



I

Imagem Corporativa

Conjunto de percepções em relação a uma Empresa, tanto junto a seus consumidores como ao mercado como um todo.

Imagem de Marca

O mesmo que imagem corporativa, mas aplicada a um produto/serviço ou linha deles.

Imagem de Marca

Grupo de crenças que os consumidores têm acerca de determinada marca.

Imagem do Produto

Forma pela qual consumidores percebem um produto real ou potencial.

Impacto

1. Impressão variável provocada no público por uma notícia, fato ou mensagem publicitária.
2. Impressão muito forte, profunda, causada por diversos motivos.

In Bound

No telemarketing é o funcionário que recebe as chamadas; receptivo.

In Pack

Mensagens promocionais ou de resposta direta empresas e coladas dentro da embalagem.

Incentivo de Vendas

Dinheiro ou outro fator motivador oferecido a vendedores ou representantes com a finalidade de fazê-los exceder o nível de vendas.

Incentivo

Recursos motivadores que tem por objetivo estimular a venda ou compra de produtos e serviços.

Índice Big Mac

É um indicador do poder de compra das principais moedas mundiais, baseado no preço do sanduíche produzido pelas lojas McDonald's com as mesmas matérias-primas e vendido praticamente em todo o mundo. Criado pela revista "The Economist", de Londres, suas variações mensais podem refletir alterações de custos e aumentos ou perdas de eficiência em cada economia na produção dos componentes que entram na produção desse sanduíche.

Índice BOVESPA

Também denominado Ibovespa (Índice da Bolsa de Valores de São Paulo), é um número que exprime a variação média diária dos valores das negociações, na bolsa de Valores de São Paulo, de uma carteira de ações de cerca de cem empresas selecionadas.

Índice de Afinidade

Coeficiente entre o percentual de participação de um target no total de consumidores de determinado veículo e o percentual de participação desse mesmo segmento na população. O resultado dessa divisão indica o grau de "afinidade" que o veículo tem como target considerado, à medida que, quando maior do que 100, aponta para uma participação do *target* na audiência maior do que seria esperada se esse veículo fosse horizontalmente dirigido a toda a população. O conceito tem sido mais aplicado à programação de televisão.



Índice de Preços

Medida de relação entre o preço de um bem num momento determinado e o preço fixado como padrão, mostrando numericamente suas altas e baixas.

Índice de Resposta

Porcentagem de questionários desenvolvidos em uma pesquisa.

Índice de Retenção de Audiência: Indicador que representa a variação percentual da audiência no início e no final do programa.

Inelastic Demand

Condição pela qual a mudança do preço do produto para mais ou para menos não alteram a quantidade de demanda.

Inflexão

Ponto em que ocorre uma mudança de comportamento de uma curva matemática. A tangente à curva no ponto de inflexão é igual a zero.

Influência Boca a Boca

Comunicação pessoal sobre um produto entre os compradores - alvo e seus vizinhos, amigos, membros da família e colegas.

Influência de Compra Múltiplo

Quando não há um único decisor, como na aquisição de máquina e equipamentos em que a área de produção e técnica deve sempre ser ouvida.

Influência Pessoal

Efeito das afirmações feitas por um indivíduo, pelas atitudes ou ações de compra realizada por uma pessoa que, por sua posição desfruta de poder de influência.

Influenciador

1. Pessoa cujo o ponto de vista ou opiniões tem algum peso na tomada de decisão de compra final. 2. Alguém que faz parte do processo, e que, por sua experiência ou autoridade de posição, influencia na decisão de compra de um serviço ou produto.

Iniciador

1. Pessoa que sugere pela primeira vez ou tem a idéia de comprar dado produto ou serviço. 2. Em marketing, indivíduo que sugere que a compra deve ser feita.

Inovação

Integra os Serviços Evocativos. Tem a ver com a presunção, fundamentada em fatos, de que o produto fornecido provém de fonte atualizada e moderna.

Inovadores

Indivíduos que buscam sempre atualizar suas empresas, quer do ponto de vista administrativo, quer tecnológico.

Input/Output Analysis

Análise insumo/produto, análise de trocas intersetoriais.

Input

1. Informação liberada do mundo exterior para um dispositivo de processamento de dados. 2. Insumo; fator de produção. Também produzido como entrada.



Insight

Expressão usada quando se faz uma descoberta no momento em que se está criando algum texto ou anúncio.

Institucional

Campanha destinada a institucionalizar a marca em geral, em preocupação específica de vender determinado produto. Veja propaganda institucional. Propaganda com o propósito de promover um conceito ou a imagem de uma empresa.

Insumos

Recursos retirados do meio ambiente, como matéria-prima e mão-de-obra, que podem entrar em qualquer sistema organizacional.

Intangibilidade dos Serviços

Características central dos serviços - eles não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados.

Intangível

1. Bem em que não pode ser tocar, impalpável, intocável. 2. Bem cuja reputação não pode ser tocada; é inatacável, ilibada.

Interação

Em análise da variância de dois critérios, o efeito de quando um dos fatores varia segundo diferentes categorias do outro fator.

Interface

Meio conveniente e preciso de o cliente especificar exatamente o que ele necessita. Aspecto importante da customização de massa.

Interscience

Estudos de segmentação de mercado.

Intervalar

Nível de mensuração de dados; caracteriza dados podem ser dispostos em ordem, e para os quais as diferenças entre valores são significativas.

Intervalo de Confiança

Conjunto, ou intervalo, de valores usados para estimar um parâmetro populacional com nível especificado de confiança; chamado também estimativa intervalar.

Interview

Método de pesquisa em que duas pessoa discutem o tema, baseando-se num questionário estruturado ou não.

Intranet I

Rede de comunicação interna de uma empresa, via Internet.

Intrínseco

1. Algo que está dentro de uma coisa ou pessoa e lhe é próprio, interior, íntimo. 2. Algo que está inseparavelmente ligado a uma pessoa ou coisa.

Investimento Concentrado

Aplicação do total dos investimentos em poucas ações.

Ipsis Litteris

1. Iguamente. 2. Com as mesmas letras. 3. Citação textual.