produtos ou serviços na

lista de compras.



CONSUMIDORES PRODUTOS E SERVIÇOS

Suas oportunidades estratégicas durante a crise vão depender muito do segmento ao qual pertencem seus principais clientes e de como esse público classifica seus produtos ou serviços.

baixo RISCO DE QUEDAS NAS VENDAS **DISPENSÁVEIS ADIÁVEIS AGRADO ESSENCIAIS** Vai adiar a compra de Vai cortar radicalmente qualquer bem durável, Vai buscar artigos mais Vai deixar de comprar ou eliminar o consumo de salvo se obrigado a fazer baratos e alternativos. artigos dessa categoria. compra de emergência; agrados, ou ainda buscar como produtos de marca vai postergar consertos e substitutos mais baratos. própria no varejo. serviços pessoais. ABALADO MAS PACIENTE Vai buscar marcas favoritas Vai adiar a compra de Vai reduzir de certa Vai reduzir grande valor, consertar com descontos, mas se forma a frequência e a drasticamente o contentará com alternativas ao invés de trocar, buscar quantidade e dar ênfase consumo de mais baratas, menos o que é bom, barato e ao custo-benefício. dispensáveis. desejadas; fará estoque se tem baixos custos de a oferta for boa. manutenção. Raramente considera SITUAÇÃO ESTÁVEL Vai continuar comprando Vai buscar maior qualquer comprar como artigos de marcas Vai ser mais seletivo na qualidade pelo mesmo injustificável, mas pode preço; vai pechinchar no favoritas em níveis de compra de artigos de luxo. reduzir o consumo mais preço pré-crise. ponto de venda. ostentador nessa categoria. Reluta em considerar injustificável qualquer Vai continuar comprando Vai continuar comprando Pode até comprar se o compra habitual; talvez artigos de marcas artigos de marcas negócio for bom. Caso não queira incluir novos favoritas em níveis de favoritas em níveis de contrário, talvez adie.

LEGENDA:

preço pré-crise.

VIVE O PRESENTE

FREIO

ջ

뿔

MERCADO ESTÁVEL: Mudança pequena ou nula em oportunidades.

MERCADO MISTO: Mudança pequena ou nula para concorrentes mais fortes; redução para outras.

MERCADO EM QUEDA: Redução considerável em oportunidades para empresas.

preço pré-crise.