A Estratégia e o Momento Atual
Desafios e Possibilidades

AGENDA

1
Apresentação

2
Cenário Atual Global

3
Mercado

4
Modelos de Negócio

5
Planejamento Estratégico

6
Ferramentas

7
Preparado?

APRESENTAÇÃO

- Prof. Msc. Reinaldo Nogueira

APRESENTAÇÃO

Prof. Reinaldo Nogueira – formado em Administração de Empresas (1989) e Mestrado em Engenharia de Produção (2006).

Possui pós-graduação em Administração de Empresas pela Universidade de Guarulhos (1999), Especialização em Gestão de Projetos pela Poli/USP em 2002, Governança corporativa pela FGV/SP em 2004, Mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Paulista/POLI em 2006.

APRESENTAÇÃO

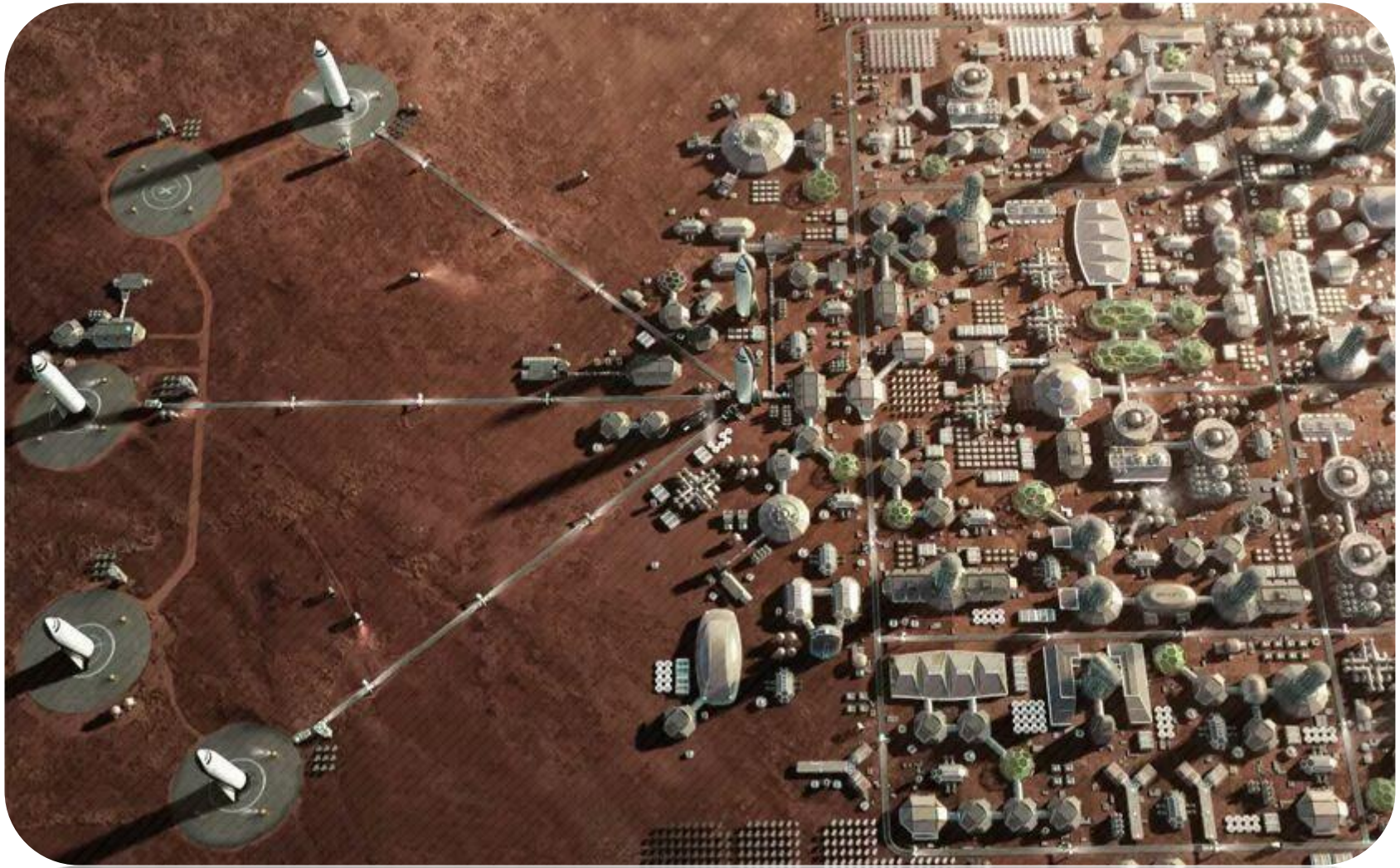
Prof. Reinaldo Nogueira – formado em Administração de Empresas (1989) e Mestrado em Engenharia de Produção (2006).

Possui pós-graduação em Administração de Empresas pela Universidade de Guarulhos (1999), Especialização em Gestão de Projetos pela Poli/USP em 2002, Governança corporativa pela FGV/SP em 2004, Mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Paulista/POLI em 2006.

CENÁRIO
ATUAL GLOBAL

- Mercado Globalizado
- Tecnologia Disruptiva
- Instabilidade Econômica, Social e Política
- Mercado em movimento – Human Network

Sabe onde é?



Primeira Colônia em Marte - 2024

CENÁRIO **ATUAL**

MARKETING 1.0 vs MARKETING 2.0 vs MARKETING 3.0

	MARKETING 1.0	MARKETING 2.0	MARKETING 3.0
	Product-centric Marketing	Customer-oriented Marketing	Value-driven Marketing
Objective	Sell products	Satisfy and retain the consumers	Make the world a better place
Enabling Forces	Industrial Revolution	Information Technology	New Wave Technology
How companies see the market	Mass Buyers with Physical Needs	Smarter Consumer with Mind and Heart	Whole Human with Mind, Heart, and Spirit
Key marketing concept	Product development	Differentiation	Values
Company marketing guidelines	Product specification	Corporate and Product Positioning	Corporate , Vision, Values
Value propositions	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
Interaction with consumers	One-to-Many Transaction	One-to-One Relationship	Many-to-Many Collaboration

MERCADO

- Fusões e Aquisições
- Mercado produtor polarizado
- Computação em Nuvem
- Modelos Disruptivos
- Transformação Digital

MERCADO

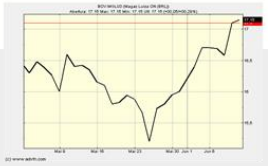
O BOM PLANEJAMENTO É O SEGREDO DO SUCESSO

MERCADO

Sun microsystems ORACLE

ORACLE TO BUY SUN

DROGASIL Droga Raia



mabel PEPSICO

universidade anhembi morumbi

Mundialmente criativa e inovadora

Laureate International Universities

Google MOTOROLA MOBILITY

Google

Microsoft NOKIA

Pão de Açúcar

Carrefour

MERCADO

KRAFT
Nestlé
PEPSICO
P&G
MARS
Kellogg's
Coca-Cola
Johnson & Johnson
Unilever
WRIGLEY
DASANI
GLACÉAU
Yum!
QUAKER
L'ORÉAL
IAMS
Vittel
Gillette
DIESEL
BOSS
DURACELL
BRAUN

MERCADO

BUSINESS INSIDER

MERCADO

MERCADO

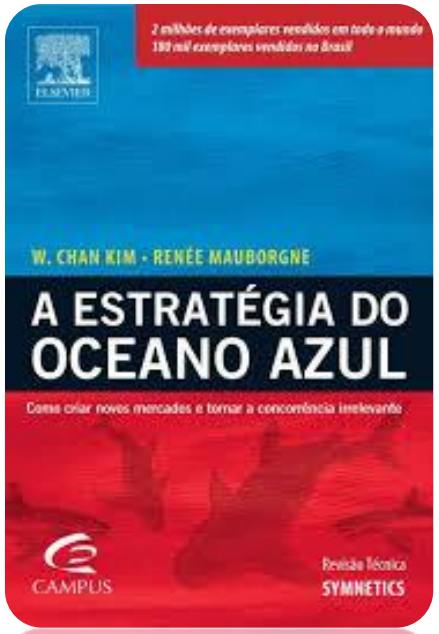
NETFLIX
NÃO MATOU A BLOCKBUSTER
As cobranças de multas por atraso o fizeram
UBER
NÃO MATOU OS TÁXIS
O acesso limitado, o mal serviço e o controle das tarifas o fizeram
NÃO MATOU A INDÚSTRIA DA MÚSICA
Obrigar as pessoas a comprarem álbuns completos o fez
amazon
NÃO MATOU OUTROS VAREJISTAS
O mal serviço e experiência do cliente o fizeram
airbnb
NÃO ESTÁ MATANDO A HOTELARIA
A disponibilidade limitada e as opções de preço estão fazendo
A tecnologia por si mesma não é o verdadeiro disruptor
NÃO ENTENDER O CLIENTE É A MAIOR AMEAÇA PARA QUALQUER NEGÓCIO
sensedata

"MAS EU NAO TENHO TEMPO..."
Existem 168 horas em uma semana
DORMINDO
56h
35h
COMENDO, BANHO, EXERCICIOS
TRABALHANDO
40h
37h
TEMPO SUFICIENTE PARA IR ATRÁS DOS SEUS SONHOS

MODELOS DE NEGÓCIO

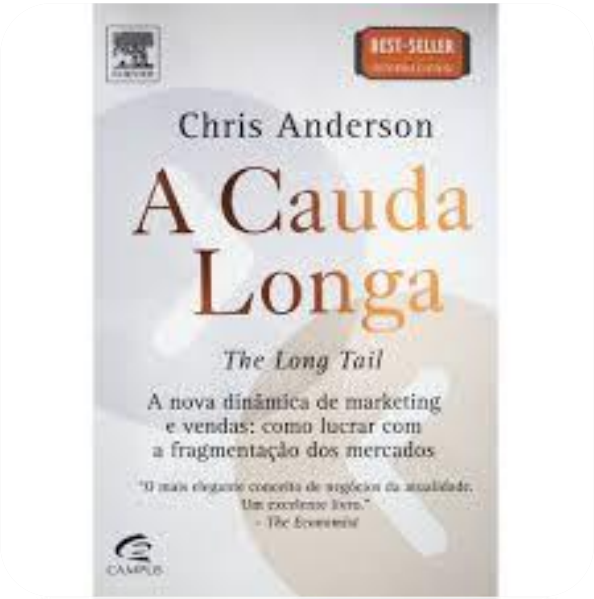
- Oceano Azul
- Cauda Longa
- Economia Colaborativa
- **Moeda Digital**

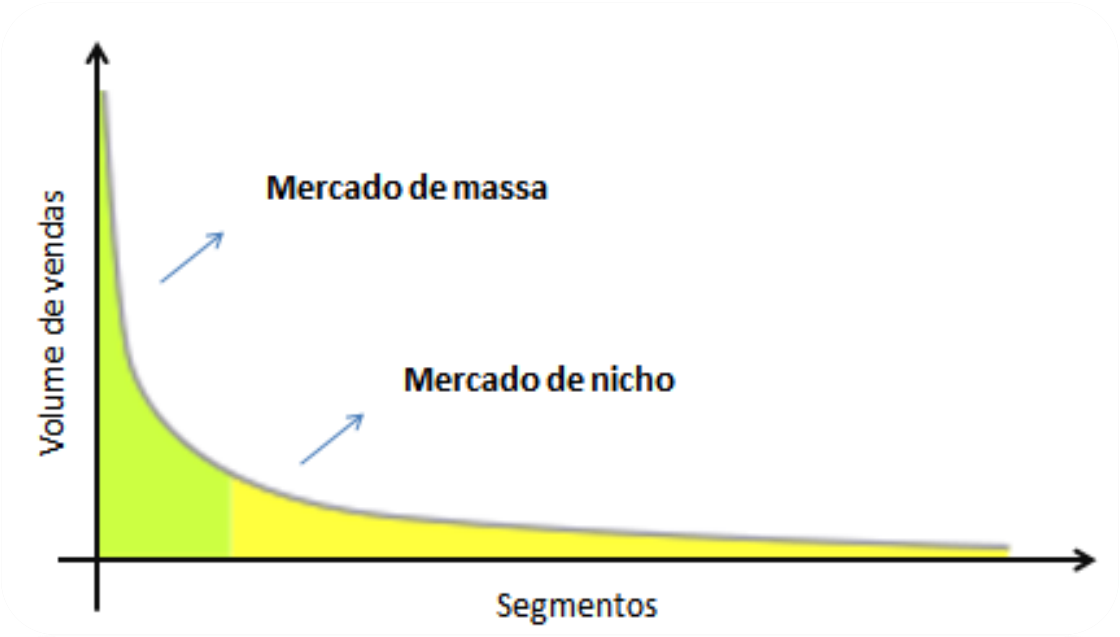
Oceano Azul


2 milhões de exemplares vendidos em todo o mundo
100 mil exemplares vendidos no Brasil
ELSEVIER
W. CHAN KIM · RENÉE MAUBORGNE
A ESTRATÉGIA DO OCEANO AZUL
Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante
CAMPUS
Revisão Técnica
SYMNETICS

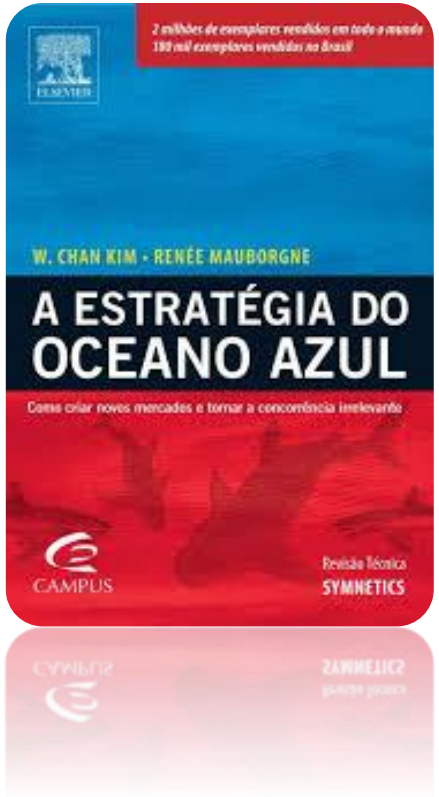
Competem em mercados existentes
Vencer a concorrência
Explora demanda existente
Faz a compensação entre valor-custo
Alinha a empresa inteira com sua escolha estratégica de baixo custo ou diferenciação
"Defender posição atual"
Perspectiva
Cria novos mercados
Torna a concorrência irrelevante
Cria a captura nova demanda
Quebra a relação entre valor-custo
Alinha a empresa inteira com sua escolha estratégica de baixo custo e diferenciação
"Inovar e perseguir novas oportunidades"
Perspectiva

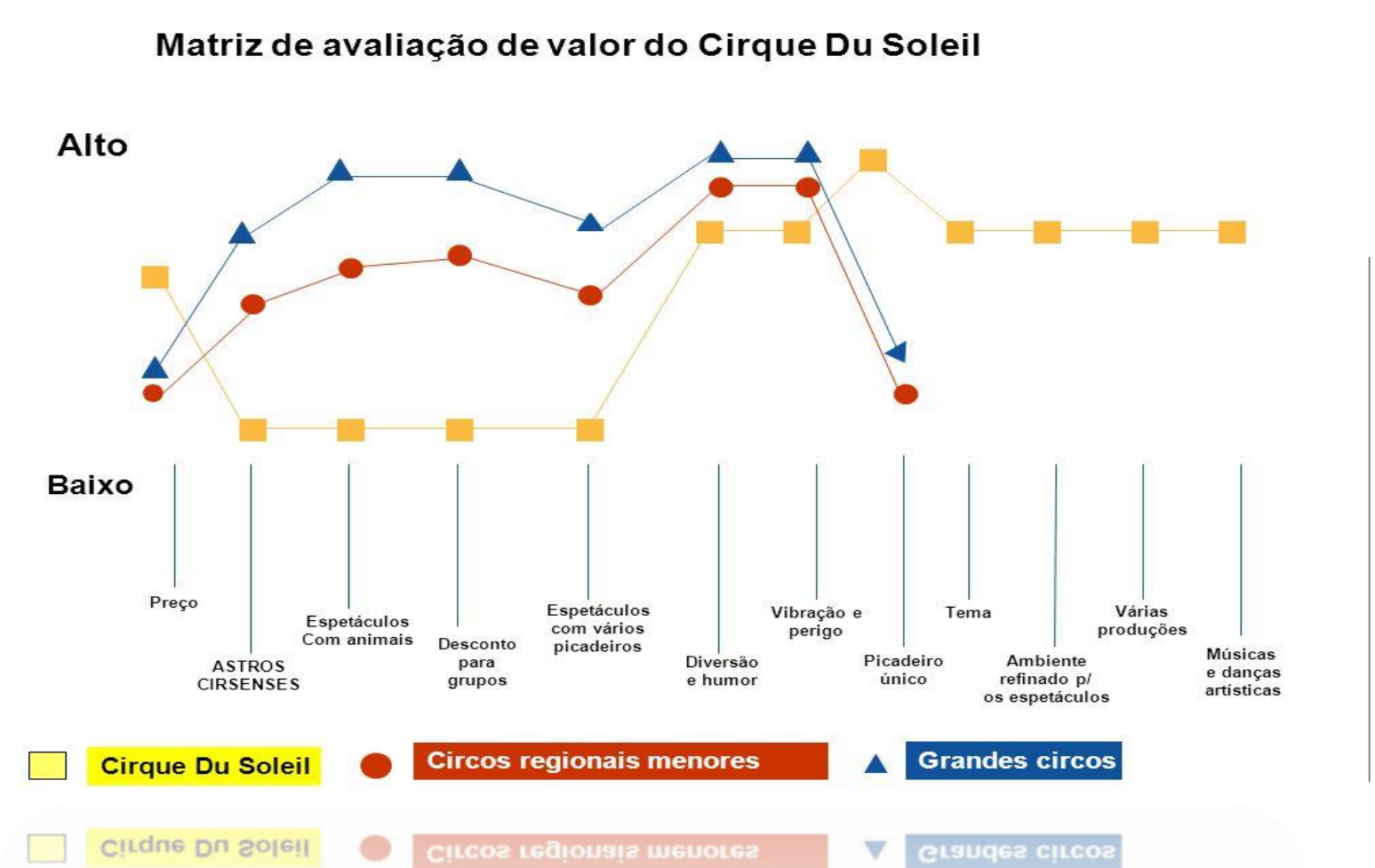
Cauda Longa


BEST-SELLER
Chris Anderson
A Cauda Longa
The Long Tail
A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados
"O mais elegante conceito de negócios da atualidade. Um excelente livro."
- The Economist
CAMPUS

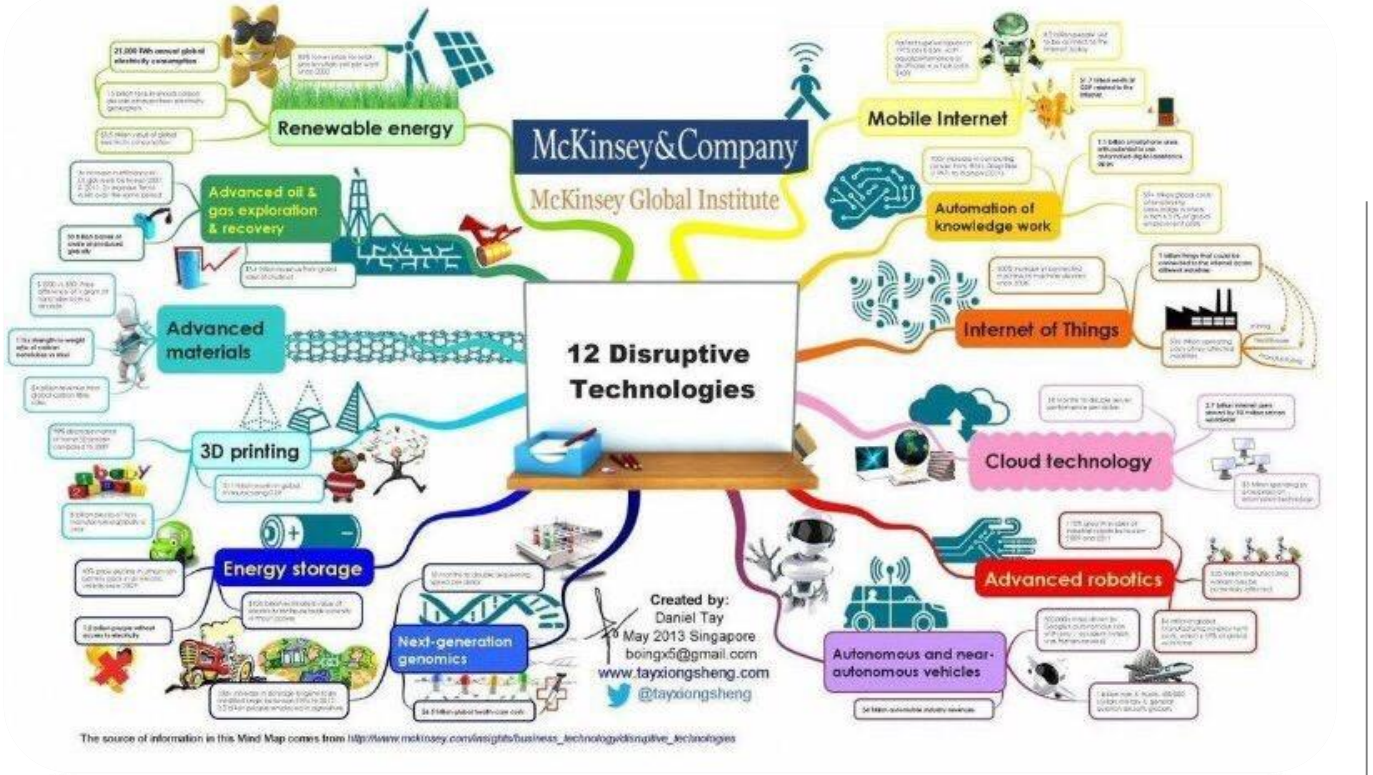

Volume de vendas
Mercado de massa
Mercado de nicho
Segmentos

Oceano Azul


W. CHAN KIM • RENÉE MAUBORGNE
A ESTRATÉGIA DO OCEANO AZUL
Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante
CAMPUS
Revisão técnica
SYMNETICS


Matriz de avaliação de valor do Cirque Du Soleil
Alto
Baixo
Preço
ASTROS CIRSENSES
Espetáculos Com animais
Desconto para grupos
Espetáculos com vários picadeiros
Diversão e humor
Vibração e perigo
Picadeiro único
Tema
Ambiente refinado p/ os espetáculos
Várias produções
Músicas e danças artísticas
Cirque Du Soleil
Circos regionais menores
Grandes circos

Economia Colaborativa



O nascimento da

Economia Colaborativa

Do que se trata essa economia?

A Economia Colaborativa engloba empresas que acreditam que oferecer o ACESSO a produtos é mais inteligente que oferecer a sua posse. Os três modelos que viabilizam o Consumo Colaborativo são:

Sistema "Produto-Serviço"

Consumidores pagam apenas para ter acesso a determinado produto, como é o caso do compartilhamento de bicletas Bike Rio.

Mercado de redistribuição

Onde pessoas compartilham, ou trocam, produtos que não usam mais. É como se fosse um grande bazar online, sendo que, em tese, não existe troca financeira, apenas de produtos, como se fosse um escambo.

Estilos de vida colaborativos

Trata-se de um sistema um onde pessoas trocam bens não necessariamente materiais. Exemplo, um médico poderia dar consultas para uma determinada comunidade e, em troca, receber hospedagem por um período de tempo

Quais os hábitos desses consumidores?

Pesquisa realizada pela empresa Latitude apresenta alguns dados sobre os novos adeptos a Economia Colaborativa

Latitude LIFE, CONNECTED

- 70% afirmam que compartilhariam seus bens se pudessem ganhar dinheiro com isso.
- 78% acreditam que suas interações on-line aumentaram a chance de compartilhar bens com estranhos no off line
- 85% acreditam que a Internet e as tecnologias móveis terão um papel crucial na formação de comunidades mais colaborativas

Quais empresas se destacam nessa Economia?

AirBNB
Plataforma de hospedagens colaborativas P2P

Hub
Empresa de compartilhamento de espaços de trabalho.

Zopa
Plataforma de empréstimos financeiros P2P

Zipcar
Empresa de compartilhamento de carros

As empresas citadas acima são pioneiras nos mercados em que atuam

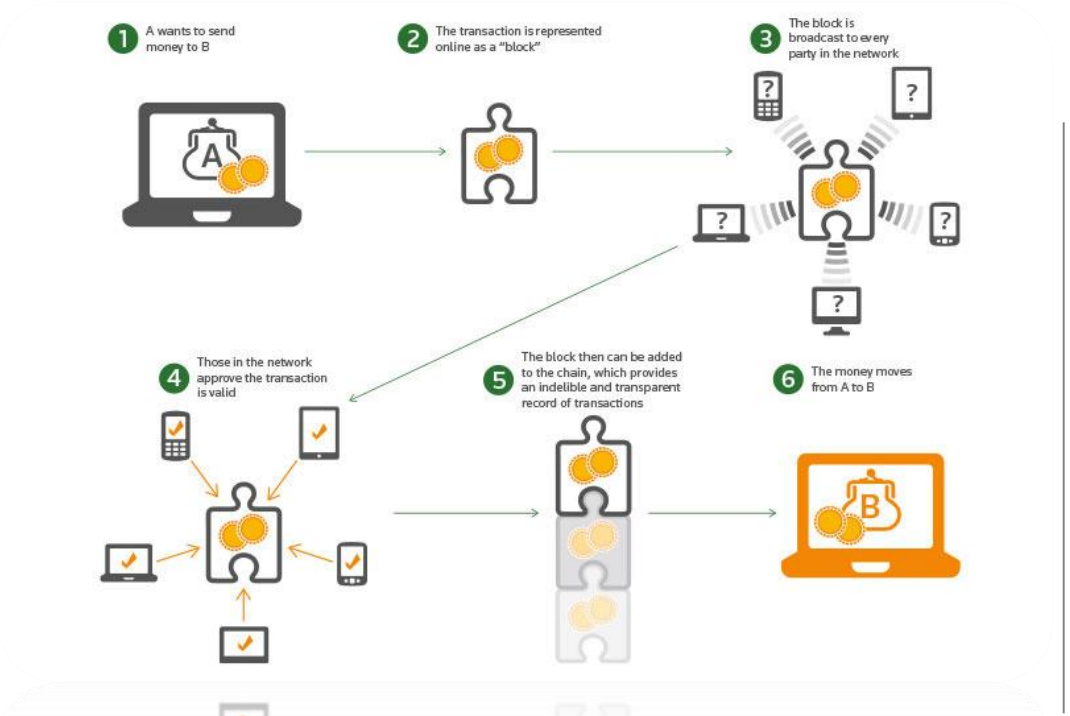
Empresas P2P:

Uma das inovações trazidas pela Economia Colaborativa são empresas que criam espaços online visando aproximar pessoas que tennham interesses parecidos. Um exemplo é o AirBNB onde o usuário pode alugar um espaço do seu apartamento para outros usuários da plataforma. O ponto interessante é que o AirBNB proibe a participação de grandes redes hoteleiras em seu site.

/Sustentabilidade Colaborativa

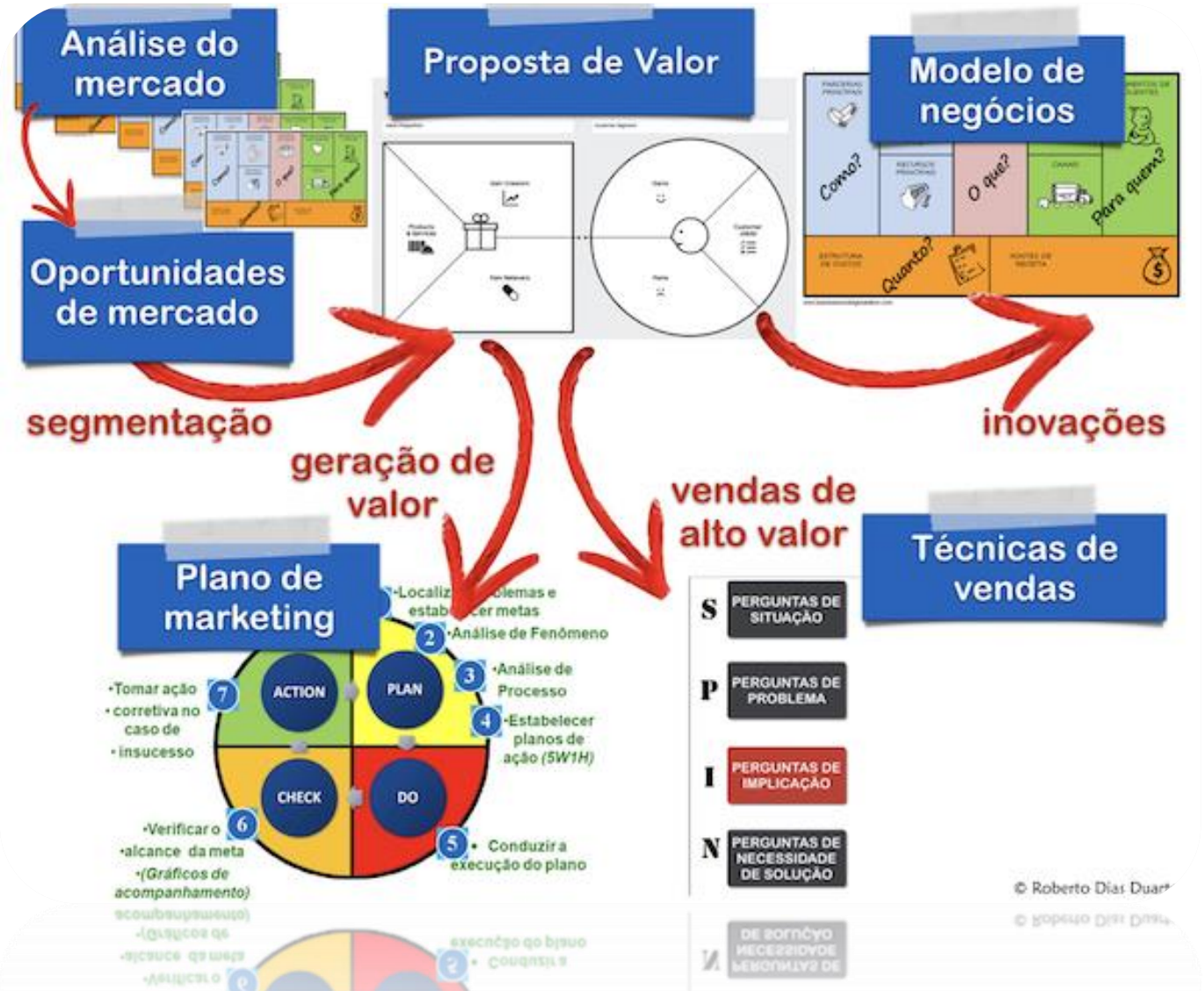
BlaBlaCar airbnb EatWith
Rentalia traity MANGOPAY Payment for Marketplaces CABIFY
alterkeys socialcar wesmartPark
trip4real SUOP etece.es respiro CAR SHARING
Bluemove carsharing comunitae.com only-apartments
CHICFY
avancar a zipcar company myfixpert gigoing SHERPANDIPITY

Moeda Digital

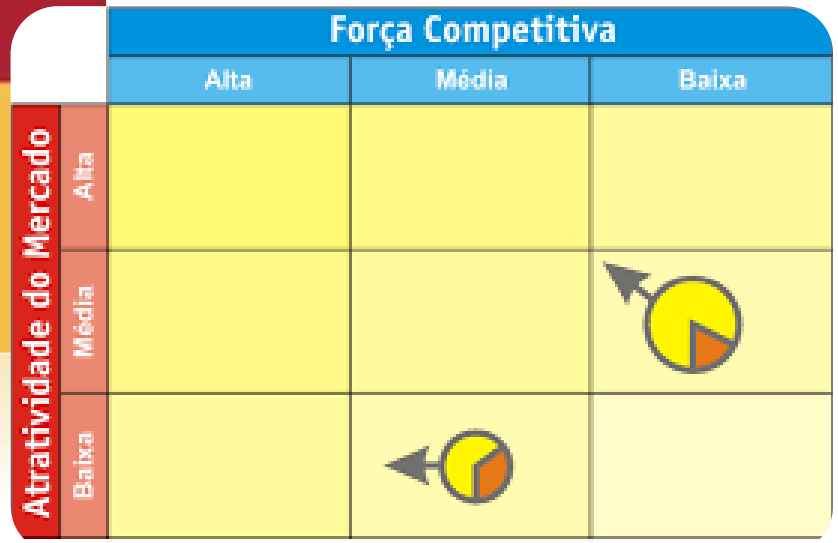


PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS



FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS

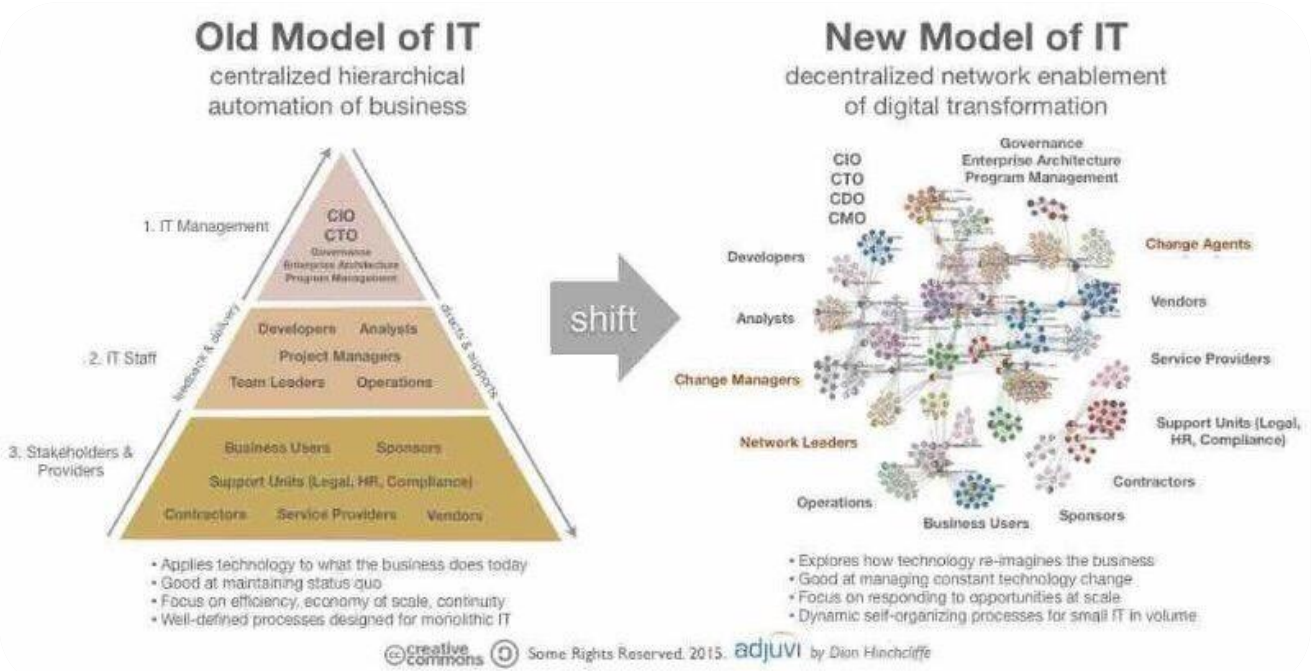
Você esta **PREPARADO?**

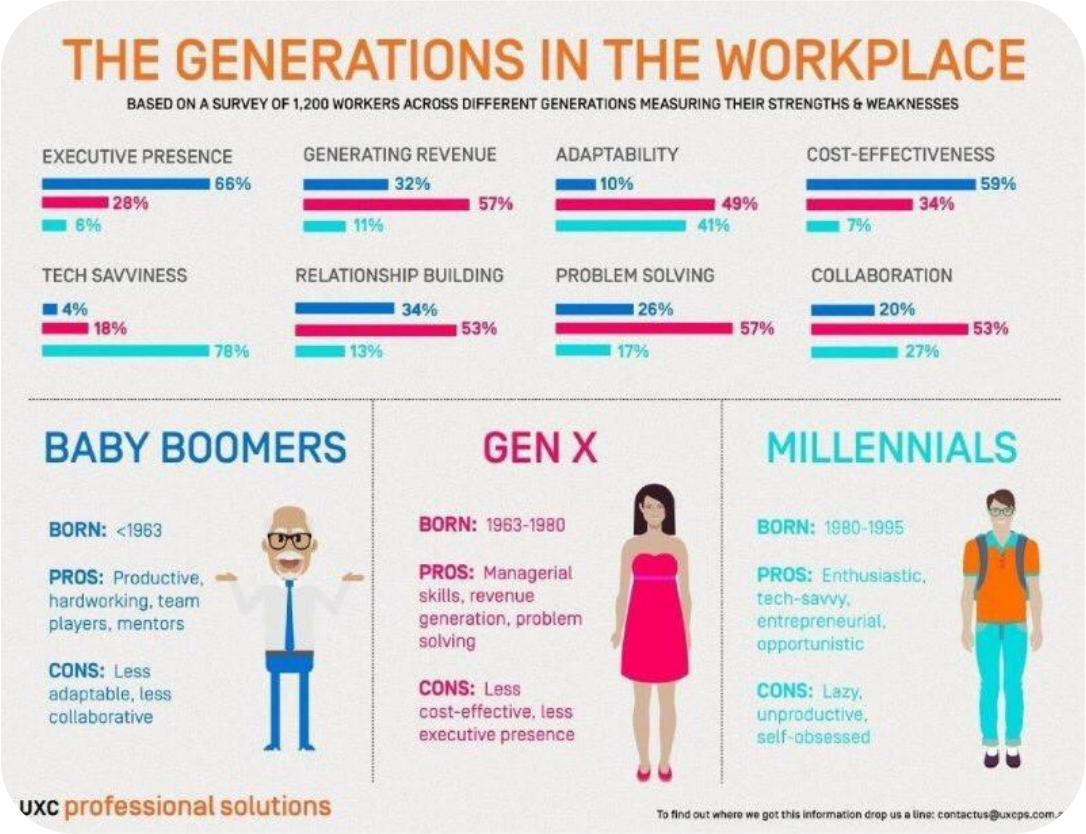
Ambiente Corporativo

Excesso de Informações

Formação Educacional

DESAFIOS

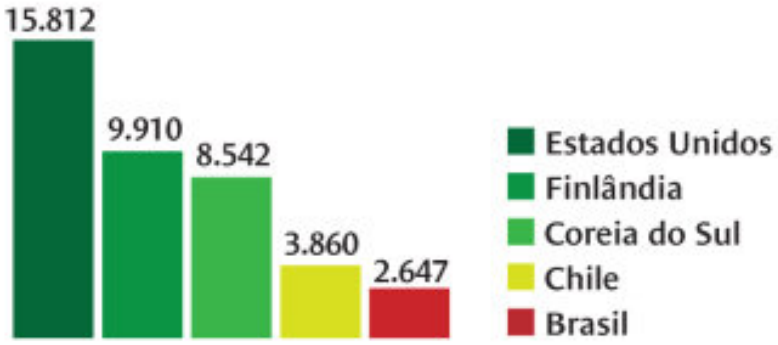

Old Model of IT
centralized hierarchical
automation of business
1. IT Management
CIO
CTO
2. IT Staff
Developers
Analysts
Project Managers
Team Leaders
Operations
3. Stakeholders & Providers
Business Users
Sponsors
Support Units (Legal, HR, Compliance)
Contractors
Service Providers
Vendors
• Applies technology to what the business does today
• Good at maintaining status quo
• Focus on efficiency, economy of scale, continuity
• Well-defined processes designed for monolithic IT
shift
New Model of IT
decentralized network enablement
of digital transformation
CIO
CTO
CDO
CMO
Governance
Enterprise Architecture
Program Management
Developers
Analysts
Change Managers
Network Leaders
Operations
Business Users
Sponsors
Contractors
Support Units (Legal, HR, Compliance)
Service Providers
Vendors
Change Agents
• Explores how technology re-imagines the business
• Good at managing constant technology change
• Focus on responding to opportunities at scale
• Dynamic self-organizing processes for small IT in volume
Some Rights Reserved. 2015. adjuvi by Dion Hinchcliffe


THE GENERATIONS IN THE WORKPLACE
BASED ON A SURVEY OF 1,200 WORKERS ACROSS DIFFERENT GENERATIONS MEASURING THEIR STRENGTHS & WEAKNESSES
EXECUTIVE PRESENCE
66%
28%
6%
GENERATING REVENUE
32%
57%
11%
ADAPTABILITY
10%
49%
41%
COST-EFFECTIVENESS
59%
34%
7%
TECH SAVVINESS
4%
18%
78%
RELATIONSHIP BUILDING
34%
53%
13%
PROBLEM SOLVING
26%
57%
17%
COLLABORATION
20%
53%
27%
BABY BOOMERS
BORN: <1963
PROS: Productive, hardworking, team players, mentors
CONS: Less adaptable, less collaborative
GEN X
BORN: 1963-1980
PROS: Managerial skills, revenue generation, problem solving
CONS: Less cost-effective, less executive presence
MILLENNIALS
BORN: 1980-1995
PROS: Enthusiastic, tech-savvy, entrepreneurial, opportunistic
CONS: Lazy, unproductive, self-obsessed
UXC professional solutions
To find out where we got this information drop us a line: contactus@uxcps.com

PREPARADO?

Investimento por aluno

Recursos gastos por ano com cada estudante da Educação Básica à Superior*



Fonte OCDE. * Em dólares PPP (poder de paridade de compra), fator de conversão que leva em conta o poder de compra da moeda em cada país e não apenas a taxa de câmbio entre as diferentes moedas.

PREPARADO?

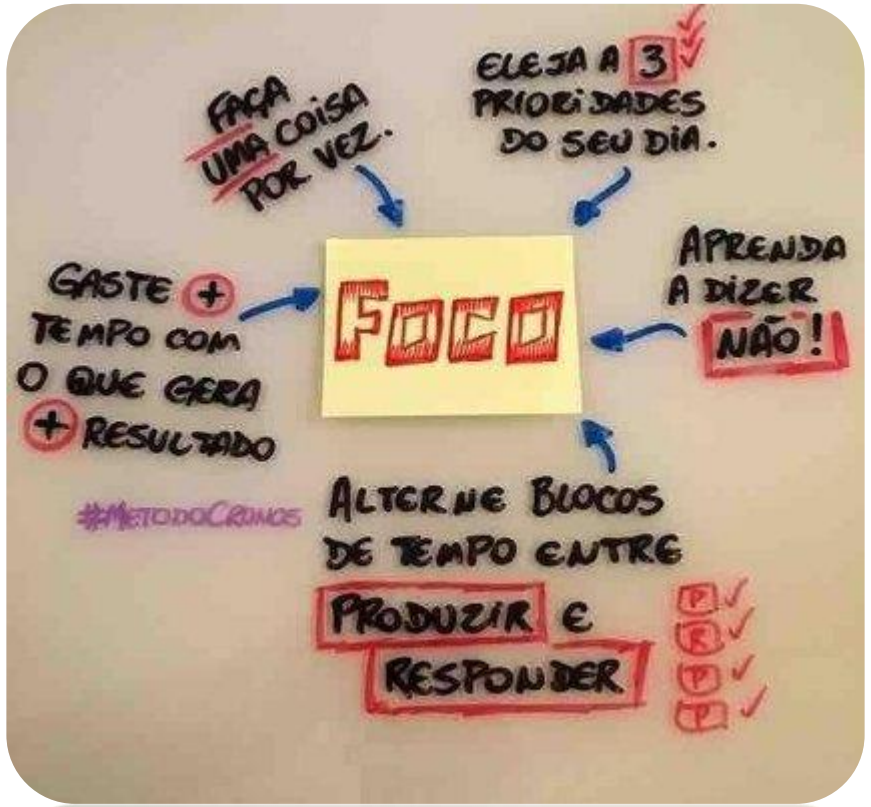
PREPARADO?

DO YOU SPEAK ENGLISH?

words
vocabulary
English
word
Review
songs
web
pictures
pages
site
learn
magazine
cards
context
Try
box
Use
learning
new
notebook
one
cut
find
Start
learnt
side
home
extend
online
flash
Keep
list
use
front
using
write

English

PREPARADO?


FAÇA UMA COISA POR VEZ.
ELEJA A 3 PRIORIDADES DO SEU DIA.
GASTE + TEMPO COM O QUE GERA + RESULTADO
FOCO
APRENDA A DIZER NÃO!
#METODOCRINGS
ALTERNE BLOCOS DE TEMPO ENTRE PRODUZIR E RESPONDER

HIERARQUIA DE NECESSIDADES DE MASLOW*
*E AS MÍDIAS SOCIAIS QUE AS COMPLETAM
REALIZAÇÃO PESSOAL
Moral
Criatividade
Espontaneidade
Resolução de problemas
Falta de preconceito
Aceitar os afos
ESTIMA
Autoestima
Confiança
Realização
Respeito próprio e para com o outro
RELACIONAMENTO
AAmizade
Família
Intimidade sexual
SEGURANÇA
Segurança sobre o corpo
Sobre emprego
Sobre recursos
Sobre família, sobre saúde e sobre propriedade
FISIOLOGIA
Respirar
Comida
Água
Sexo
Sono
Homeostase
1
2
3
4
5
Vine
Pinterest
Pheed
Snapchat
Periscope
WhatsApp
Robôs
Drones
YouTube
ISSUU
Instagram
Amazon
iOS
Android
Medium
Twitter
Line
Facebook
Google +
NETFLIX
Happn
Tinder
Mídias Sociais Coorporativas
Swarm
LinkedIn
WiFi
Tomada
5 ERA .com
gaia creative .com.br
Semantix .com.br
gilgiardelli .com.br
Créditos: Infográfico Maslow's Hierarchy of Needs da empresa SMTT, Social Media TIC's and Training, SL

CONTATO

Prof.reinaldo.nogueira@gmail.com

Reinaldo.nogueira@projetoti360.com

11 9 6905 9726