



Curso de Capacitação

Módulo IV – Gestão de Custos

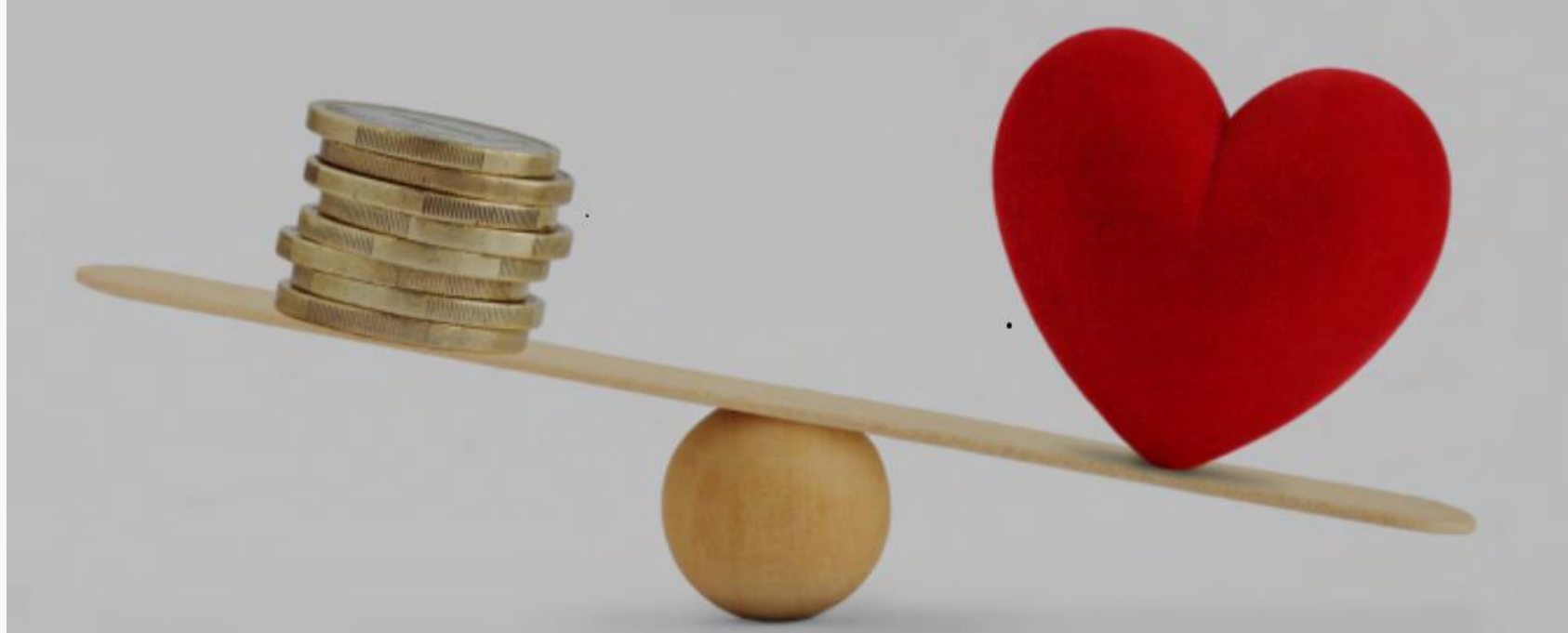
Aula 1: Precificação



Objetivo:

- Demonstrar como a **correta precificação dos produtos e serviços** é fator crucial para manter sua empresa **lucrativa, rentável e perene no mercado.**





Preço:

- Quantidade monetária que se atribui à troca por um bem serviço.

Valor:

- Subjetivo, pois está na mente do cliente.
- Benefício apreciado pelo cliente.
- Solução para sua dor ou problema.

Cliente 1

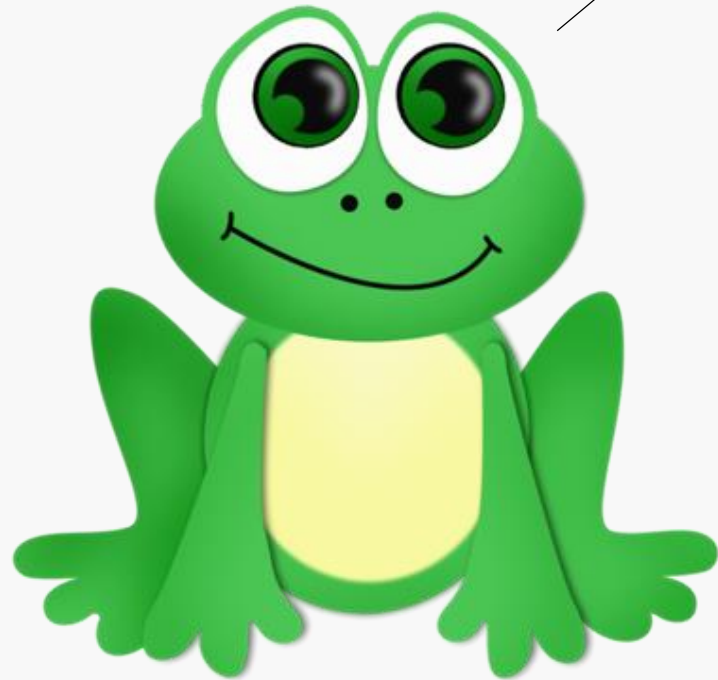
- Estilo de vida mais saudável
- Melhor qualidade de vida
- Paladar mais saboroso
- Conceito de sustentabilidade

Cliente 2

- Mais vitaminas e nutrição para o feto.
- Evitar reações alérgicas e respiratórias na infância do filho.



Você não vai me beijar?
Você não deseja um
príncipe?



Você está brincando?
Na minha idade prefiro
ter um sapo que fala!



“É imprescindível conhecer o cliente muito bem, pois só assim você irá entregar o que ele realmente deseja”.



Peter Drucker

**Estratégias de
Marketing**

Preço

Precificação

“Pode-se presumir que sempre haverá necessidade de algum esforço de vendas, mas o objetivo do marketing é tornar a venda supérflua. A meta é conhecer tão bem o cliente que o produto ou serviço se adapte a ele e venda por si só. O ideal é que o marketing deixe o cliente pronto para comprar. A partir daí basta tornar o produto ou o serviço disponível”.



Peter Drucker

Composto de Marketing:

- 4 Ps: produto, preço, praça e promoção

“O preço é apenas parte do custo total que os clientes pagam numa troca, que inclui também o esforço mental e comportamental despendidos.

O preço desempenha dois papéis: se a compra será efetuada e se ela será lucrativa”.



Erros de Precificação:

- Preços excessivamente definidos a partir dos custos internos de produção.
- Falta de flexibilidade comercial.
- Preços que não levam em consideração o restante do composto de marketing.

3 Perguntas Estratégicas:

PRIMEIRA:

Que custos devo ter para obter lucro, dado os preços praticados no mercado?

Conhecer o mercado e os clientes primeiro.

3 Perguntas Estratégicas:

SEGUNDA:

Qual o valor do meu produto para o cliente e como posso comunicar melhor este valor para justificar o meu preço?

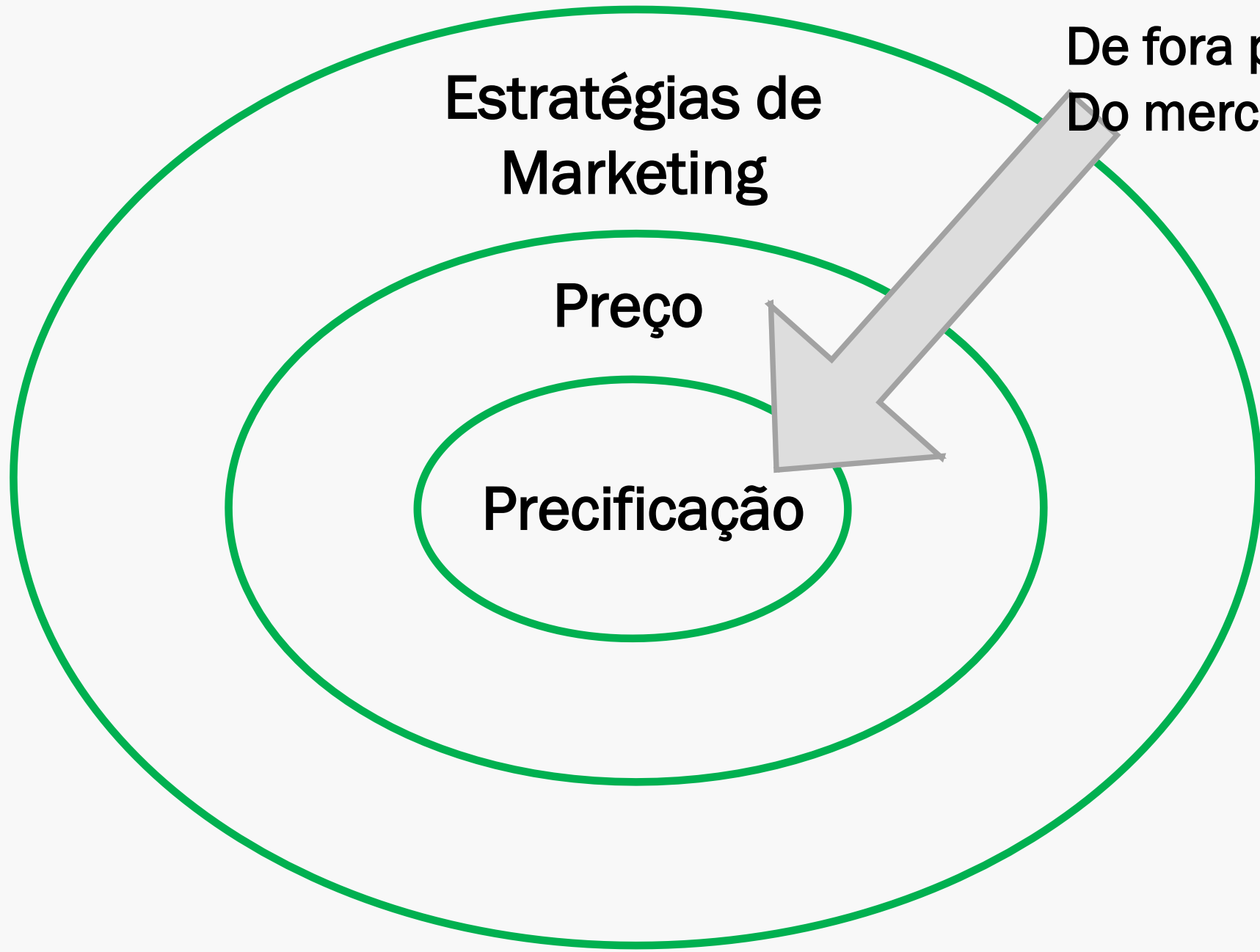
Conhecer os benefícios do produto que são os apreciados e demandados pelos clientes.

3 Perguntas Estratégicas:

TERCEIRA:

Qual o seu nível de vendas e participação de mercado para ter mais lucro?

Quanto você precisa vender para sobrar dinheiro.



Estratégias de Marketing

Preço

Precificação

**De fora para dentro
Do mercado para o negócio**

Formação de Preço:

- Custos do produto/serviço
- Margem de lucro
- Concorrência
- Conhecimento Público-Alvo
- Problemas que resolve
- Benefícios oferecidos