



**QUORUM**BRASIL

INFORMAÇÃO & ESTRATÉGIA



# 《 PUSH-PULL STRATEGY 》 OU...SIGA O CLIENTE!



# Boa Leitura!

## Claudio Silveira

*CEO da QuorumBrasil*



Esse material é um resumo a respeito de uma estratégia bem comum, mas com um nome sofisticado: push-pull strategy. Nada mais é do que buscar proximidade na ponta para elevar demanda no canal intermediário. Tenho hábito de colocar no papel algumas teorias que vão e vem, porque não raro alguém me pergunta a respeito ou aplicamos em algum estudo ou soluções para os clientes. Nos próximos slides tem alguns detalhes a respeito, um pouco sobre como é aplicado e seus efeitos, tomara que seja útil para você. Aliás, como acredito em propósitos e o meu é o mais simples de todos (ser útil para alguém), se de algum modo esse texto for útil para você, o propósito foi alcançado.



## Um pouco de conceito

Se o seu produto é razoavelmente simples de ser replicado pela concorrência e tem uso intenso na ponta final do consumo, ou seja, não termina no tradicional modelo B2B, então os próximos slides podem ser interessantes.

De um modo simples, Push e Pull são duas economias para movimentação de negócios, que dependem basicamente da característica do produto. Simplificando mais um pouco, quanto maior for o potencial de generalização do produto, mais intensa deve ser aplicada a estratégia Pull. E por isso vamos focar nessa.

Na economia Push a lealdade à marca pode estar associada a oferta limitada ou restrição de escolha por parte do cliente. No modelo Pull o cliente tem poder elevado sobre a decisão da marca e nesse momento os diferenciais pesam a favor.

Essa é uma releitura que faço da estratégia push-pull, que em momentos de maior intensidade no cenário competitivo, sempre retorna e é bom dar uma revisada. insights para sua análise estão nos próximos slides.



# Características diferenciadoras no geral

Economia Push

Menor relação com o cliente final

Poder elevado do produtor

Lealdade por necessidade

Experiência da Compra

Economia Pull

Maior relação com o cliente final

Poder elevado do consumidor

Lealdade por diferenciação

Experiência da Consumo



# Características diferenciadoras no marketing

Economia Push

Economia Pull

Outbound

Inbound

Direcionado à Marca

Direcionado ao Consumidor

Comunicação Genérica

Comunicação Individual

Linguagem do Comprador

Linguagem do Consumidor



# Características diferenciadoras no comercial

Economia Push

Ampliação do estoque intermediário

Segmentação da Indústria

Clientes com maior similaridade

Política comercial base no mercado

Economia Pull

Ampliação do consumo final

Segmentação de Clientes

Clientes com maior diversidade

Política comercial base no consumo



# Lógica simplificada

## Economia Push

PRODUTOR SE  
RELACIONA COM O  
DISTRIBUIDOR

DISTRIBUIDOR SE  
RELACIONA COM O  
VAREJISTA

VAREJISTA SE  
RELACIONA COM O  
CONSUMIDOR FINAL

CONSUMIDOR SE  
RELACIONA APENAS  
COM O VAREJISTA

PRODUTOR AGUARDA  
A DEMANDA DO  
DISTRIBUIDOR

## Economia Pull

PRODUTOR SE  
RELACIONA COM O  
CONSUMIDOR

CONSUMIDOR  
DEMANDA PRODUTO  
DO VAREJISTA

VAREJISTA DEMANDA  
PRODUTO DO  
DISTRIBUIDOR

DISTRIBUIDOR  
DEMANDA PRODUTO  
DO PRODUTOR

PRODUTOR ANTECIPA  
DEMANDA DO  
DISTRIBUIDOR



# Expectativas da economia Pull

## ELEVAR DEMANDA NA PONTA FINAL

### EXPECTATIVAS

#### FABRICANTE COMO IMPULSIONADOR

##### DISTRIBUIDOR

- GERAR MAIOR VOLUME DE VENDAS AO CANAL E DE COMPRAS AO PRODUTOR
- SIMPLIFICAR NEGOCIAÇÕES COM MAIOR DOMÍNIO SOBRE A PONTA

##### CANAIS

- ELEVAR O GIRO DO PRODUTO E ELEVAR DEMANDA JUNTO AO DISTRIBUIDOR
- PRODUTOR PREVER A DEMANDA POTENCIAL LATENTE NOS CANAIS

##### CLIENTE TÉCNICO

- GERAR ESTÍMULOS À DEMANDA E PREFERÊNCIA DA MARCA NO CONSUMIDOR
- INFLUENCIAR O CONSUMIDOR A FAVOR DA MARCA DO PRODUTOR

##### CONSUMIDOR

- GERAR PROXIMIDADE COM A CATEGORIA E COM A MARCA DO PRODUTOR
- ELEVAR INFLUÊNCIA SOBRE O CLIENTE TÉCNICO E ESSE SOBRE OS CANAIS

## MAIOR INVESTIMENTO NO COMPOSTO DO MARKETING

# Expectativas da economia Push

## REAGIR À DEMANDA NO CANAL INTERMEDIÁRIO

AÇÃO

DISTRIBUIDOR COMO IMPULSIONADOR

EXPECTATIVAS

DISTRIBUIDOR

- GERAR MAIOR VOLUME DE VENDAS AO CANAL E DE COMPRAS AO PRODUTOR
- NEGOCIAÇÕES BASEADAS EM HISTÓRICO DE VENDAS E NOVOS ACORDOS

CANAIS

- ELEVAR O GIRO DO PRODUTO E ELEVAR DEMANDA JUNTO AO DISTRIBUIDOR
- PRODUTOR TRABALHA A DEMANDA POTENCIAL LATENTE DO DISTRIBUIDOR

CLIENTE TÉCNICO

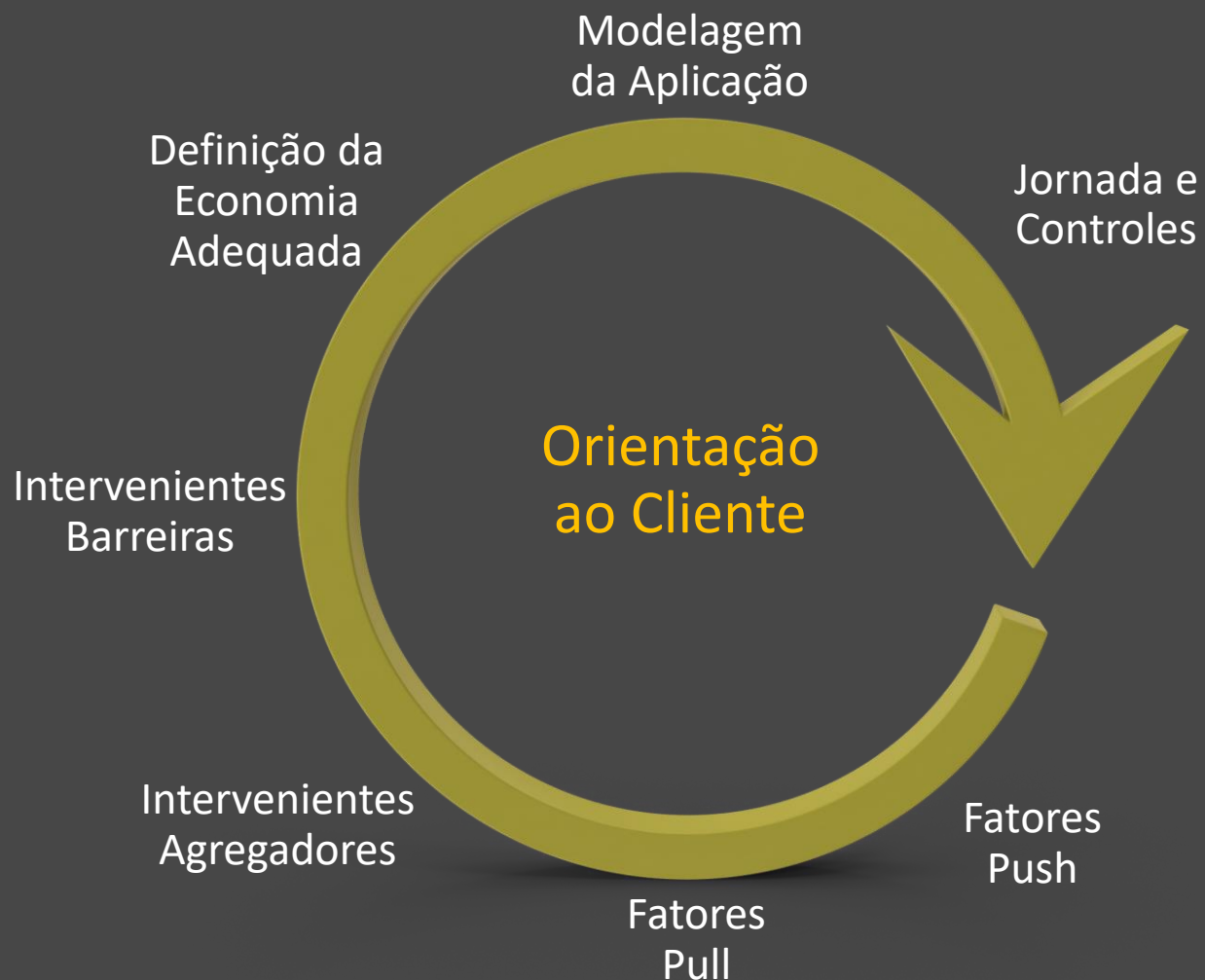
- RELACIONAMENTO COM O FABRICANTE É PONTUADO SOBRE AS VANTAGENS RACIONAIS E OBJETIVAS DOS PRODUTOS, TREINAMENTO E OUTROS

CONSUMIDOR

- BAIXO RELACIONAMENTO COM O FABRICANTE / PONTUAIS E OCASIONAIS
- BAIXA CAPACIDADE DE INFLUÊNCIA JUNTO AO CLIENTE TÉCNICO OU CANAIS

MAIOR INVESTIMENTO NO COMPOSTO DE VENDAS

# Círculo da Informação e Decisão



Decidir por uma ou outra economia, push ou pull, demanda montar uma estratégia. Estratégia, você sabe, nada mais é do que organizar informações, aplicar conhecimento e controlar ações. Então, comece analisando quais são os fatores de cada uma das economias e observe o que cada uma contribuiria e as dificuldades de implantação. Quanto mais as barreiras forem superáveis e mais os agregadores forem sustentáveis, mais fácil será para você definir qual caminho seguir. Esse tema pode começar dentro de casa, mas no final da linha sempre está o cliente. Entenda bem sobre quem é seu cliente, porque ele sempre saberá se a sua empresa é orientada ou não para ele.

# Para pensar

Atenção, não existe certo ou errado e muito menos que em um determinado mercado apenas um modelo deva ser considerado. Inclusive, o mais comum é a combinação de ambos modelos, ou economias, como tecnicamente chamamos.

Por exemplo, tive a experiência de trabalhar em uma gigante do setor químico e era comum manter a economia Push para especialidades químicas e combinar Push e Pull para produtos intermediários, onde o consumidor final era impactado de forma mais intensa.

Sendo assim, minha sugestão é a seguinte: siga o consumidor final. Pode ser um técnico ou uma dona de casa, não importa. Entenda o quanto o seu produto impacta lá no consumo, quais são as demandas, atributos, concorrência, etc. Quanto mais subsídios, mais fácil será para você definir o modelo para elevar vendas e aproximar o cliente da sua marca.





**QUORUMBRASIL**

INFORMAÇÃO & ESTRATÉGIA



claudio@quorumbrasil.com  
faleconosco@quorumbrasil.com



55 11 9 9228- 3933  
55 11 9 4323- 1011