

Utilizando dados para a criação de estratégias de marketing

Tiago Burmester Baptista¹

¹ Product Owner, Bosch, Portugal

Num mundo altamente competitivo, em que encontrar e desenvolver diferenciação de produtos é fundamental para o sucesso de uma estratégia de marketing, a colheita, estudo e utilização de dados de mercado torna-se a chave.

Nesta apresentação irei expor este tema e clarificar as ferramentas utilizadas bem como a metodologia aplicada na criação de uma estratégia diferenciada de marketing.

Estudos de mercado permitem, numa primeira fase identificar necessidades latentes de consumidores, e numa segunda fase a realização de inquéritos para clarificação de tendências e validação de hipóteses. Com estes dados podemos partir para uma análise concorrencial de mercado e compreender os diferentes posicionamentos existentes, para encontrar um espaço único e diferenciado. Um espaço que cria valor junto do consumidor, e que por isso mesmo, cria valor para a empresa.

Espera-se que se possa sublinhar e comprovar a necessidade de recorrer a estudos para criação e validação de hipóteses. Estas hipóteses são criadas e validadas recorrendo a dados a análises qualitativas do mercado alvo.

Tópicos: Análise de mercado, Diferenciação, Criação de Valor



Tiago Burmester Baptista é Product Owner na Bosch Termotecnologia. Tem uma vasta experiência na área do marketing e gestão de produto nas áreas da água quente sanitária, aquecimento, e bens de consumo. Concebeu e lançou de produtos líderes de mercado, diferenciados por responderem às necessidades dos clientes em vários mercados da América Latina ao Leste Europeu.