

# Renovar é preciso

## Com o foco no marketing

Por Maria Elisa Miranda

Muito se fala sobre o mercado global, a revolução digital e a necessidade contínua de inovação num mundo onde as regras do jogo estão em constante mudança. A competitividade, a velocidade e a volatilidade dos mercados não permitem trégua. Diante desta complexidade econômica e social, manter um crescimento sustentável não é uma tarefa simples, mas adaptar-se à nova realidade é vital para atender os objetivos e metas de cada negócio e cliente.

O modelo de negócios a que estávamos acostumados era centrado no produto. Hoje, quem faz efetivamente a grande diferença é o cliente, que consome de forma mais exigente, consciente, e está informado do lançamento ao pós-venda de um produto ou serviço.

Estar apto a responder às exigências deste novo mercado, de forma criativa e diferenciada, requer um pensamento estratégico renovado, novos processos, mudança da cultura corporativa e muita, mas muita agilidade e atitude.

Neste contexto, o marketing e seus profissionais têm um papel importante na condução destas mudanças contribuindo na disputa de mercado com a concorrência, com diferencial e vantagem competitiva. O conjunto de ações e ferramentas que norteiam o composto - produtos e serviços, canal de vendas, comunicação, preço e pessoas - só atingirão resultados efetivos se forem tratados de forma renovada, integrada e em sinergia.

Não basta achar que entende e satisfaz as necessidades do seu cliente. É preciso, de fato, ter uma conexão e conhecê-lo, possibilitando o acesso à informação de melhor qualidade, a uma comunicação planejada e integrada e ao benefício de que será mais fácil fazer negócio com a sua empresa. As formas

como as empresas e os profissionais vão se relacionar com seus clientes, diretos ou indiretos, será decisiva para a continuidade do processo de consumo.

O mundo mudou e os consumidores já não são mais os mesmos. Não é possível continuar a fazer mais do mesmo

e esperar resultados diferentes. Consumidores têm hábitos e necessidades distintas. Para chegar até eles e conquistar sua “lealdade” será necessário: entregar mais valor sob o ponto de vista dos clientes, diferenciando-se da concorrência; transmitir uma mensagem única em todos os momentos; cuidar e criar um relacionamento forte e confiável; aproximar, conhecer e descobrir novas formas de servi-los; criar uma relação de conveniência; individualizar ao máximo o tratamento; satisfazer suas necessidades e...

Surpreender!

Todos os envolvidos na cadeia de consumo do mercado de iluminação – indústria fornecedora; distribuição e revenda; profissionais prestadores de serviços (especificadores, instaladores, representantes, etc.); entidades; instituições de ensino; mídias e outros - precisam estar comprometidos e focados no desempenho e obtenção de resultados com qualidade e cientes da importância de seus papéis e contribuições no crescimento deste mercado e na satisfação do cliente final.

Fazendo uso de uma frase extraída do inesquecível personagem de ficção mestre Yoda do filme Star Wars: “Tentar! Isso não existe. Só existe fazer ou não fazer!” Resta a cada um a opção de fazer a sua parte e de forma renovada. ◀



Foto: arquivo pessoal

Maria Elisa Miranda é arquiteta com MBA em Marketing. Atua como consultora de marketing na ME&M Marketing Empresarial. E-mail: memiranda@uol.com.br