

REUNIÃO MARKETING PLANEJAMENTO 93

12.02.93

DECISÕES ASSUMIDAS:

1. PALESTRAS

◆ Devemos «vender» melhor; os objetivos devem ser muito claros e o envolvimento das áreas de negócios deve ser total.

◆ Devemos criar mecanismos para estimular/mensurar resultados. Talvez dicas de como potencializar visitas pós-palestras

Responsável: Rodolfo
Prazo: 26 de fevereiro

2. PESQUISAS TOP OF MIND E IMAGEM

◆ Apresentação de resultados comparativos.

Responsável: Bárbara
Prazo: 19.02

3. PESQUISA SOBRE FUNDOS DE PENSÃO

- ◆ Identificação do potencial deste segmento
- ◆ Entendimento claro de necessidades e de comportamentos

Responsável: Bárbara
Prazo: 12.03

4. WELCOME PACKAGE

- ◆ Material básico para todo novo cliente (correntista e/ou investidor)
- ◆ Linguagem simples, reforçando o acerto da decisão e enfatizando serviços diferenciados, além de todos os produtos do mercado financeiro.
- ◆ Telefones de contato, porta-cartão gerente e bolsa para depósitos, por exemplo, devem constar deste material.
- ◆ «from the desk» Turíbio

Responsável: Amandio
Prazo: 26.02

5. PERFIL PARA PROSPECÇÃO

- ◆ Documento a ser entregue pessoalmente (ao ^{limite} ~~cliente~~, enviado) a «prospects» pessoas físicas.
- ◆ Evidenciar vantagens em operar com o CREFISUL

Responsável: Amandio
Prazo: 05.03

6. CREFIBOX

- ◆ Identificar interesse ou não do Personal em ter este projeto.

Responsável: Amandio
Prazo: 17.02

7. MALA DIRETA SERVIÇOS · PERSONAL

- ◆ Cancelar

8. PESQUISA NOVOS PRODUTOS

- ◆ Realizar Customers Roundtables, testando conceitos e identificando aspectos positivos para venda.

Responsável: Bárbara
Prazo: 10.03

9. PROJETO ALCATRAZES

- ◆ Divulgação interna
- ◆ Envolvimento imprensa

Responsável: Rodolfo
Prazo: 18.02

10.

Pessoal, sem dúvidas, estes itens e mais todos aqueles constantes do nosso HIT-LIST são muito demandantes, porém nós sabemos e podemos fazer.

Disciplina, planejamento, administração eficiente de custos, mensuração de resultados são fatores que vão nos levar, mais uma vez, ao sucesso.

Continuo contando com vocês.

Ao Podium.

Waldomiro Carvas Jr.
Diretor de Marketing

10. Planos de Marketing

- Definição clara das etapas, figuras e das zonas a serem implementadas no segmento.
- Responsável: Amandio e Link
- Prazo: 28-02.