

Gestão de Marketing

13ª Aula (teórica)

ANÁLISE DE PORTFOLIO

Apresentação elaborada por Pedro Dionísio e Hélia Gonçalves Pereira, professores do ISCTE. É expressamente proibida qualquer utilização sem a prévia autorização do autor.

EXEMPLO PEUGOUT





MATRIZES



MATRIZ BCG

MATRIZ MCKINSEY

ESCOLHA DE UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING



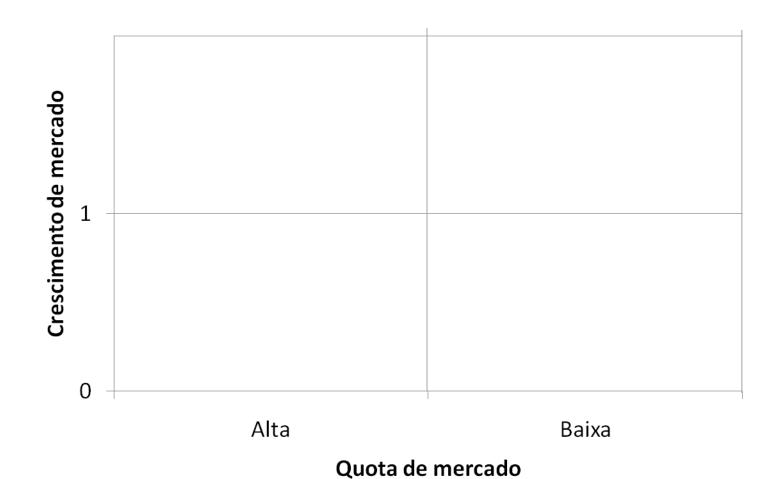
É feita em função:





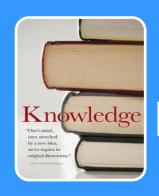
CONSTRUÇÃO DA MATRIZ BCG



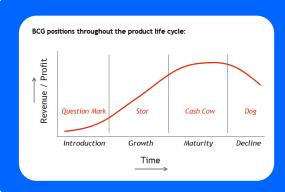


HIPÓTESES DA MATRIZ BCG





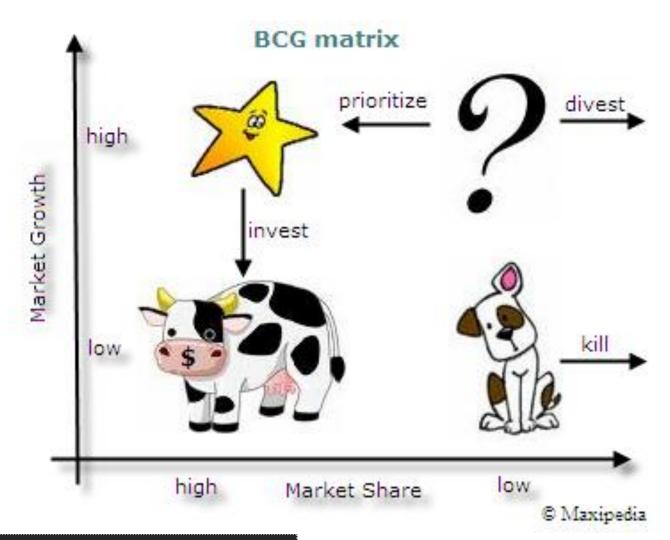
Efeito Experiência, Economia de Escala



Ciclo de vida do produto

TIPOLOGIAS PRODUTOS-MERCADO





MATRIZ GE/MCKINSEY



1ª FASE

• DETERMINAÇÃO DOS INDICADORES DE ATRACTIVIDADE E A COMPETITIVIDADE

2ª FASE

• DEFINIÇÃO DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

3ª FASE

• INTRODUÇÃO DE PONDERADORES

4ª FASE

• CONSTRUÇÃO DA MATRIZ

ANÁLISE PORTFÒLIO

INTERPRETAÇÃO DA MATRIZ



Existem 4 posicionamentos mais claros:

C – Crescimento Ofensivo A – Manutenção sem Investimento (Desinvestimento)

B – Desenvolvimento Selectivo

D - Baixo Perfil

ANÁLISE PORTFÒLIO

A ESCOLHA DE UMA ESTRATÉGIA - MCKINSEY



Atractividade



ANÁLISE DE PORTFÓLIO

Competitividade