

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING

O Consultor faz uma reunião prévia com o Gerente ou Diretor da Empresa.

A seguir, capta, através de formulário, a percepção interna da Empresa. Através de visitas ao "site" (lugar onde as coisas acontecem), forma sua própria percepção dos processos do Cliente.

O próximo passo é colher informações junto a clientes atuais e potenciais da Empresa em questão, através do agendamento de visitas ao consumidor (cliente do cliente).

Com todo esse material em mãos, o Consultor realiza uma análise S.W.O.T. (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), elabora um relatório com um Plano de Ações e faz uma apresentação para Diretores e Gerentes da Empresa.

Não é raro, já na fase de visitas a clientes, a identificação de Oportunidades ou Ameaças. Nesse caso, a mesma é imediatamente informada ao cliente, por telefone.

Alguns exemplos:

- *Empresa prestadora de serviços de metalização. Foram identificadas, já na fase de visitas, duas oportunidades e uma ameaça, as quais foram devidamente tratadas pelo cliente.*
- *Empresa representante e fabricante de Válvulas. Foram igualmente identificadas, já na fase de visitas, três oportunidades e uma ameaça, as quais foram devidamente tratadas pelo cliente.*