



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

Bayer

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR

Bayer

MÓDULO GESTÃO DE MARKETING

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

Julia Micheli Gallo, RA 1012018200328
Kate Nara Landiva Gonçalves da Cruz,
RA 18001623

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	6
3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO	6
3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE	6
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	8
3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	8
3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES	8
4. CONCLUSÃO	9
REFERÊNCIAS	10
ANEXOS	11

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como finalidade integrar o conhecimento dos alunos, demonstrando as competências adquiridas a partir do aprendizado dos módulos ofertados. Neste, vamos mostrar uma breve análise sobre o posicionamento e fidelização da marca e as expectativas do consumidor.

O principal obstáculo numa empresa é tornar sua marca constante no mercado e manter um relacionamento com seus consumidores. Atualmente as empresas não podem apenas vender seus produtos apenas pensando no lucro. O consumidor vêm se tornando cada vez mais exigente quando se diz respeito a qualidade, garantias e bons preços além de um amplo catálogo de escolhas, logo, as empresas devem priorizar ações para um bom relacionamento entre a marca e o consumidor, a fim de fidelizar uma carteira de clientes e não se perder na concorrência.

Neste projeto iremos abordar sobre a Bayer, empresa alemã, que oferece serviços nas áreas agrícola e farmacêutica. Empresa que fundada em uma pequena cidade da Alemanha, com o objetivo de fabricar e vender corantes sintéticos. Com o passar do tempo a empresa cresceu, e se tornou o que é hoje, uma multinacional.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Bayer é uma empresa multinacional Alemã, fundada em 1 de agosto de 1863 em Barmen, por Friedrich Bayer e Johann Weskott. A firma atua globalmente nos setores da saúde (Bayer HealthCare) e do agronegócio (Bayer CropScience).

A Bayer S.A., cujo CNPJ é 18.459.628/0001-15, localizada em São Paulo - SP, na rua Domingos Jorge, 1100, bairro Socorro, é uma empresa de capital aberto que atua na área da saúde e agricultura. Ela possui três divisões: Pharmaceuticals e Consumer Health que produzem medicamentos de comercialização com ou sem prescrição médica e Crop Science foca em tecnologia de inovação na agricultura.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

A Bayer é uma empresa inovadora com uma história de mais de 150 anos e competência centrais nas áreas de saúde e agricultura. Desenvolvem novas moléculas para a utilização em produtos inovadores e soluções para melhorar a saúde das pessoas, animais e plantas, o objetivo da empresa é atingir as posições de lideranças no mercado, gerando valores para os clientes, colaboradores e público interessados. Com ponto de vista sobre essa finalidade a estratégia criada foi projetada para ajudar a resolver alguns dos desafios mais urgentes enfrentados pela humanidade.

A Bayer não fará parte - e nem mesmo deve aparentar fazer parte - de uma conspiração ou de um cartel. Eles não troca ou discute informações sensíveis de negócios com seus competidores. Isso inclui estipulação de preços, volumes de vendas ou capacidades de produção, custos e margens, informações de clientes, estratégias de venda e de marketing, esforços de pesquisa e desenvolvimento e dados similares. A Bayer não celebra qualquer entendimento, plano, ação conjunta ou acordo com competidores com a intenção de limitar ou restringir a concorrência.

Nem sempre a ênfase do preço baixo é uma boa jogada para empresa, o preço baixo é uma estratégia de marketing que é complexa, desafiadora e não aceita erros, só vale a pena usar esse planejamento se estiver bem alinhado ao posicionamento de sua empresa, antes de ser aplicada é uma estratégia que tem que ser bem analisada para saber se realmente terá benefícios.

3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO

Os clientes alvos são agricultores e especialista da área da saúde, a Bayer se esforça para criar um ambiente melhor para que seus clientes e colaboradores

trabalhem, inovem e se desenvolvam. Eles seguem certos princípios básicos de comportamento, para que ninguém seja tratado injustamente ou seja discriminado, ameaçado ou submetido a comportamentos desrespeitosos ou antiprofissionais, ou mesmo, que sofra retaliações por compartilhar, de boa-fé, suas preocupações.

A Bayer busca desenvolver, produzir e vender produtos de uma forma segura e sustentável, que atenda às necessidades de nossos colaboradores, clientes e da sociedade, e que proteja o meio ambiente.

3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

Um cliente fiel age como propagador da sua marca. Ao indicar seu negócio para seus conhecidos, um consumidor fidelizado funciona como instrumento de marketing eficaz, já que a indicação de alguém próximo tem um enorme valor.

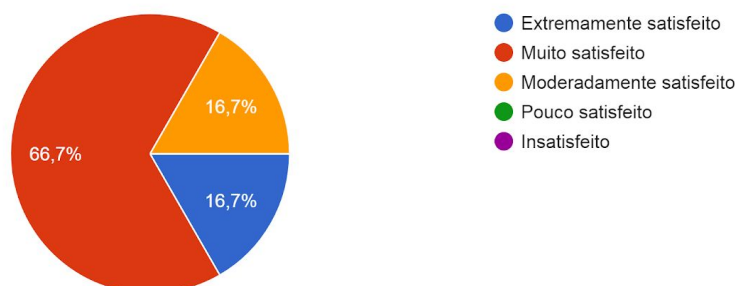
Além disso, consumidores fiéis são ótimos termômetros para o sucesso das ações da sua empresa. Como consomem com frequência, esses clientes podem ser o parâmetro ideal para saber se as ações tomadas pela sua empresa estão realmente funcionando.

A Bayer consolida seu pioneirismo como empresa focada em atender de forma inovadora às necessidades dos clientes. Uma das propostas de fidelização dos clientes que a Bayer apresentou, foi que ao comprar produtos Bayer os clientes poderiam acumular pontos na plataforma Orbia e acessar experiências no impulso Bayer de acordo com a sua classificação, que varia de uma a cinco estrelas. As estrelas proporcionam acesso a experiências exclusivas, como assessoria 100% online, participação em eventos e até mesmo viagens exclusivas para destinos internacionais. Todas as experiências do Impulso Bayer têm como objetivo promover o diálogo, a imersão sobre as novas tecnologias disponíveis e discutir temas importantes para o agronegócio, como sustentabilidade, inovação e transformação digital.

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Toda empresa tem como objetivo satisfazer as vontades e necessidades dos seus clientes, buscando assim, aumento nas vendas e maior lucratividade. Os consumidores mudaram a forma como se relacionam com as marcas que consomem. Hoje, eles vivem num contexto cultural que preza a inovação, processam informações de maneiras novas e diversas e desejam interagir com as marcas e empresas de forma mais pessoal. Em uma pesquisa realizada pelo grupo, 66,7% das pessoas entrevistadas estão muito satisfeitas com os serviços prestados pela empresa, 16,7 % extremamente satisfeitos, e 16,7% moderadamente satisfeitos, como é apresentado no gráfico abaixo.

De forma geral, quão satisfeito ou insatisfeito você está com o serviço prestado pela Bayer?
24 respostas



3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

Segundo a pesquisa que realizamos com os consumidores da empresa Bayer suas expectativas são muito satisfeitas tanto de profissionalismo quanto de serviço prestado para seus consumidores.

A parte Pharmaceuticals e Consumer Health que é a parte da saúde tem como propósito de ajudar cada consumidor a levar uma vida melhor e mais saudável, por meio das inovações baseadas na ciência, que ampliam o bem-estar, tratam os incômodos de cada dia e previnem as doenças, que seguiremos a direção de nossas atividades diárias,

trabalhando para liderar uma transformação global do tratamento das doenças até a promoção do bem-estar.

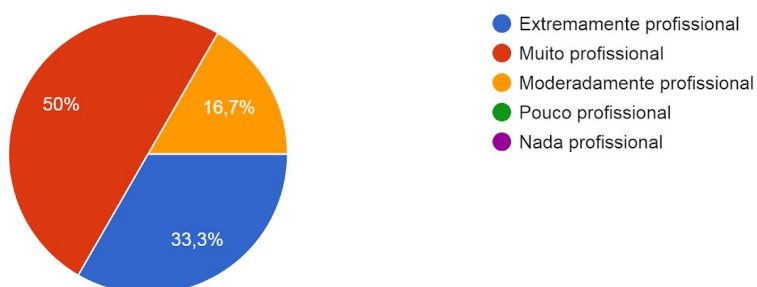
Já na parte Crop Science que é a parte de agronomia eles tem o comprometimento de ter um mundo melhor onde a biodiversidade prospera, em harmonia, com a humanidade, fome e mudança climática são termos presentes apenas nos livros de história, as fazendas são mais sustentáveis, com cultivos mais adaptáveis e resistentes a agricultura aumenta a prosperidade econômica para todas as famílias e suas comunidades

Trabalhando juntos, eles podem tornar a agricultura parte da solução, tem a oportunidade e a responsabilidade de compreender este momento e ajudar a levar a humanidade adiante, transformando incansavelmente o que é possível.

3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES

Nossa equipe realizou uma pesquisa com os consumidores da Bayer e com perguntas básicas conseguimos a seguinte amostragem.

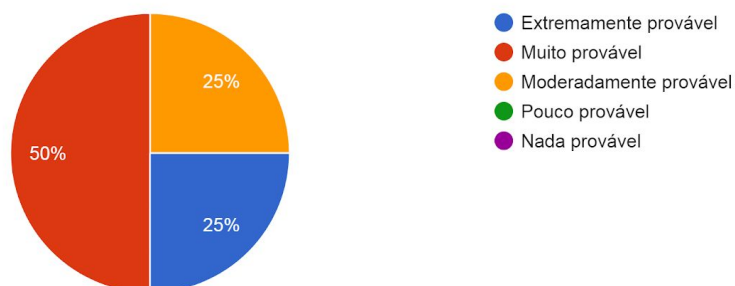
Quão profissional é a Bayer?
24 respostas



Em relação ao profissionalismo da empresa, ela se mostra na média superior.

Até que ponto recomendaria a Bayer?

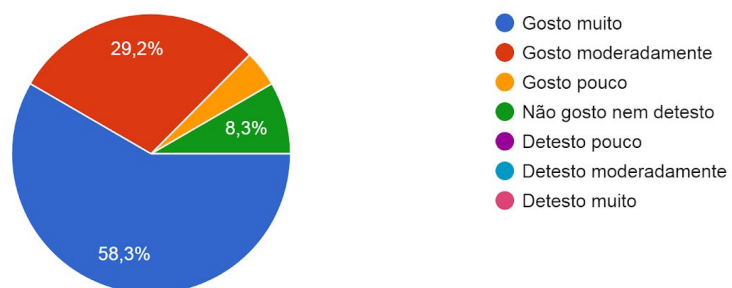
24 respostas



Na questão recomendação, estando na média superior os entrevistados recomendariam a empresa.

Gosta da Bayer, não gosta nem detesta, ou detesta?

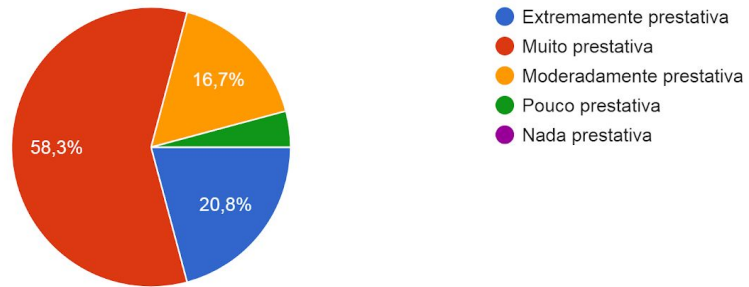
24 respostas



Na média superior, as pessoas não possuem motivos para não gostar da empresa.

Quão prestativa é a Bayer?

24 respostas



Grande parte das pessoas veem a Bayer como uma empresa prestativa em relação aos clientes.

4. CONCLUSÃO

Tendo em vista os aspectos mencionados, a Bayer é uma empresa que está sempre em busca de inovar, para satisfazer os seus clientes. Apresenta grande aceitação no mercado em vários pontos abordados, estando sempre na média superior de satisfação dos consumidores.

A marca tem grande posicionamento no mercado mundial, com ampla visibilidade, atuando em mais de um setor, abrindo assim o seu leque de clientes, todos satisfeitos na maior parte com os serviços prestados pela empresa.

Sendo assim, podemos concluir que a empresa que foi nosso material de estudo, possui várias e sofisticadas estratégias de marketing para atrair novos clientes e satisfazer cada vez mais seu público.

REFERÊNCIAS

- BAYER. A Bayer - Brasil - Bayer, 2019. Disponível em:
<<https://www.bayer.com.br/a-bayer/>>. Acesso em: 12/04/2020.
- PRODUTOS. Introdução - Brasil - Bayer, 2018. Disponível em:
<<https://www.bayer.com.br/produtos/>>. Acesso em: 12/04/2020.
- SINTEGRA. Consulta Pública ao Cadastro ICMS,2020. Disponível em:
<<http://www.sintegra.gov.br/>>. Acesso em: 12/04/2020.
- BAYER. A Bayer - Brasil - Bayer, 2020. Disponível em:
<<https://www.bayer.com.br/a-bayer/bayer-no-mundo/perfil-e-organizacao/>>. Acesso em: 15/04/2020.
- DOCUMENTO. Manual - Brasil - Bayer, 2016. Disponível em:
<<https://www.bayer.com.br/static/documents/pdf/manual-compliance-port-intranet-final.pdf>>. Acesso em: 16/04/2020.