

ANÁLISE SETORIAL VETORES E PRAGAS

PHCFOCO

Informação

Produtividade

Liderança

FERRAMENTA DE APOIO A TOMADA DE DECISÃO

Precificação: quanto vale o seu serviço?

* BIBLIOGRAFIA

- Análise Setorial Vetores e Pragmas
- Administração de Marketing. Phillip Kotler
- Os 7 Hábitos das Pessoas muito Eficazes. Stephen Covey.
- MicroEconomia. Varian.

INTRODUÇÃO

Consumidor

Consumidor: porque contratar?

1. Saúde: internações, óbitos?
2. Alimentos: intoxicação alimentar.
3. Serviço: bom atendimento.
4. Patrimônio: conservação.
5. Exportação: barreiras não tarifárias.
6. Importação: aumento dos custos com as pragas exóticas.
7. Bem estar: incomodo.

Consumidor: por quanto contratar?

1. Institucional: terceirização x custo médio x risco.
2. Consumidor: conveniência x renda pessoal x risco.

Consumidor.

Ranking	Atributos de compra	Vetores e Pragas			
		Total	Residencial	Condomínio vertical Restaurantes	
1	Suporte/pronto atendimento	24%	4%	24%	44%
2	Cheiro, odor	12%	5%	4%	28%
3	Eficácia - grau de eficiência	25%	10%	38%	27%
4	Flexibilidade de horário	8%	0%	0%	25%
5	Limpeza do local	9%	6%	3%	18%
6	Conhecimento técnico-comercial	11%	1%	15%	17%
7	Reputação do controlador	16%	3%	29%	16%
8	Efeito prolongado	15%	2%	30%	12%
9	Pontualidade	5%	0%	4%	11%
10	Relatório sobre o serviço	6%	1%	6%	10%
11	Segurança contra roubo	15%	5%	32%	8%
12	Tempo de assistência	12%	12%	18%	7%
13	Espectro de ação	3%	3%	0%	6%
14	Resultado imediato	4%	6%	2%	6%
15	Ter método e organização	1%	0%	2%	2%
16	Não manipular produto.	2%	1%	4%	1%
17	Equipamento utilizado	2%	4%	2%	1%
18	Forma de pagamento	11%	0%	33%	1%
19	Praticidade	3%	2%	5%	1%
20	Não se ausentar do imóvel	3%	7%	0%	1%
21	Reputação do fabricante	4%	6%	6%	0%
22	Não polui o meio ambiente	2%	7%	0%	0%
23	Risco de Intoxicação	9%	12%	16%	0%
24	Funcionários uniformizados	1%	0%	2%	0%
25	Empresa responsável	11%	IND	21%	0%
26	Propaganda da empresa	1%	2%	2%	0%
27	Sem custo (gratuidade)	1%	0%	3%	0%
28	Sem obras de reparo	0%	0%	0%	0%
29	Sistema de controle	0%	IND	1%	0%

Fonte: Análise Setorial PHCFOCO

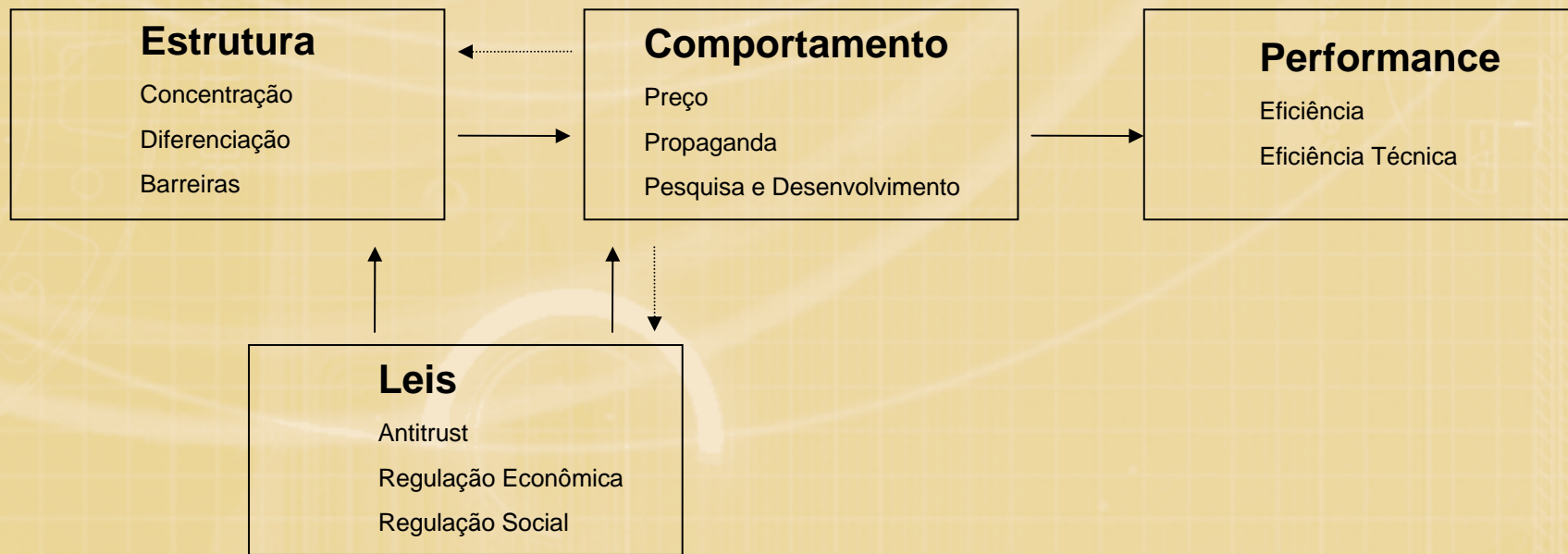
Empresa

1. R\$ 300.000/ano (10% vendas e 20% lucro): R\$ 570.000.
2. R\$ 300.000/ano (15% vendas e 15% lucro): R\$ 498.000.
3. R\$ 300.000/ano (20% vendas e 10% lucro): R\$ 387.000.



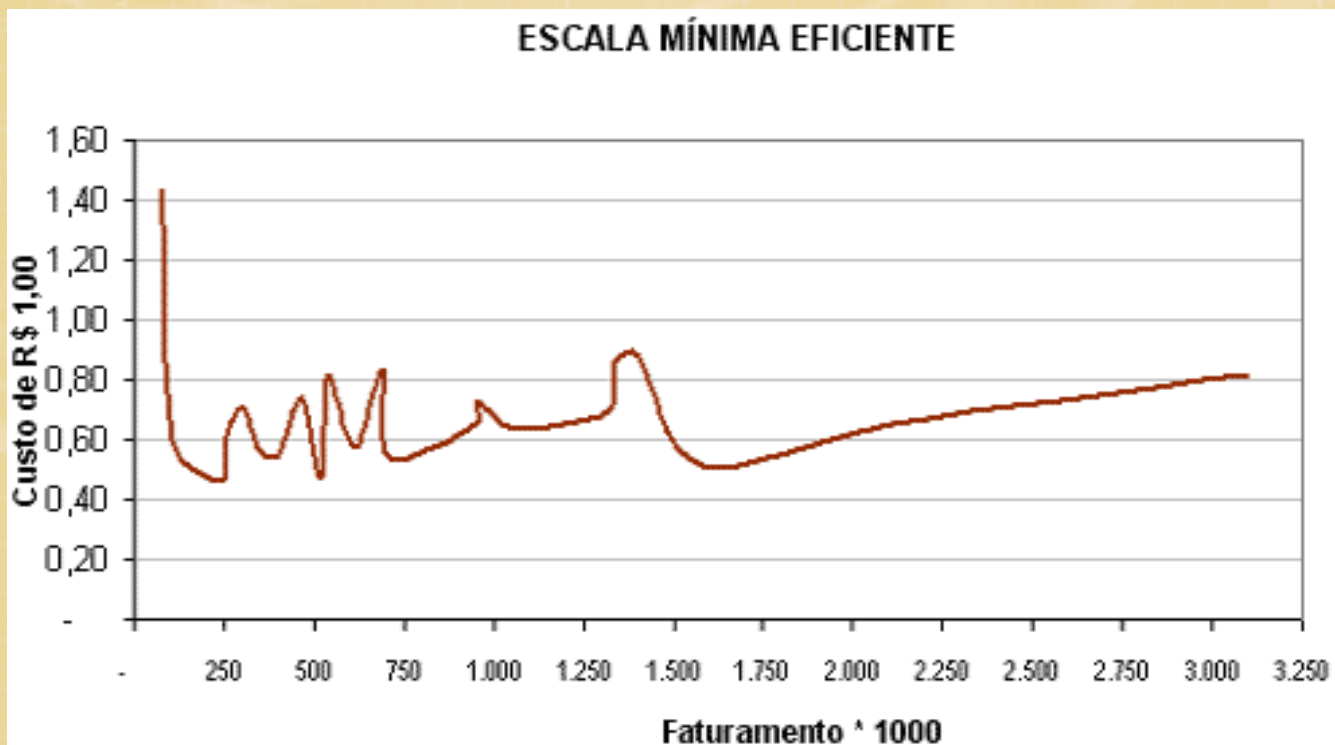
1. Custo médio.
2. Custo fixo + custo variável + impostos + mark up.

Mercado



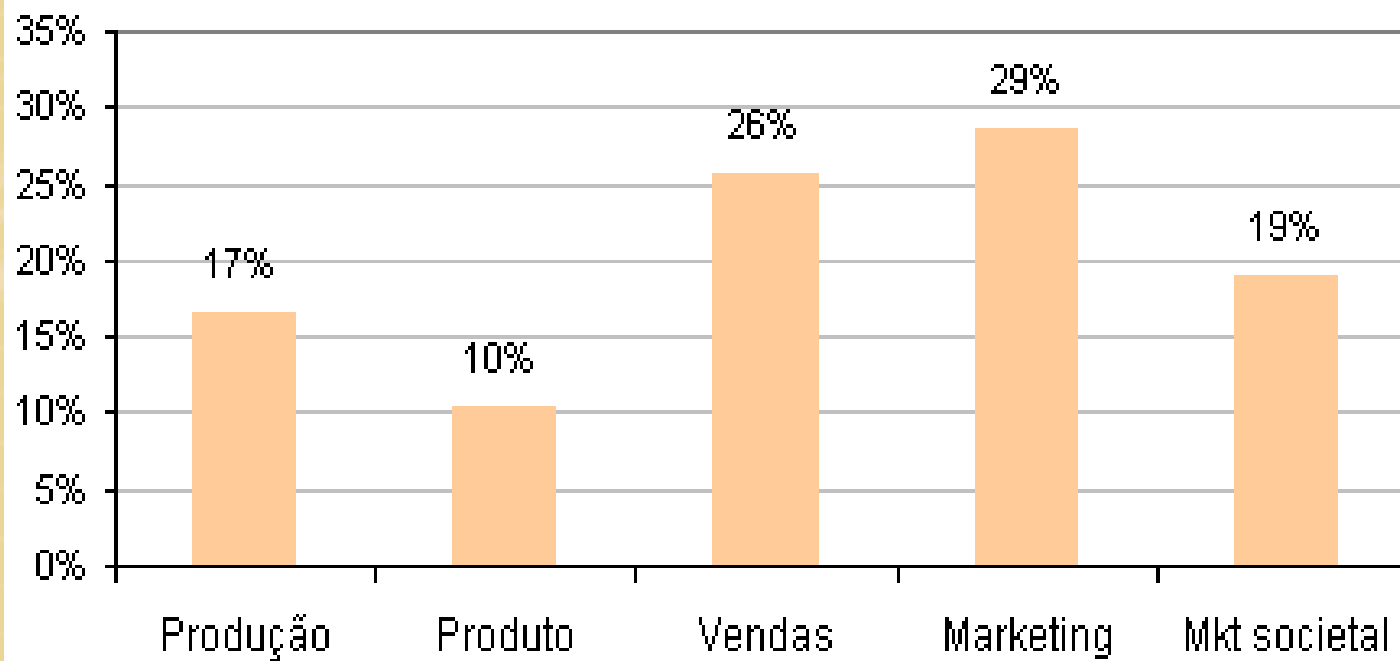
Incentivo (lucro) x bem estar social (concorrência).

Mercado. Número de empresas.



Número teórico de empresas: $250/3400 - 300/2800 - 350/2500 - 400/2100 - 500/1700$

FILOSOFIA EMPRESARIAL



Conclusão

Conclusão.

1. Plano de negócio (meta de vendas x meta de lucro).
2. Orçamento: ponto de equilíbrio (armadilha de preço) x CP x LP.
3. Referência (3 preços): valor.
4. Referência (3 preços): custos x preço médio.
5. Referência (3 preços): concorrência (Análise Setorial).
6. Tabela de preço (ABC), adequações e revisões.
7. Marketing x vendas x externalidades.

PLANO DE AÇÃO

1. Depois da RDC 52 – “tecnologia da fiscalização”.
2. Aumentar amostra – indicadores, enquete + painel potencial.
3. Reunião análise setorial.

ANÁLISE SETORIAL VETORES E PRAGAS

PHCFOCO

Informação

Produtividade

Liderança

FERRAMENTA DE APOIO A TOMADA DE DECISÃO