



EMPRESA FOCADA NO

CLIENTE

Niraj Dawar

Mude a estratégia do produto para o cliente

Resumo de Empresa Focada no Cliente. Mude a Estratégia do Produto Para o Cliente

Por que seus clientes compram de você e não de seus concorrentes? Se você acha que a resposta é "por causa de meus produtos de alta qualidade", é melhor pensar mais um pouco.

Os produtos são importantes, é claro. Durante décadas, as empresas buscaram vantagem competitiva quase exclusivamente em atividades relacionadas com a criação de novos produtos. Conquistaram a liderança construindo fábricas maiores, encontrando matérias-primas ou mão de obra mais baratas, descobrindo formas mais eficientes de movimentar e armazenar mercadorias, e inventando novos produtos que os concorrentes não conseguiriam copiar.

Mas a globalização e a tecnologia estão nivelando irreversivelmente essas fontes de vantagem competitiva. Hoje, os concorrentes conseguem decifrar e implementar rapidamente a receita do molho secreto do seu produto e usá-la contra você.

As vantagens upstream (as fases iniciais) relacionadas com o produto estão erodindo a passos largos. Isso não significa que a vantagem competitiva é uma coisa do passado, mas sim que seu centro de gravidade mudou.

Como o professor de marketing Niraj Dawar convincentemente argumenta, agora a vantagem está no downstream, onde as empresas interagem com os clientes no mercado. Empresa Focada no cliente irá ajudar você a compreender a natureza global desta mudança e as profundas implicações para a sua organização e a estratégia que ela adotar.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)