



ibero marketing soluções, Ida.

MANUAL

Análise da Empresa

Análise da Empresa

De uma forma genérica consiste em aplicar e incrementar de maneira mais profunda a metodologia utilizada para a análise da concorrência. Neste sentido, a empresa deve efectuar uma análise exaustiva relativamente aos seguintes itens: volume de vendas e a sua evolução no tempo; quota de mercado e respectiva evolução cronológica; posicionamento escolhido; políticas de marketing-mix; notoriedade e imagem da marca; análise dos custos versus rentabilidade de cada produto; e recursos humanos disponíveis.

Análise SWOT

Seguidamente é muito importante para a empresa compilar toda a informação a fim de facilitar a compreensão, bem como a sua aplicação. Para esse efeito, temos a análise SWOT (*Strengths; Weaknesses, Opportunities; Threats*) isto é: pontos fortes, pontos fracos (relativos à empresa), oportunidades e ameaças (relativos ao meio envolvente da empresa). O objectivo fundamental deste estudo é relacionar os pontos fortes e fracos internos da empresa, com as oportunidades e ameaças externas do mercado e da concorrência.

Determinação dos Objectivos de Marketing

A determinação dos objectivos é fundamental, uma vez que dá início do processo de definição da estratégia, ou seja, determinando a direcção a tomar. É necessário que os objectivos sejam definidos de forma exacta, e para tal, deve ter-se em linha de conta:

- **Objectivos** – evitar ambiguidades na sua definição devendo, para tal, quantificá-los, assegurando-se de que os colaboradores irão dar o seu contributo para os alcançar.
- **Possibilitar Comparativamente o Desempenho Real e Controlo Futuro:** É fundamental que a empresa estabeleça formas de controlo, bem como pontos

de comparação da performance, a fim de proceder à avaliação do seu desempenho.

- **Expressos em valor ou em Quotas de Mercado** – todos os objectivos devem poder ser quantificáveis, podendo-se, por exemplo, estabelecer objectivos quanto ao volume de vendas a alcançar; quanto ao índice de satisfação dos clientes; e quanto à quota de mercado, entre outros.
- **Possuam Ambição** - é importante que os objectivos sejam ambiciosos, desde que sejam realistas. Definir objectivos que sabe que não se conseguirá cumprir, levará à insatisfação dos seus colaboradores. Neste sentido, deve criar-se metas que sejam exigentes levando a envolver todos os colaboradores num esforço suplementar.