

A BUSCA DO SUCESSO  
NOS ANOS 90

*im&c*  
International Seminars  
on Advanced Management  
1990

# LOGÍSTICA MARKETING®

**SERVIÇO AO CLIENTE:  
A ESTRATÉGIA COMPETITIVA  
DOS ANOS 90**

Prof. Walter Zinn  
Universidade de Miami, Flórida, USA.

**III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA**

Dias 15 e 16 de fevereiro/1990

São Paulo

 **VANTINE  
& ASSOCIADOS**  
CONSULTORIA - LOGÍSTICA - DISTRIBUIÇÃO

*im&c*  
Internacional

## SERVIÇO AO CLIENTE: a grande estratégia para os anos 90.

O crescimento do mercado, quer por maior abrangência geográfica ou por aumento demográfico, por si só exige planejamento de modelos eficientes para vencer o combate da concorrência. Evidencia-se que o ambiente de crise econômica e transformações político-sociais do país alteram o perfil do consumidor deste final de década.

Flexibilidade, Just-in-Time, informática, robótica e automação comercial são fatores de profundas alterações nos conceitos de manufatura e de inter-relação dos negócios, influenciando fortemente o sistema de uma cadeia de distribuição.

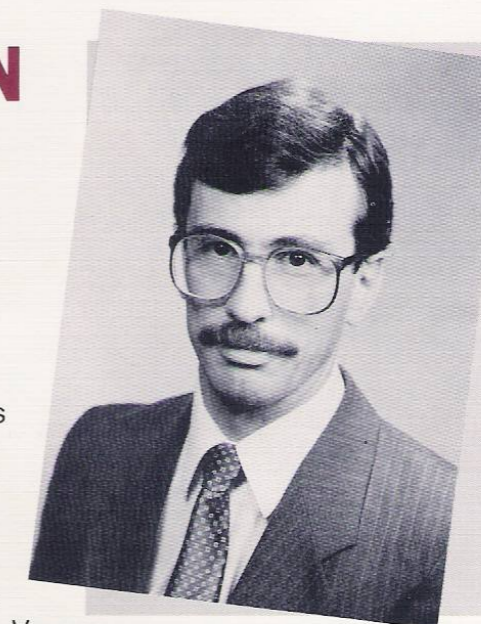
Portanto, estreitam-se as fronteiras da disputa do mercado, onde preço e propaganda já não são suficientes como armas de combate. Para os anos 90, a nova arma é "SERVIÇO AO CLIENTE" como estratégia competitiva, o que só é possível através da convergência sistêmica do Marketing e da Logística.

# LOGÍSTICA & MARKETING

## III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA

## Dr. WALTER ZINN

Dr. Walter Zinn é professor de Logística e Marketing na Universidade de Miami, onde leciona cursos de Logística, Administração de Canais de Distribuição, Pesquisa Mercadológica e Estratégia de Marketing. Prof. Zinn recebeu os títulos de M.B.A. e de PhD da Michigan State University em 1979 e 1986, respectivamente. Entre 1980 e 1982 lecionou cursos de Marketing e Logística na EAESP da Fundação Getúlio Vargas.



Seus artigos foram publicados em várias revistas como, por exemplo, Journal of Business Logistics, International Journal of Physical Distribution and Materials Management e Business Horizons. Prof. Zinn também exerce atividade como Diretor Associado do International Business and Banking Institute, um centro de pesquisas e elo de ligação entre a comunidade econômica e empresarial de Miami.

## O CONFERENCISTA ABORDARÁ OS SEGUINTE TEMAS:

### 1. Logística Integrada, Marketing e Estratégia Competitiva nos Anos 90.

Introdução geral ao seminário. Tendências demográficas, sociais e políticas que afetarão a competitividade da empresa brasileira nos anos 90. Os conceitos de marketing e logística são integrados através do conceito de "Serviço ao Cliente" como parte integrante do produto ofertado pela empresa ao mercado.

### 2. O "Serviço ao Cliente" como Arma Competitiva.

Estratégias de competição. O modelo de Porter. Exemplos de como aplicar o modelo na prática. Como usar o "Serviço ao Cliente" como uma forma de se diferenciar da competição. O "Serviço ao Cliente", ao contrário do preço ou da propaganda, é extremamente difícil de ser imitado pelo concorrente.

### 3. Mensuração e Avaliação de Oportunidades para Usar o "Serviço ao Cliente" como Arma Competitiva.

Quais são as principais variáveis no nível de "Serviço ao Cliente"? Como identificar as mais importantes do ponto de vista do cliente. Como segmentar o mercado com base no serviço ao cliente. Como executar auditorias internas e externas para implementar uma estratégia competitiva baseada no Serviço ao Cliente. Exemplos e exercícios específicos.

### 4. Estratégias de Estoque no Apoio ao "Serviço ao Cliente".

O correto dimensionamento do estoque para a obtenção de objetivos do "Serviço ao Cliente". Estoques de segurança em sistemas

tradicionais e em sistemas baseados em Just-in-time e no DRP. Exemplos e exercícios práticos.

### 5. A Importância de Prestadores de Serviço no Canal de Distribuição.

A função de atacadistas, varejistas, empresas de transporte e outros participantes do canal de distribuição da competitividade do fabricante. Como identificar e pesquisar distribuidores para o mercado de exportação norte-americano.

### 6. A Administração do Canal de Distribuição como Arma Competitiva.

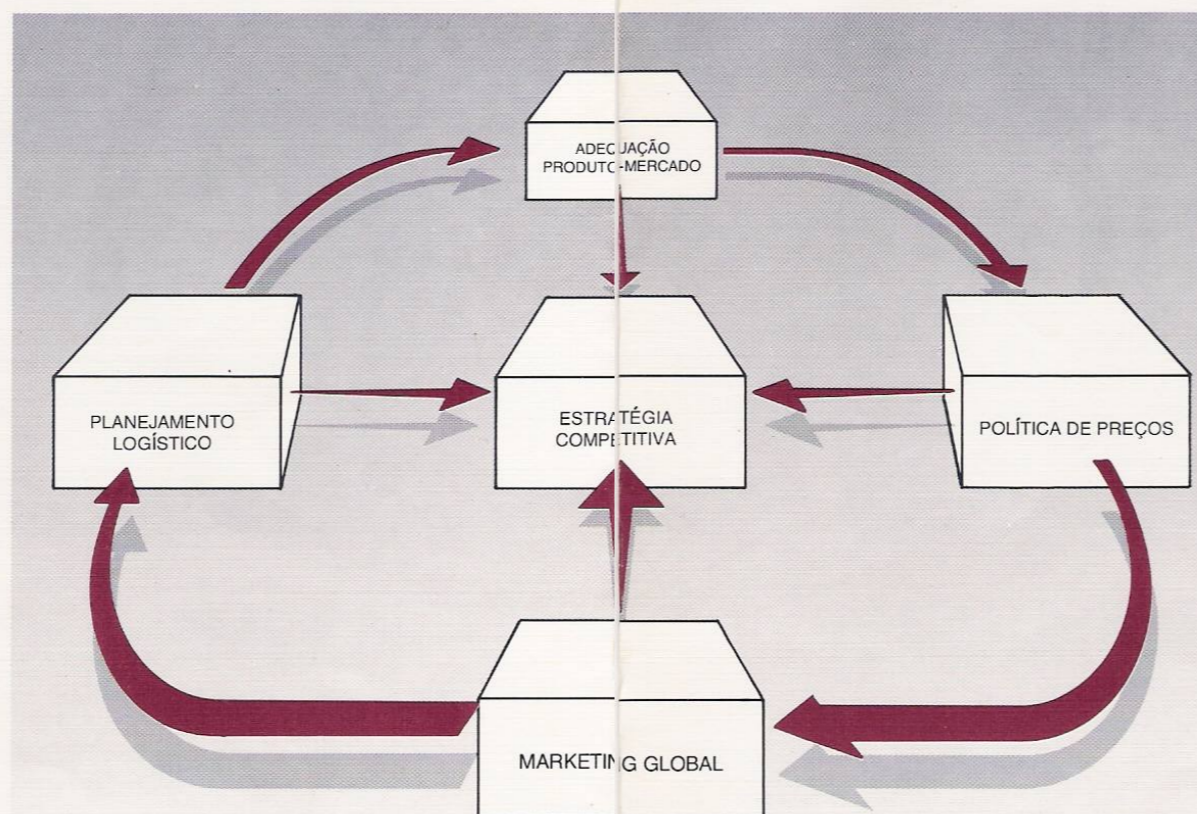
Técnicas de coordenação e de administração de conflitos no canal de distribuição. Diferentes estratégias competitivas para empresas grandes e pequenas. O fabricante e o distribuidor como aliados na competição pela preferência do consumidor final. Modelos e critérios específicos de como escolher e avaliar o desempenho de distribuidores. Exemplos e casos práticos.

### 7. Novas Tecnologias e Tendências para o Futuro na Prática da Administração Logística.

A importância de novas tecnologias como, por exemplo, o código de barras, o uso de inteligência artificial, novos tipos de computadores etc. Ênfase especial no uso de simuladores. Um sumário de todo o seminário será apresentado no final deste módulo.

### 8. Mesa-Redonda.

Obstáculos e Oportunidades no Desenvolvimento da Logística no Brasil. Coordenação J. G. Vantine.



# INFORMAÇÕES GERAIS

## OBJETIVO

O Serviço de Atendimento ao Cliente é o resultado da soma de ações de uma empresa, normalmente consolidado no Marketing e na Logística. Este Seminário dará as ferramentas para o desenvolvimento de um planejamento nesta área a fim de garantir a alavancagem do sucesso na década de 90.

## PARTICIPANTES

Diretores e Gerentes das áreas de Distribuição, Marketing, Vendas, Produção e Finanças, dos segmentos: industrial, supermercados, atacadistas, distribuidores e transportadores.

## LOCAL E DATA

Centro de Convenções / Centro Empresarial de São Paulo  
Av. Maria Coelho de Aguiar, 215 - Bloco G - 2º andar  
São Paulo - SP  
15 e 16/fevereiro/1990

## IDIOMA

Português.

## MATERIAL DIDÁTICO

Em português (grátis).

## PROGRAMA BÁSICO

8h00 / 9h00 - Entrega de credenciais  
9h00 / 12h00 - Seminário, com intervalo para café  
12h00 / 13h30 - Almoço no local (incluído no preço)  
13h30 / 16h30 - Seminário, com intervalo para café

## CERTIFICADO

Certificado de participação IMC Internacional e Vantine & Associados.  
Exigência de participação: 100%.

## CUSTO E CONDIÇÕES

- 1.300 BTNFS
- Desconto de 10% a partir da 2ª inscrição de uma mesma empresa. A 5ª inscrição é grátis.
- **Pagamentos:**  
A realização da inscrição implica a emissão automática de Nota Fiscal/Fatura, com vencimento em 10 dias, que deverá ser paga através do BRADESCO.
- **Cancelamentos:**  
Não há cancelamentos. No caso de impossibilidade do participante comparecer ao Seminário, outra pessoa da mesma empresa ou grupo poderá substituí-lo. A substituição deverá ser comunicada à IMC por escrito (telex ou fac-símile), no prazo de até cinco dias úteis antes do início do evento.
- **Incentivo Fiscal:**  
Este evento é incentivado pela Lei 6297, que permite às empresas deduzir do lucro tributável, para fins de Imposto de Renda o dobro das despesas realizadas com treinamento e formação profissional.

Transportadora Oficial:



Realização:



*im&c*

*Internacional*

10 Anos Multiplicando  
Conhecimentos

Informações

Tel: (011) 549.8066 - r. 21/29/62  
Tlx: 11 32165 IMCI BR  
Fax: (011) 549.7840

IMC INTERNACIONAL  
CONGRESSOS E CONFERÊNCIAS LTDA.  
Rua Joaquim Távora, 1202-B  
04015 - São Paulo - SP



## PEDIDO DE INSCRIÇÃO

Autorizo a IMC Internacional a inscrever-me para o  
III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA & MARKETING, a ser  
realizado em São Paulo nos dias 15 e 16 de fevereiro de 1990.



Nome \_\_\_\_\_  
Cargo \_\_\_\_\_  
Empresa \_\_\_\_\_  
Endereço \_\_\_\_\_  
CEP \_\_\_\_\_ Cidade \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_  
Tel. (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ Telex \_\_\_\_\_ Fax (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
CGC \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ Insc. Est. \_\_\_\_\_  
Ramo de atividade \_\_\_\_\_  
Pagamento de \_\_\_\_\_ BTNFS  
Fatura:  Em nome da empresa  Em meu nome pessoal

Preencher e enviar à  
IMC Internacional  
Congressos e Conferências Ltda.  
Rua Joaquim Távora, 1202-B  
04015 - São Paulo - SP

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura \_\_\_\_\_

**ATENÇÃO!**  
ORIENTAÇÃO PARA PAGAMENTOS:  
**PESSOAS JURÍDICAS**  
Descontar 3% de IRRF, Art. 52,  
Lei 7450/85.  
**PESSOAS FÍSICAS**  
Remeter o valor bruto  
sem descontar IRRF.