

Queridos Leitores,

Estas são as respostas do DESAFIO contido no livro Gestão e Marketing: Aplicação à Saúde Estética. Confirmam o resultado do desafio e os comentários. Se vocês chegaram até aqui pelo livro, PARABÉNS!

Quer conhecer o livro? [Acesse aqui](#) e adquira diretamente com a editora.

Nosso muito obrigado,

Felipe Abrahão e Daniel Antunes.

CONFIRAM AS RESPOSTAS

1. (D) Atributos físicos, estéticos e tecnológicos

Orientação de resposta: são os referidos atributos que “alimentam” os gestores de marketing na definição do produto ou serviço e assim traçar a abordagem de venda ao mercado.

2. (A) Mensurável, acessível, substancial e diferencial

Orientação de resposta: o estudo sobre a acessibilidade, e principalmente sobre o diferencial para ganho de mercado, é uma ação que possibilita a estratégia de argumentação para competir com os produtos da mesma linha (direta ou indiretamente).

3. (B) Fator demográfico

Orientação de resposta: o fator demográfico engloba todos os quesitos necessários para se estudar o ambiente interno ou externo onde será

ofertado um produto ou serviço, além do público a ser atendido pela atividade e com isso estudar constantes mudanças e melhorias a serem aplicadas.

4. (C) Distribuição seletiva

Orientação de resposta: a distribuição seletiva, como o próprio nome diz, objetiva o estudo da melhor ação para o aumento da saída dos produtos.

5. (A) A promoção terá uma maior proporção de resposta positiva

Orientação de resposta: a identificação completa do alvo facilita o entendimento do ambiente como um todo, o que facilita o roteiro que a promoção seguirá para obter sucesso.

6. (E) Informações necessárias para a maturação das decisões básicas

Orientação de resposta: todas as decisões a serem tomadas nas estratégias de mercado devem ser estruturadas pós-estudo de decisões básicas e assim possibilitando desenvolver um pré-planejamento que traçará metas para atingimento de objetivos específicos.

7. (D) Estruturar ações de pontuação exclusiva no mercado

Orientações de resposta: a criação de um modelo de negócio pessoal preza a junção de ações que impulsionam os diferenciais de uma organização e tragam evidência à marca.

8. (A) Qualquer marca deve estar preparada para antecipar as necessidades dos clientes

Orientações de resposta: o estudo de *Inbound Marketing* preza que a antecipação das necessidades dos clientes previne a busca e estudo de

concorrência para compra de serviço ou produto.

9. (C) Projetar uma estratégia de marca pessoal e uma forma única de se relacionar

Orientações de resposta: tratar um relacionamento específico com o cliente, onde previamente foram estudados o perfil e as suas necessidades, garante o atingimento do sucesso nas ações perfiladas.

10. (A) Mídias Sociais

Orientações de resposta: as ferramentas assertivas objetivam alcance da atividade com prática econômica.

