

Olá!

Segue atividade que deverá ser desenvolvida pela classe (grupos de trabalho). Esclareceremos dúvidas em sala. Repasse aos seus colegas.

Grato,

João Bosco

GESTÃO DE PRODUTOS E MARCAS

Prof.Ms. João Bosco dos Santos

Trabalho a Ser Desenvolvido pela Classe (grupos de trabalho).

1. Considerar o lançamento de um novo produto no mercado.
2. Utilizar o processo abaixo para selecionar o nome de marca efetivo do novo produto.
 - **CRITÉRIOS DE NOMES DE MARCAS.** Os principais critérios mediante os quais os nomes de marca foram avaliados compreendem a compatibilidade com as percepções do cliente, a imagem desejada para o produto e o composto de marketing. Os planejadores devem querer um nome que sugira uma imagem de alta tecnologia que venha a se adequar às promoções do produto. Além disso, o nome de marca deve ser típico; sugerir características e benefícios do produto; ser relativamente fácil de identificar, recordar e pronunciar; e ser aplicável aos demais produtos adicionados à linha.
 - **LISTAR POSSÍVEIS NOMES DE MARCA.** Há uma variedade de nomes originais que podem ser observados como exemplos, incluindo iniciais (IBM, CBS, HP), nomes inventados (Kleenex, Kodak), números (Século 21, Contém, 1g), figuras mitológicas (Caramuru, Tarumã, Santa Clara), nomes pessoais (Ford, Mercês-Benz), nomes geográficos

(Lindoya, Mococa), nomes estrangeiros (Nestlé, Bayer) e combinações de palavras (Pão de Açúcar, Kero-Coco, Unibanco, Sófruta).

- **SELECIONAR E ESCOLHER O NOME DE MARCA MAIS APROPRIADO PARA UM FUTURO TESTE.**
- **FAZER LEVANTAMENTOS INFORMAIS E ENTREVISTAS COM OS POSSÍVEIS COMPRADORES DO NOVO PRODUTO.**

3. Apresentar o novo produto com o nome de marca escolhido, com a devida justificativa para a escolha.