

Seu mercado está saturado?

Geralmente os dois primeiros concorrentes, em qualquer mercado, abocanham 75% do bolo, deixando pouco espaço para novas marcas.

Uma vez que você não será líder do mercado o que poderia ser feito?

Primeiro renuncie ao ataque do mercado no todo; depois ache um nicho de mercado e direcione seu produto para ele. Mostrando-se como a opção mais eficiente para esse grupo de clientes, você poderá se tornar o líder desse nicho. Escolha uma característica e ressalte quando fizer a comunicação do produto, isso dá personalidade à marca, além de torná-la ainda mais diferente das outras e mais notável.

Um caso que exemplifica isso é o da categoria de cereais matinais, altamente fragmentada e saturada com variedades. Uma empresa não estava encontrando oportunidades dentro do mercado. Então, a solução foi redefinir a utilidade dos cereais. Em vez de comercializá-los como complemento para o café da manhã, uma nova ideia surgiu: oferecê-lo como um lanchinho saudável para qualquer hora do dia.

Mas, como que os consumidores poderiam carregá-lo? Como iriam comer o cereal? Surgiu então, a ideia de se adotar o formato de um outro produto com o qual os consumidores já estavam acostumados: barras de chocolate. Ao juntar os conceitos de cereais e barras de chocolate, nasceu uma nova categoria de produto. Com um pouco de caramelo para servir de liga aos flocos de cereal, foi possível a produção das conhecidas barras de cereais.

Este foi um produto revolucionário. No momento de seu lançamento foi uma verdadeira novidade e criou uma nova forma de consumo.

Prof. Menegatti é palestrante em Vendas, Motivação e Liderança. Autor dos livros "Desperte Seu Potencial Emocional" e "Talento é fazer coisas comuns de forma extraordinária". Dos DVD's "Campeão de Vendas", "O Líder Influenciador" e "Desafios da Mudança". - www.menegatti.srv.br - menegatti@menegatti.srv.br