

DIFERENCIAÇÃO NO MERCADO PET

O mercado Pet é dividido em quatro grandes segmentos: (a) **Pet Food** (alimentação para animais de estimação), (b) **Pet Care** (cuidados para os animais de estimação), (c) **Pet Vet** (serviços veterinários) e, (d) **Pet Serv** (outros serviços). A segmentação se dá logo na escolha do tipo de estabelecimento que deseja atuar ou já atua, dentro daquele segmento você pode se segmentar ainda mais, o que é chamado de segmentação vertical ou sub-segmentação ou micro-segmentação, ou simplesmente, diferenciação.

A diferenciação no mercado Pet é necessária frente à forte concorrência de mais de 100 mil estabelecimentos Pet no Brasil, isso sem contar os outros atuantes de fora do setor que são também seus concorrentes. Nesse sentido, é importante entender a existência de ao menos seis categorias de clientes no mercado Pet, são eles: (1) **proprietários exclusivamente de cães**, (2) **proprietários exclusivamente de gatos**, (3) **proprietários de cães e gatos**, (4) **proprietários de cães, gatos e outros animais**, (5) **proprietários de outros animais que não cão e gato** (iguana, coelho, chinchila, furão, calopsita, etc.), e por último, (6) **não proprietários de animais**. Dentro de cada categoria, existem outras tantas como homens e mulheres, jovens e idosos, outros.

Alguns **exemplos práticos** para importância na identificação do tipo de cliente e seu correto atendimento: **Exemplo A** - você atende idosos pela sua localidade, então deve ter bancos confortáveis para espera dos serviços de Banho & Tosa, Farmácia Veterinária e outros serviços que oferece; **Exemplo B** - você está na rua de uma escola, então é interessante ter uma vitrine com exposição de filhotes.

Após escolha do segmento dentro do mercado Pet, ciente das categorias de clientes com suas variações, você deve especificar ainda mais seu negócio. É um erro comum achar que seu negócio pode atender a todo tipo de cliente, de todas as classes sociais, de todos os tipos de comportamento de compra, de todas as idades, etc. Ao fazer um posicionamento de mercado diferenciado você irá atrair novos clientes e fidelizar naturalmente alguns dos atuais clientes.

COMO TER SUCESSO SE DIFERENCIANDO NO MERCADO PET? Para [Sergio Lobato](#), conceituado especialista em Gestão & Marketing Veterinários, “o sucesso empresarial, em qualquer área da Medicina Veterinária e qualquer área do mercado Pet, depende do equilíbrio entre duas forças, a **força técnica** e a **força de venda** dessa técnica”. Para ver o comentário do especialista Sergio Lobato na íntegra acesse o vídeo [aqui](#).

Sabemos que ter capacitação técnica é primordial para atuar de forma ética e sustentável em qualquer mercado, mas muitos focam apenas nesse aspecto. **O cliente tem que ver toda essa diferenciação do seu negócio** que se inicia com profissionais diferenciados, mas como fazer

isso de forma eficiente? Você vai ler sua formação a cada novo cliente? Você vai colocar no site o currículo completo de todos os membros? Você vai exibir diplomas na parede atrás da cadeira? Não creio serem as melhores alternativas. Essa diferenciação inicia-se desde as primeiras ideias de como será a arquitetura do local, estudo preliminar do projeto arquitetônico. E continua com a realização de uma obra o mais fiel possível ao projeto inicial, segue pela decoração e ambientação especializada e compatível ao posicionamento escolhido pelos proprietários do estabelecimento e continua com um bom Plano de Marketing colocado em prática. Para aqueles estabelecimentos Pet existentes pode ser iniciado com uma reformulação de seu Plano de Marketing, passando por um novo projeto de decoração e ambientação especializada e termina com o atendimento diferenciado da equipe de trabalho.

Vamos dar um **exemplo dentro do segmento Pet Vet:** Clínica Veterinária especializada em Acupuntura, o tipo de cliente exige uma sinalização visual dessa diferenciação que inicia desde a criação de uma logomarca compatível até uma decoração diferente. Não se pode ter uma sala de atendimento comum com aquela mesa de inox e supor que o cliente veja valor e diferenciação no seu serviço apenas pelo diploma do profissional e alguns equipamentos diferentes. Vamos dar um **exemplo dentro do segmento Pet Serv:** Hotéis para Pets, especificamente GATOS, o cliente exigirá naturalmente um local diferenciado onde seu animal desfrute de algo no mínimo semelhante



ao que possui em sua casa, a antiga jaula ou mesmo uma baia grande telada não é mais aceita, mas também, não pode ser um quarto grande de uma casa com uma cama no chão e uma torre de gatos ao fundo. Deve-se ter um ambiente com fácil higienização, local com solário para banhos de sol controlados, salas de banho adequadas, espaço para socialização com outros animais, técnicas e objetos de enriquecimento ambiental, câmeras de monitoramento e outros aspectos. Isso sem falar de uma equipe especializada.

Portanto, a **diferenciação no mercado Pet é uma ferramenta poderosa** para seu negócio, inicia com a **capacitação da equipe**, passa por uma **identidade visual** (logomarca, arquitetura, decoração) compatível e continua com um bom **plano de marketing** colocado em prática.

Entre em contato com a **AMBIENTE PET**, temos um pacote de soluções para melhor atendê-lo. Para saber mais **clique aqui**.

