

## **Marketing na Logística** **por Dalva Santana**

Marketing como ferramenta logística é um dos processos da cadeia de suprimentos. Sua atividade hoje é de interligar o cliente ao restante da cadeia. Muito sabemos da sua importância, mas, como função logística vai além do simples fato do atendimento ao cliente e as vendas. Tem a ver com o posicionamento da empresa em relação ao mercado.

Posicionamento com objetivo de alcançar competitividade e conseqüentemente a lucratividade. Na Logística é uma das atividades de conexão com o cliente: demanda, produto, estruturação dos canais de distribuição. Para termos distribuição física é necessário implantarmos primeiramente toda a estrutura de canais de distribuição. Hoje, dentro de uma visão moderna de Supply Chain Management (Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos), os canais de distribuição tem quatro funções básicas: indução da demanda, satisfação da demanda, pós-vendas (todo o trabalho de relacionamento com o cliente, desenvolvimento de novos produtos e serviços com base em pesquisas no ponto de consumo) e troca de informações (NOVAES, 2001). Com isso, percebemos a importância de Marketing a serviço da atividade logística, conectando o cliente à cadeia. Toda essa conexão dentro da cadeia ( indústria, fornecedores e clientes) traz à tona estas funções alavancadas pelo starte do cliente gerando uma previsão (forecast) na cadeia. Bem, como vemos o cliente inicia o processo logístico lá no ponto de venda. A indução de demanda é uma ferramenta poderosa na logística de marketing como propulsora do processo e conduz às outras funções como a satisfação da demanda onde iremos perceber não só a satisfação da demanda prevista, mas, sim poderemos observar uma demanda reprimida por algum produto ou serviço inexistente no mercado, mas que desejado por algum consumidor. É no ponto de venda que conseguimos captar essa satisfação da demanda através de pesquisas e informações obtida diretas com o cliente. A pós-venda é uma das funções que atende o cliente quanto à satisfação, pesquisa de novos produtos e serviços e informações sobre o cliente. Em recente pesquisa revela que a eficiência deste serviço disponível ao cliente mostra a redução de custos ao longo da cadeia logística quanto a: previsão (forecast) diminui a margem de oscilações e conseqüentemente de erros (falta ou excesso de produto) e auxilia no processo de compras (quando e quanto comprar); aumento significativo na qualidade das informações sobre o cliente e suas preferências e isso nos leva a trabalhar com dados mais verídicos; maior confiabilidade no desenvolvimento de novos produtos e serviços; redução de custos e transparência de informações ao longo da cadeia.

Além das funções dos canais de distribuição citadas acima devemos verificar o número de níveis intermediários e a largura do canal (número de empresas que atuam) na cadeia de suprimento. Na questão do número de níveis de intermediários vamos ter três tipos de níveis, a saber: canal de nível zero (não possui intermediários entre o fabricante e o consumidor); canal de nível um (existência de um intermediário entre o fabricante e o consumidor) e o canal de dois níveis (com dois intermediários entre o fabricante e o consumidor). A largura do canal, ou seja, o número de empresas atuante no canal é verificado da seguinte maneira: distribuição exclusiva (único distribuidor na região); distribuição seletiva (mais de um distribuidor, porém haverá controle da atuação do mesmo) e distribuição intensiva (mais de um distribuidor de maneira aberta). A importância da quantidade dos níveis de intermediários e a largura do canal são fundamentais no posicionamento da empresa no mercado, ou seja, de que maneira irá conquistar fatia de mercado (market share). É claro que estas decisões estão intrinsicamente ligadas na observação do tipo de produto com o seguinte questionamento: se forem produtos de consumo freqüente, produtos que irão envolver pesquisa e se são produtos especiais. A partir destas observações há condições para a estruturação e definição dos canais de distribuição e posteriormente chegarmos à distribuição física.

Portanto a Logística do Marketing leva a empresa a posicionar-se em relação ao seu produto: participação de mercado, da marca, dos serviços. A empresa passa a questionar se o cliente adquire seu produto ou o serviço oferecido em relação ao produto ofertado, e ainda sobre o percentual de participação dos produtos. Em relação à distribuição deve-se ter o cuidado de verificar algumas características em relação ao produto. Estas características são fundamentais para o posicionamento da empresa no mercado, pois uma má escolha no tipo de distribuição pode acarretar na interrupção das atividades da empresa.

Como citamos anteriormente, a preocupação com a demanda (indução e satisfação) é uma das funções do Marketing, pois é através da previsão (forecast) que conseguimos o ponto de equilíbrio entre a capacidade de produção e os pedidos dos clientes. Além disso, a previsão auxilia outras áreas como compras e distribuição. Outra função dos canais de distribuição é a constante troca de informações ao longo da cadeia objetivando a qualidade do nível de serviço entre os parceiros.

A importância do Marketing para a logística vai além do pensamento de comercializar (vendas) os produtos, embora isso seja importante. Mas não devemos nos ater somente nisso. A amplitude de marketing na cadeia está para o posicionamento de mercado, ou seja, como a empresa posiciona-se em relação ao mercado.

**Dalva Santana**  
[dalva.santanna@terra.com.br](mailto:dalva.santanna@terra.com.br)

**Consultora Empresarial e Educação Corporativa**

Atualmente estou presidindo a Diretoria de Logística Reversa e Meio Ambiente do Núcleo de Logística do RS e sou membro do Conselho de Meio Ambiente - CONDEMA.

Professora de Logística da Universidade Luterana do Brasil e de Administração de Operações e Produção na FAE - Faculdades Equipe.

Formação Acadêmica: Bacharel em Administração de Empresas e pós-graduada em Estratégia Empresarial e Mestranda em Engenharia Ambiental.



**Fonte: Dalva Santana**    [www.dalvasantana.com](http://www.dalvasantana.com)