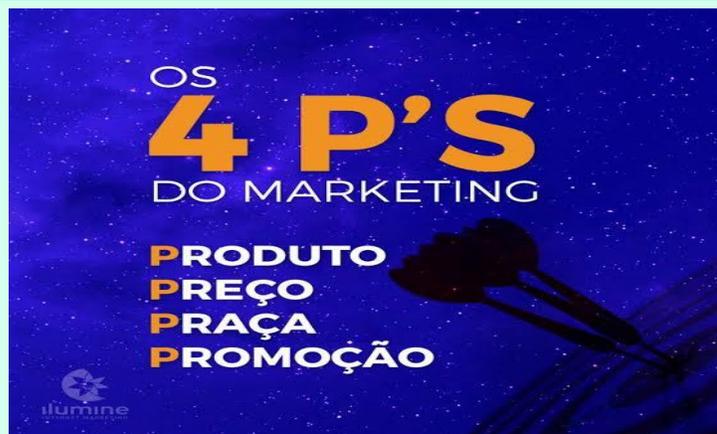


Você conhece os 4 Ps do Marketing?

Por Claudinéia Vera da Silva, Victor Gabriel Santos Ribeiro e Ana Carolina Vieira da Paz



Fonte: <https://ilumine.me/os-4ps-do-marketing/>

O propósito do marketing é fazer com que os consumidores conheçam um produto ou serviço de determinada marca e estabeleçam uma conexão com essa marca.

Dentre os conceitos discutidos no âmbito do marketing, um dos principais é o mix de marketing ou composto de marketing, também conhecido como 4 Ps.

Os 4 Ps incluem os componentes: Produto, Preço, Praça e Promoção. Conhecer esses aspectos é importante para planejar e executar ações que possam influenciar as respostas dos consumidores e colocar a empresa em local de destaque frente aos concorrentes.

Agora vejamos cada um dos Ps:

Preço: A precificação nem sempre é percebida como tarefa do marketing. Entretanto, o preço é determinante na construção da imagem da marca, além de ser o único P que gera receita para a empresa. Por isso, é uma das definições essenciais do Mix de Marketing.

Produto: É a base da existência das empresas, pois deve satisfazer as necessidades dos consumidores e oferecer benefícios para a sua vida. E é em torno dele que os outros Ps são criados. O produto também pode ser entendido como serviço, para as empresas prestadoras de serviços.

Praça: Vem do inglês *Place*, que significa lugar. Contudo, refere-se aos pontos de venda e aos canais de distribuição, sejam eles físicos ou virtuais. É por meio da praça que se define como o produto vai chegar até o consumidor.

Promoção: Refere-se as estratégias para estimular a demanda pelo produto junto ao público-alvo. Vale destacar que esse P não pode ser confundido apenas com descontos e liquidações.

Ao identificar os 4 Ps, a empresa pode desenvolver estratégias para buscar a lealdade dos clientes, visto que a fidelização, em meio a tanta concorrência, tem sido mais difícil de alcançar.

E você, tem clareza de como a sua empresa tem tratado cada um desses itens? Sua empresa tem usado o conhecimento sobre essas variáveis internas para definir suas estratégias de marketing?



Fonte: <https://fgvir.com/blog/4-ps-do-marketing-o-que-sao-podem-interferir-nas-vendas>

O modelo dos 4 Ps sofreu algumas críticas ao longo do tempo por omitir ou subestimar algumas atividades importantes, como os serviços, a embalagem e a força de vendas. Apesar disso, Kotler (2021) revela que essas atividades podem ser discutidas dentro da estrutura dos 4 Ps.

Além disso, o autor sugere a adição de mais 2 Ps:

Política: identificar leis, atividades de *lobby* e polícias que podem influenciar a demanda; e

Opinião pública (Public Opinion): mudanças em hábitos e atitudes que podem afetar o interesse em determinados produtos ou serviços.

Outras propostas de variações do modelo foram surgindo ao longo do tempo, como os 7 Ps ou 8 Ps, principalmente pela importância do marketing de serviços.

Os 7 Ps do marketing

Nessa abordagem, foram adicionados outros 3 Ps, que são:

Pessoas: Inclui a dimensão humana, considerando que os colaboradores, consumidores, parceiros, gestores e outras diversas pessoas são importantes para as estratégias de marketing.

Processos: engloba toda a estrutura, planejamento e tomada de decisões, necessários para colocar um produto no mercado com eficiência.

Physical Evidence: (Evidências físicas/Perfil), que representa todos os atributos e bens tangíveis que criam a experiência do consumidor da marca (PEÇANHA, 2020).

Os 8 Ps do marketing

Nesta abordagem, proposta por Kotler e Keller (2006), a partir da proposta dos 4 Ps e dos 3 Ps da abordagem anterior, é acrescentada a Produtividade.

Produtividade: está relacionada a performance e a qualidade, ligadas à otimização dos recursos.

Após conhecer essa abordagem, vamos analisar alguns exemplos de sucesso na sua aplicação.

Exemplos de sucesso na aplicação dos 4 Ps



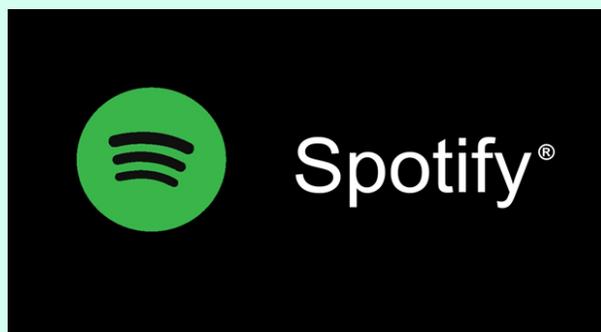
Cubo de vidro da Apple Store, projetado por Bohlin Cywinski Jackson
Fonte: <http://www.wworksoffice.com.br/wnews/?p=49>

Você provavelmente já ouviu falar da Apple, uma gigante da área da tecnologia da informação e comunicação.

A empresa adota a estratégia de diferenciação, investindo em pesquisa e desenvolvimento de produto e na construção de uma marca identificada com os valores de inovação, *design* e criatividade.

Para se destacar, a Apple lança novos modelos regularmente no mercado. Os clientes são sempre estimulados a ter o último dispositivo. Na distribuição, a empresa oferece canais de venda *online* e *offline*. Em termos de promoção, ela investe na criação de expectativa, liberando informações aos poucos a cada novo lançamento. Além disso, a publicidade é sempre marcada pela simplicidade no *design*, que cria uma percepção de exclusividade (PEÇANHA, 2020).

Agora vamos analisar um exemplo de empresa prestadora de serviço. Você provavelmente já conhece o Spotify!



Fonte: Divulgação Spotify

O Spotify é um serviço de *streaming on demand* de áudio, que adotou o modelo *freemium*, no qual o usuário pode aproveitar uma versão gratuita limitada (com anúncios, sem músicas *offline* e outras limitações) ou adquirir planos pagos com todos os recursos. A variedade do catálogo, que inclui álbuns, músicas e *podcasts*, é o principal atrativo.

A empresa propõe uma personalização da experiência, ao oferecer *playlists* e recomendações de acordo com o histórico de cada usuário. Ela vende seu serviço em lojas de aplicativos e no próprio *site*. Para promover o serviço de *streaming*, aproveita os dados coletados sobre usuários, além de parcerias com músicos, sempre com um toque de criatividade.

A partir dos exemplos, vamos refletir sobre nossas empresas?

Referências

- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
- PEÇANHA, V. **4 Ps do Marketing**: entenda tudo sobre o conceito de Mix de Marketing. <https://rockcontent.com/br/blog/4-ps-do-marketing/>

+ NGDI INFORMA

Saiba mais sobre o projeto NGDI Informa. Entre em contato por um dos nossos canais.

Endereço: Rod. MS 141 KM 02 – Naviraí-MS

Telefone: (67) 3409-3456

E-mail: ngdi.ufms@gmail.com

Acesse mais boletins

