

## **CRIAÇÃO DE NOVOS MERCADOS**

Ao quebrar os paradigmas ou conceitos estabelecidos dos mercados existentes, e da forma de pensar da concorrência em geral, é possível vislumbrar novos mercados. Para isso é necessário pensar diferente dos concorrentes, desenvolver uma grande capacidade de observação mercadológica e ter coragem para explorar o desconhecido.

No entanto, não propomos uma aventura simplesmente, pois na verdade as empresas de sucesso excepcional, em geral, foram empresas que conseguiram perceber as tendências antes que elas ocorressem de fato, ou perceberam espaços de mercados inexplorados e negligenciados pelos concorrentes. O segredo delas foram sua grande sensibilidade e sua capacidade de observação.

Este modelo apresentado é uma forma sistemática de alcançar os mesmos resultados dessas empresas de maneira mais previsível. Por isso, acreditamos que a utilização deste modelo das seis fronteiras pode ser um caminho eficaz na busca de novos mercados, de novas oportunidades e para alcançar sucesso na advocacia.

| <b>COMPETIÇÃO VORAZ</b>                         | <b>CRIAÇÃO DE NOVOS MERCADOS</b>              |
|---|---|
| Concentra-se nos concorrentes                   | Examina setores alternativos                  |
| Concentra-se na posição competitiva             | Examina os grupos estratégicos                |
| Concentra-se em servir melhor os compradores    | Redefine o grupo de compradores               |
| Concentra-se em maximizar o valor das ofertas   | Examina as ofertas de produtos complementares |
| Concentra-se em melhorar o preço ou a qualidade | Repensa o apelo funcional e emocional         |
| Concentra-se em se adaptar às tendências        | Participa do desenvolvimento das tendências   |

Nádia Januário

Bacharel Administração com Habilitação em Marketing

Especialista em Gestão de pessoas

Pós - Graduação em Sociologia