8.3 *Mix* de marketing atual / 87

PARTE 2 - ANÁLISE EXTERNA

- 9 Análise do macroambiente / 93
- 10 Análise da concorrência / 99
 - 10.1 Matriz de competitividade / 103
 - 10.2 Mapa de posicionamento percebido / 106
- 11 Análise de mercado qualitativa / 109
- 12 Análise de mercado quantitativa / 113
- 13 Segmentação de mercado / 119
- 14 Matriz PFOA / 125
- 15 Decisões de marketing / 127
 - 15.1 Objetivos de marketing / 127
 - 15.2 Segmento(s)-alvo / 129
 - 15.3 Posicionamento pretendido / 131
 - 15.4 Marketing *mix* / 133
 - 15.5 Cronograma e orçamento de marketing / 140
- 16 Controles do plano / 143
- 17 Análise financeira / 145
 - 17.1 Gastos do plano (investimentos, custos e despesas) / 145
 - 17.2 Premissas do plano / 148
 - 17.3 DRE incremental / 149

Referências / 157