

Guia das Redes de Distribuição e Marketing no Ponto de Venda

Projeto n.º POCI-02-0853-FEDER-016131
Sistema de Apoio a Ações Coletivas - Qualificação
Programa Operacional Competitividade e Internacionalização



APCMC
Associação Portuguesa dos Comerciantes
de Materiais de Construção

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



ENQUADRAMENTO

Projeto n.º POCI-02-0853-FEDER-016131

Capacitar para o investimento e promover a inovação no marketing

Designação: Sistema de Apoio a Ações Coletivas - Qualificação

Programa Operacional: Programa Operacional Competitividade e Internacionalização

Objetivo Temático: Reforçar a competitividade das PME

Tipologia de Intervenção: Qualificação e inovação das PME

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



METAS DO PROJETO



Cofinanciado por:

ATIVIDADES DO PROJETO

Apresentação e promoção do projeto

Capacitar o tecido empresarial em meios de financiamento em áreas estratégicas

Dinamizar Redes de Distribuição e Marketing no Ponto de Venda

Sistema de Indicadores de Gestão e Modelos de Previsão para a Fileira da Construção

Avaliação e divulgação dos resultados do projeto

Cofinanciado por:

ATIVIDADES DO PROJETO

▪ Dinamizar Redes de Distribuição e Marketing no Ponto de Venda

Integra um conjunto de ações tendo em vista a valorização da oferta pela dinâmica do marketing:

- ✓ Caracterização das Redes de Distribuição;
- ✓ Análise aos posicionamentos do marketing mix;
- ✓ Sensibilização para o novo paradigma da Cadeia de Distribuição;
- ✓ Quadro de recomendações e estratégias para o reposicionamento dos negócios das empresas da Fileira.



Cofinanciado por:





O RELATÓRIO: vantagens e contributos

- Vantagens competitivas dos comerciantes de materiais de construção:
 - ✓ Proximidade
 - ✓ Relação pessoal
 - ✓ Abordagem orientada para o serviço

- Principais contributos:
 - ✓ Eficiente rotação de stocks
 - ✓ Melhorar a cadeia de gestão das operações da construção



O RELATÓRIO: recomendações e propostas

■ Comércio de Materiais de Construção integrador:

- ✓ criação ou integração em plataformas de informação:
em todas as fases da construção, gestão das encomendas, modelagem em 3D, gestão do projeto, gestão das encomendas, logística e controlo da qualidade.
- ✓ BIM (*building information modeling*) próprio:
modelo de informação à sua dimensão, mas incorporando regulamentos nacionais de eficiência energética, gestão ambiental e da qualidade para gerir todo o processo de criação de valor.
- ✓ utilização de ferramentas do marketing digital:
estratégia mais proactiva para o desenvolvimento do negócio.

■ Propostas de mudança:

- ✓ Aumentar e avaliar o grau de satisfação do cliente
- ✓ Alterar o modelo de negócio: papel proactivo e integrador - network de construção (ex: projeto-piloto)

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

ASPETOS-CHAVE DO GUIA

- Caracterização da Rede de Distribuição
Situação atual.
- As mudanças de paradigma na sociedade e na construção
Ligações entre Produção/Distribuição e Utilizadores.
- A Presença da Produção Nacional no Retalho
As marcas e a imagem.
- Tendências de Evolução
Estrutura industrial. Distribuição e procura dirigida ao comércio.
- O Marketing no Ponto de Venda
Os distribuidores como gestores da cadeia de valor.
- Processos de Autoavaliação
KPIs.





Obrigado pela atenção dispensada!