



## **E**

### **Factor Analysis**

Análise fatorial. 1. Ferramenta estatística empregada para determinar a seleção de fatores dentro de um banco de dados que influenciam a resposta. 2. Processo estatístico para tentar descobrir uns poucos fatores básicos que podem fundamentar e explicar correlações entre grande número de variáveis.

### **Faixa de Valor**

Inserir maior valor no relacionamento com um cliente através da procura de oportunidades que estão além da venda do produto em si. Por exemplo, um revendedor de carpetes pode gerar receita adicional e manter o relacionamento e manter o relacionamento ativo ao limpar regularmente o carpete do cliente.

### **Família**

Produtos da mesma natureza e espécie.

### **Fantasma**

Marca de fantasias. Nome fantasia. Nome criado para identificar um produto ou serviço sem obrigatoriedade de vinculação como vernáculo, e que pela liberdade expressa em sua construção, tende a valorizar os processos de leitura, memorização e identificação deste produto. Exemplo: Kibon, Bombril, Omo, Cepacol, Rayovac etc. Diz-se também da tipografia descompromissada, estilizada, com alegorias e

### **Fast Food**

Estabelecimento onde são fornecidas refeições rápidas.

### **Fator de Reposição**

Tempo estimado entre a entrega de um produto e o limite de renovação do estoque.

### **Fator**

Em análise da variância, propriedade ou características que nos permite distinguir diferentes populações umas das outras

### **Fator**

Valor que mostra a relação de uma variável com o item que está sendo analisado.

### **Fatores de Desempenho**

Atributos da Transação que vale a pena melhorar continuamente para se manter competitivo.

### **Fatores Excitantes**

Atributos de Transação que, se ausentes, não frustram o Cliente - até porque este nem precisa deles, mas que, quando presentes, conquistam rapidamente a sua adesão, seja pelo inusitado, ou porque preenchem necessidades ou expectativas latentes.

### **Feedback**

Retorno de pesquisa ou de informações formais e informais. São os mecanismos que a empresa utiliza para ouvir o cliente, suas reclamações, reivindicações ou elogios, como resposta a atitudes tomadas em sua organização. Tais mecanismos são ocasionados por centrais telefônicas gratuitas para atendimento do consumidor, painéis de comunicação, caixa de sugestão, pesquisa pós-venda junto aos clientes etc.

### **Fidelidade de Marca**

Preferência contínua do consumidor em relação a um produto ou serviço.



## **Fidelidade**

Nível de preferência do consumidor a uma determinada marca ou veículo de comunicação.

## **Fidelização de Clientes**

Fidelizar é tornar alguém fiel a você. Fiel é aquele que é digno de fé; cumpre aquilo a que se propõe, é leal, honrado, íntegro, seguro, certo, firme, constante, perseverante, verdadeiro e amigo.

## **Fidelização**

Neologismo criado pelo professores de marketing para definir programas e esforços no sentido de conquistar ou incentivar a fidelidade dos consumidores a determinada marca ou empresa.

## **First-in First-out**

Relativo a valorização do estoque, o valor final é obtido retirando-se do estoque o primeiro lote de produtos que entrou (o primeiro a entrar é o primeiro a sair).

## **Flow Chart**

Fluxograma. Representação gráfica que mostra o movimento de formulários e as operações executadas por cada unidade ou pessoa da organização e as seqüências em que ocorrem tais movimentos e operações.

## **Fluxo de Caixa**

Cash-flow. 1. Fluxo de caixa. 2. Previsão das necessidades financeiras.

## **Fluxograma**

Representação gráfica que mostra o movimento de formulários e as operações executadas por cada unidade ou pessoa da organização e as seqüências em que ocorrem tais movimentos e operações.

## **FOB (Free on Board)**

Designação da cláusula de contrato segundo a qual o frete não está incluído no custo da mercadoria. Valor FOB é o preço de venda da mercadoria acrescido de todas as despesas que o exportador faz até colocá-lo a bordo.

## **FOB (Free on Board) II**

Preço de uma mercadoria quando compreende sua entrega no local determinado pelo computador, incluindo, por conta deste, as despesas de frete e seguro bem como todos os riscos até seu destino.

## **Foco de Atuação**

Consiste em abordar um ou mais segmentos de mercados menores, em vez do mercado total.

## **Focus Group**

Discussão em grupo. Pesquisa qualitativa de caráter exploratório de um segmento do mercado, com vistas à obtenção de dados sobre sua opinião, comportamento, percepções etc. sobre um assunto, problema, produto ou serviço.

## **Follow-Up**

Último passo no processo de venda, no qual o vendedor acompanha, o produto após a venda para se assegurar da satisfação do cliente e da continuidade dos negócios; arquivo de informações.



### **Força de Vendas por Mercado**

Organização da força de vendas de acordo com a qual os vendedores se especializam em vender apenas para certos clientes ou indústrias.

### **Força de Vendas por Produtos**

Organização da força de vendas de acordo com a qual os vendedores se especializam em vender apenas uma parte dos produtos ou linhas da empresa.

### **Força de Vendas por Território**

Organização da força de vendas que designa cada vendedor para um território geográfico exclusivo para vender a linha completa de produtos da empresa.

### **Força de Vendas**

Vendedores ou representantes que contam potenciais compradores com finalidade de convencê-los a ADQUIRIR SEUS PRODUTOS OU SERVIÇOS. EQUIPE. QUADRO DE VENDAS.

### **Four "O's**

Conceito de marketing que considera: objetos de compra, objetivos de compras, organização para compra, operações da organização de compra.

### **Four "P's"**

Produto, Preço, Praça (ponto de distribuição) e promoção.

### **Franchising**

Método de comercialização de produtos ou serviços no qual o franqueado obtém o direito de uso de uma marca e opera de acordo com um padrão de qualidade estabelecido pelo franqueador em troca de um pagamento de um determinado valor.

### **Franqueado**

Empreendedor que adere ao sistema de franchising, se empenhado para administrar seu ponto-de-venda de acordo com a filosofia do franqueador.

### **Franqueador**

Empresa que estabeleceu uma forma comercial (know-how) e a cede para outros junto com sua marca e sua imagem corporativa. Esta concessão ocorre mediante o pagamento de uma determinada quantia.

### **Franquia**

Licença especial concedida pelo governo ou por uma empresa de negócios para o desenvolvimento de atividades que lhes são privativas. 2. Sistema vertical de marketing contratual no qual um membro do canal, chamado franqueador, concentra em si vários estágios do processo de produção-distribuição. 3. Tipo de acordo de licenciamento no qual uma empresa vende um pacote contendo marca registrada, equipamento, materiais e diretrizes para a administração.

### **Freelancer**

Trabalhador avulso, sem vínculo empregatício com a empresa que contratou seus serviços.

### **Free-shop**

Tipo de loja localizada em lugar de trânsito internacional que é isenta de diversas taxas na comercialização dos seus produtos.

### **Freqüência Acumulada**

Soma das freqüências de uma classe e de todas as classes que a precedem.

**Frequência Esperada**

Frequência teórica para uma célula de uma tabela de contingência ou tabela multinomial.

**Frequência Média**

Número médio de vezes em que as pessoas são potencialmente atingidas por uma propagação de média dentro de um determinado tempo.

**Frequência Observada**

Contagem efetiva registrada em um célula de uma tabela de contingência ou tabela multinomial.

**Frequência Relativa**

Frequência de uma classe, dividida pela frequência total.

**Front-Light**

Luminosos com a iluminação projetada na frente da tela. Oposto ao back light.

**Full Time**

Tempo integral.

**Função Mercadológica**

Atividades do marketing utilizadas na comercialização de bens e serviços.

**Fundo de Comércio**

Negócio que incorpora bens tangíveis e intangíveis como estoques, prédios, imagem, patentes etc.

**Fundo Perdido**

Recursos que são utilizados sem expectativa de retorno.