



CRCCE

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE
DO CEARÁ



MARKETING PARA CONTADORES

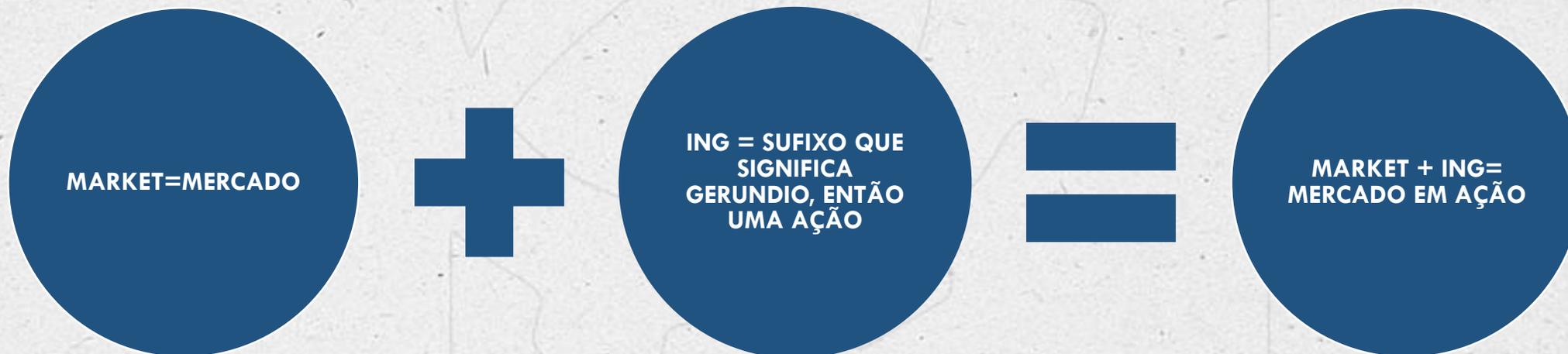
Instrutora : Erica Pereira

O QUE É MARKETING ?



DEFINIÇÃO DE MARKETING

✓ **MARKETING É UMA PALAVRA ORIGINÁRIA DO INGLÊS;**



DEFINIÇÃO DE MARKETING

RESULTADO DE UM ESTUDO BASEADO EM DIVERSAS CIÊNCIAS: SOCIOLOGIA, PSICOLOGIA, MATEMÁTICA, ANTROPOLOGIA, ESTATÍSTICA E FILOSOFIA, ENTRE OUTRAS;

ESTUDO DE MERCADO (CLIENTES) E SUAS TÉCNICAS, APLICADAS EM DIVERSAS ÁREAS;

criação, oferta e troca de produtos e serviços

OS NOVOS PRODUTOS NECESSITAM DE NOVOS DE COMPRADORES, ASSIM COMO UMA EMPRESAS NECESSITAM DE NOVOS CLIENTES;DEVE ESTAR INSERIDO NAS ORGANIZAÇÕES (EMPRESAS) , PRINCIPALMENTE AQUELAS RELACIONADAS AO MERCADO;

HISTÓRICO DO MARKETING

O ESTUDO DO MERCADO SURTIU NA ÉPOCA DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL;

MUDANÇA DE CENÁRIO, IMPULSIONOU AS INDÚSTRIAS A REALIZAREM AS ANÁLISES PARA MUDANÇAS DE ESTRATÉGIAS;

O MARKETING FOI SE DESENVOLVENDO E JUNTO COM ELE O MERCADO.

HISTÓRICO DO MARKETING

CENÁRIO ANTERIOR – PERÍODO DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL (1760-1840), O FOCO ERA APENAS A MAXIMAIZAÇÃO DOS LUCROS, NÃO IMPORTAVA OS MÉTODOS UTILIZADOS PARA ALCANÇAR A META. OS CLIENTES NÃO CONSEGUIAM NEGOCIAR POIS NÃO EXISTIA CONCORRÊNCIA.

CENÁRIO APÓS O SURGIMENTO DO MARKETING – À PARTIR DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL (1939-1945) O CRESCIMENTO DA CONCORRÊNCIA, ESTIMULOU AS EMPRESAS A PROCURAR NOVAS FORMAS DE ATRAIR E LIDAR COM OS CONSUMIDORES. SURTIU A CULTURA DE VENDER A QUALQUER PREÇO.

<https://www.youtube.com/watch?v=4Fb2tORdbww>

A Evolução do Marketing

Premir Esc para sair do ecrã inteiro

A EVOLUÇÃO DO MARKETING

▶ ▶| 🔊 0:01 / 5:48

Desloque para ver mais informações.



EXERCÍCIO NO MEETMENTER - PERGUNTA

 **Mentimeter**

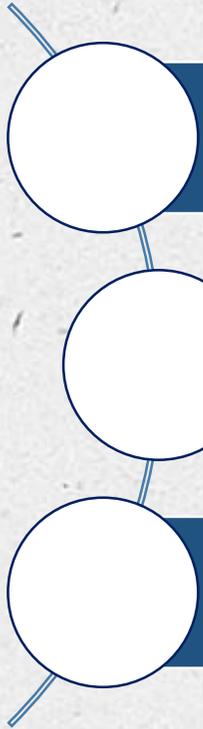
Turn opinions

In real-time

Into tangible data

[mentimeter.com](https://www.mentimeter.com)

MARKETING ORGANIZACIONAL



TORNOU- SE UMA FORÇA EXPANDIDA E INFLUENTE EM TODOS OS SETORES DA ECONOMIA;

DEVE ESTAR INSERIDO NAS ORGANIZAÇÕES POR UMA QUESTÃO DE CONCORRÊNCIA E SOBREVIVÊNCIA;

A MARCA DE UMA EMPRESA É A UNIÃO DE TODAS AS IMPRESSÕES QUE ELA PROVOCA NO AMBIENTE E NAS PESSOAS;

DEFINIÇÃO DE SERVIÇOS



• É UM DESEMPENHO ESPECIFICAMENTE INTANGÍVEL;

• PODE OU NÃO ESTÁ LIGADO UM PRODUTO FÍSICO;

• O CLIENTE PARTICIPA DE UMA EXPERIÊNCIA COM O SERVIÇO;

DEFINIÇÃO DE SERVIÇOS



- O ÚNICO ATIVO DISPONÍVEL SÃO AS PESSOAS;
- PERMITEM DIFERENCIAÇÃO, PERSONALIZAÇÃO E CUSTOMIZAÇÃO, LOGO MARGEM DE LUCRO;
- A MELHOR FORMA DE DIFERENCIAR O SEU SERVIÇO É AGREGAR VALOR A ELE.

CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

INSEPARABILIDADE

VARIABILIDADE

INTANGIBILIDADE

PERECIBILIDADE

MARKETING CONTÁBIL



- ✓ O MARKETING CONTÁBIL SÃO TODOS OS ESFORÇOS ESTRATÉGICOS E DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PARA OFERTAR SERVIÇOS DE QUALIDADE CRIADOS PARA ATENDER A DEMANDA (DESEJO DO SEU CLIENTE).

RESTRIÇÕES

É PROIBIDO DE COMETER QUALQUER ATO QUE PREJUDIQUE PUBLICAMENTE OUTRO PROFISSIONAL DA ÁREA;

NÃO PODE CONCORRER OU OFERECER SERVIÇOS PROFISSIONAIS EM CONCORRÊNCIA DESLEAL OU REDUÇÃO NOS PREÇOS DOS HONORÁRIOS;

NÃO PODE FAZER REFERÊNCIAS PREJUDICIAIS E DEPRECIADORAS;

NÃO PODE FAZER JULGAMENTOS QUE PREJUDIQUEM A CLASSE CONTÁBIL.

PORQUE FAZER O FAZER O MARKETING CONTÁBIL?

- 1. SER VISTO, É PRECISO MOSTRAR-SE, COLOCAR-SE NA VITRINE APARECER;
- 2. CONSTRUIR UMA IMAGEM POSITIVA NO MERCADO;
- 3. DIFERENCIAR-SE DA CONCORRÊNCIA;
- 4. PROSPRECÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS, CRESCIMENTO DA CARTEIRA DE CLIENTES.

MARKETING ESTRATÉGICO



SÃO AÇÕES UTILIZADAS PARA IMPULSIONAR O NEGOCIO PARA O CAMINHO DO SUCESSO. É O CONJUNTO DE VARIÁVEIS QUE O PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE PODE UTILIZAR PARA INFLUENCIAR AS RESPOSTAS DOS CONSUMIDORES. SÃO OS CHAMADOS OS 4 “P”.

MARKETING ESTRATÉGICO



PLANO DE MARKETING CONTÁBIL



É UM GUIA (UMA BÚSSOLA),
UM PLANEJAMENTO UTILIZADO
PARA QUE O PROFISSIONAL DA
CONTABILIDADE POSSA
CONQUISTAR OS OBJETIVOS
PARA MUDAR O CENÁRIO DE
SUA EMPRESA.

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

ESTUDO DO SEU NEGÓCIO (EMPRESA CONTÁBIL)

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

ESTUDO DE MERCADO

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

ESTUDO DO PÚBLICO ALVO (CLIENTES)

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

PROSPECÇÃO DE CLIENTES

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

DEFINIR O OBJETIVO DO PLANO DE MARKETING

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

PÓS- VENDA

PLANO DE MARKETING CONTÁBIL

TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

