

---

# O Produto

---

Universidade de Brasília

Faculdade de Ciência da Informação

Disciplina: Projeto de Implantação de Sistemas Arquivísticos

Profa. Lillian Alvares

# Produto

- É algo que pode ser oferecido para satisfazer um desejo ou necessidade.
  - **É muito mais do que** um bem tangível ou intangível.
  - É o atendimento de **necessidades reais ou simbólicas**.
  - Além de sua funcionalidade, inclui o que está contido em sua concepção, embalagem, distribuição, preço qualidade e garantia.

# Tipos de Produtos

- **Bens duráveis:** bens que sobrevivem à ocasiões de múltiplo uso.
  - **Bens não-duráveis:** bens que serão consumidos em uma única oportunidade.
  - **Bens perecíveis:** bens que se deteriorarão rapidamente mesmo sem uso.
  - **Partes e materiais:** bens que são agregados a um produto final.
  - **Bens de capital:** bens que facilitam a produção.
-

# Aspectos Intangíveis do Produto

- **Qualidade**
  - Reputação
  - **Capricho**
  - Posicionamento
  - Marca
  - **Pós-Venda**
  - Manutenção
  - Garantias
  - Devoluções
  - **Status**
-

# Gestão de Produto

- ❑ Quais produtos **produzir**?
  - ❑ Quais novos produtos **acrescentar** ?
  - ❑ Quais produtos **abandonar** ?
  - ❑ Em que **estágio** do ciclo de vida o produto se encontra ?
  - ❑ Como **equilibrar um portfólio** de produtos ?
-

# Projetos e Produtos

- Uma série de **projetos distintos...**
  - ... pode ser relacionada ao desenvolvimento de um novo produto.
    - Cada projeto pode ser desenvolvido distintamente e contribuir para **a entrega de um produto final.**
    - A supervisão de todos os projetos por uma autoridade superior pode aumentar significativamente a chance de sucesso daquele produto

---

# Características Importantes

---

# Apresentação

- A apresentação **pode ser o diferencial** numa escolha entre produtos concorrentes.
  - A apresentação não deve apenas ser esteticamente agradável, mas deve também ser **coerente com seu público-alvo.**

# Marca

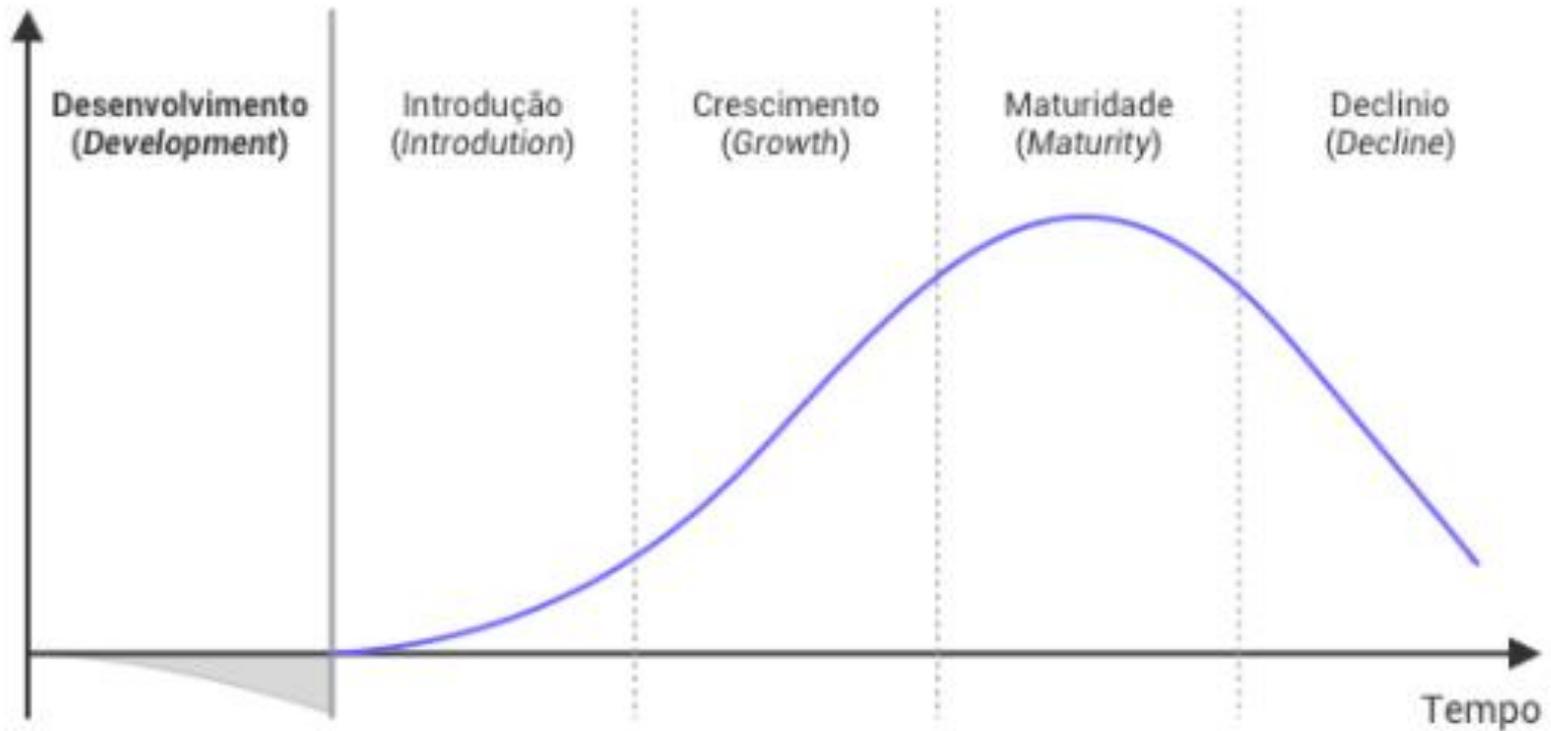
- A construção de uma **marca forte** para seu produto é consequência de um **relacionamento satisfatório** com seu mercado-alvo.
  - Quando esta identificação positiva se torna forte o bastante, sua **marca passa a valer mais do que o próprio** produto oferecido.
    - *Branding é como é chamado o conjunto de práticas e técnicas que visam a construção e o fortalecimento de uma marca.*
-

---

# Ciclo de Vida

---

# Ciclo de Vida do Produto



Fonte: <https://vidaproduto.com.br/ciclo-de-vida-do-produto/>

# Ciclo de Vida do Produto

- Por vezes **não é fácil identificar** com precisão quando cada estágio começa e termina, por este motivo a prática é caracterizar os estágios, quando as **taxas de crescimento** ou **declínio** se tornam bastante pronunciadas.

# Ciclo de Vida do Produto

- Um conhecimento profundo de cada um destes estágios é essencial para a gestão do projeto, pois **cada estágio requer**:
    - Estratégias diferentes de:
      - Investimento
      - Produção
      - Logística
      - Promoção
-

---

Crescimento

---

---

# Características

- Características
    - **Rápida aceitação**
    - **Interesse em expansão**
-

# Estratégias

- ❑ **Melhorar continuamente a qualidade**
  - ❑ Adicionar **novas características**
  - ❑ Oferecer **novos modelos**
  - ❑ Introduzir **novos segmentos** de mercado
  - ❑ Entrar em **novos canais de distribuição**
  - ❑ **Facilitar a obtenção**
-

---

**Maturidade**

---

# Características

- ❑ O produto **já foi aceito** pela maioria dos consumidores potenciais
  - ❑ O **interesse diminui**
  - ❑ **Não há despesas** significativas
  - ❑ Aumento das **despesas de marketing**
-

# Estratégias

- ❑ **Modificação do mercado**
  - ❑ **Modificação do produto**
    - Melhoria acentuada da **qualidade**
    - Melhoria de **características**
    - Melhoria de **design**
-

---

**Declínio**

---

---

# Características

- Forte **queda no interesse**
    - **Competição**
    - Condições **econômicas desfavoráveis**
    - Mudanças nas **tendências**
-

---

# Estratégias

- Desacelerar ou Desacelerar rapidamente
  - Eliminar ou Revitalizar
    - Manter o nível de investimento
    - Aumentar o investimento
    - Reduzir o investimento
-

---

Fim

---