

Material de Aula

Os 10 pecados mortais do Marketing

Philip Kotler



Generosamente criado pela
Sociedade do Marketing



Os 10 pecados mortais do Marketing

Philip Kotler



Introdução - O cenário atual de Marketing

- A teoria de Marketing é robusta, mas a prática deixa muito a desejar.
- O trabalho do profissional de marketing é pesquisar e aplicar as técnicas de segmentação, targeting e posicionamento. Depois, ele deve detalhar os 4Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção). Por fim, deve implementar o plano e monitorar os resultados.

Comentário: o próprio Philip Kotler, no livro Marketing 4.0, propôs que, na era da conectividade, os 4 Ps evoluíram para se tornar os 4 Cs: Cocriação (co-creation); Moeda (currency); Ativação comunitária (communal, activation); e Conversa (conversation). Veja o material e as aulas do livro Marketing 4.0 para entender melhor.

- São poucas as empresas que entendem o papel completo do departamento de Marketing, o que faz com que muitas delas restrinjam a equipe a um único P: promoção. Dessa forma, a tarefa principal do marketing acaba sendo resolver a bagunça com promoções hard sell e propaganda.

Comentário: livro importante, segundo Philip Kotler: Sem Logo, Naomi Klein.

- O livro está organizado de forma a mostrar os 10 pecados mortais de marketing e seus respectivos sinais e soluções.
- O trabalho de marketing não deveria se concentrar em promoção, mas sim em criar produtos que não precisem ser promovidos.
- O marketing precisa recuperar seu verdadeiro papel: direcionar a estratégia da empresa.

Os 10 pecados mortais de marketing

Torne-se sócio para ter acesso ao material completo

Quero ser sócio



Generosamente criado pela
A Sociedade do Marketing