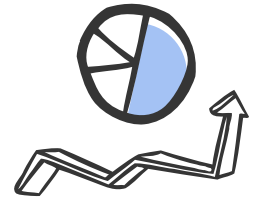


DROGARIA

NOVA CARMELA

Resultados da pesquisa sobre Identidade Visual

ACH4502 - Pesquisa de Marketing



Etapas

01

Briefing

02

Público-Alvo

03

Características
amostra

04

Percepção
de marca

05

Percepção
do nome

06

Conclusões





01

BRIEFING



O NEGÓCIO

A Drogaria e Perfumaria Nova Carmela I é uma microempresa localizada no bairro residencial **Vila Carmela II**, atuando há vinte e quatro anos no mercado. Fundada como uma **farmácia familiar**, expandiu seu portfólio para incluir produtos de perfumaria e cosméticos, a fim de atender às demandas de clientes locais.

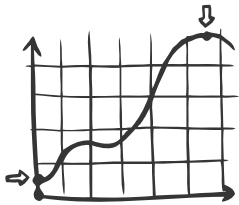
Atualmente, a identidade visual precisa ser modernizada, de forma que transmita **credibilidade** por ser um estabelecimento de saúde. A decisão envolve a possibilidade de reformular a logomarca para atender ao propósito de conhecimento de marca em relação aos concorrentes.





“Qual identidade visual deve ser adotada para manter a Drogaria na mente do público?”

—**Problema de marketing**





“Qual a preferência dos clientes da farmácia sobre a nova identidade visual?”

—**Problema de pesquisa**





Entender o nome mais adequado para a antiga drogaria da rede “União Farma” e qual seria a logo e identidade visual que mais se encaixam com o público e perfil da drogaria

—Objetivos





- Pesquisa quantitativa conclusiva descritiva transversal única;
- Amostragem não probabilística por conveniência aplicada no modelo Survey;
- Questionário aplicado presencialmente e por telefone;
- Foram obtidos 117 respondentes, dos quais 100 são válidos.

—Método





Adotar a Identidade Visual com maior preferência entre as opções avaliadas e que tenha o índice de aprovação superior a 55%.

—Padrão de ação

- 1)
- 2)
- 3)



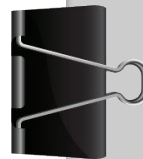
02

PÚBLICO-ALVO





PÚBLICO-ALVO



Residentes do bairro Vila Carmela I que frequentam a loja, tenham mais de 18 anos de idade e de ambos os gêneros.

O frequentador é todo indivíduo que visitou a loja pelo menos uma vez nos últimos 3 meses, ainda que não tenha efetuado uma compra.





03

CARACTERÍSTICAS AMOSTRA





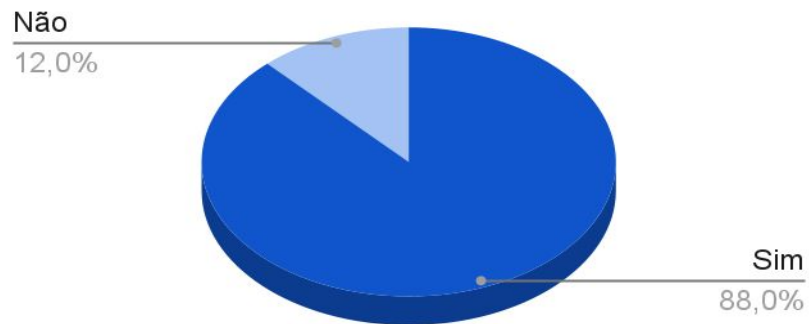
3.1

PERFIL RESPONDENTES



MORADORES

88% dos respondentes são moradores da região do Vila Carmela



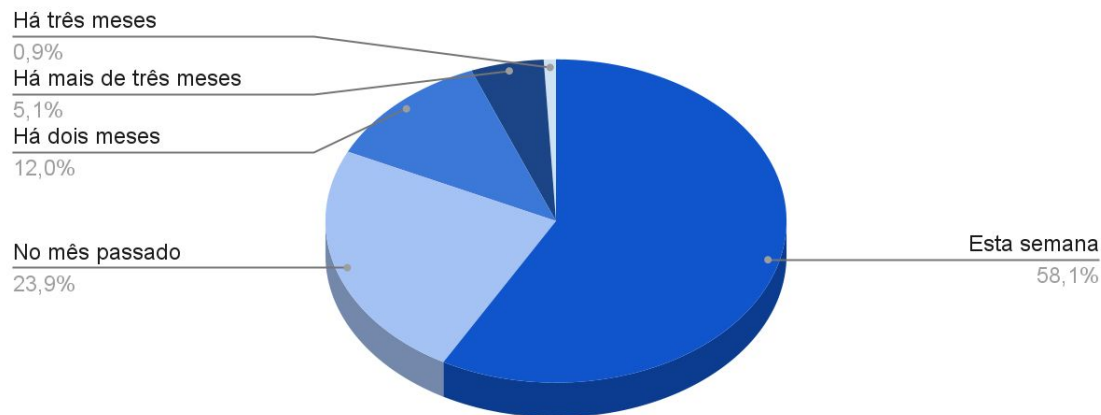
Número total de respondentes: 117 respondentes

Base válida: 100 respondentes

Q01 - Bloco 1. O(A) Sr.(a) é residente do bairro Vila Carmela I ou região? [RU]

FREQUÊNCIA

58% das pessoas frequentaram a drogaria na mesma semana que responderam a pesquisa.



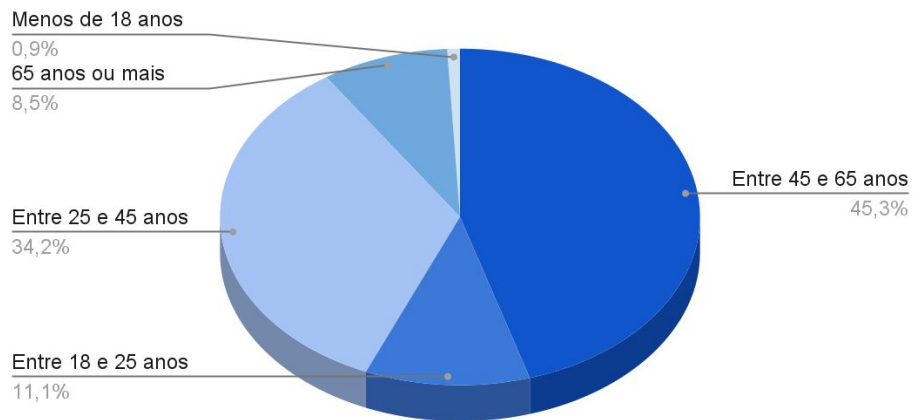
Número total de respondentes: 117 respondentes

Base válida: 100 respondentes

Q02 - Bloco 1. Qual foi a última vez que frequentou a farmácia? [RU]

IDADE

Quase metade (45%) dos respondentes tem entre 45 e 65 anos, mas pessoas entre 25 e 45 anos também se destacaram entre as respostas.



Número total de respondentes: 117 respondentes

Base válida: 100 respondentes

Q03 - Bloco 1. Quantos anos o(a) Sr.(a) tem? [RU]



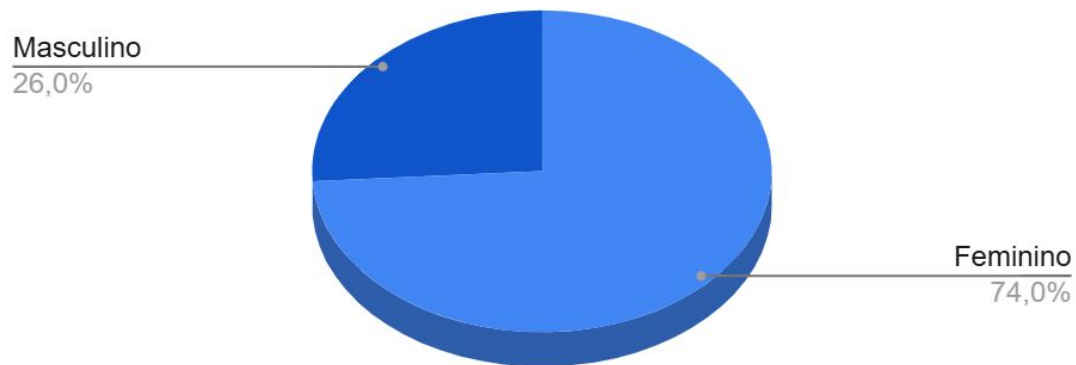
3.2

DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS



GÊNERO

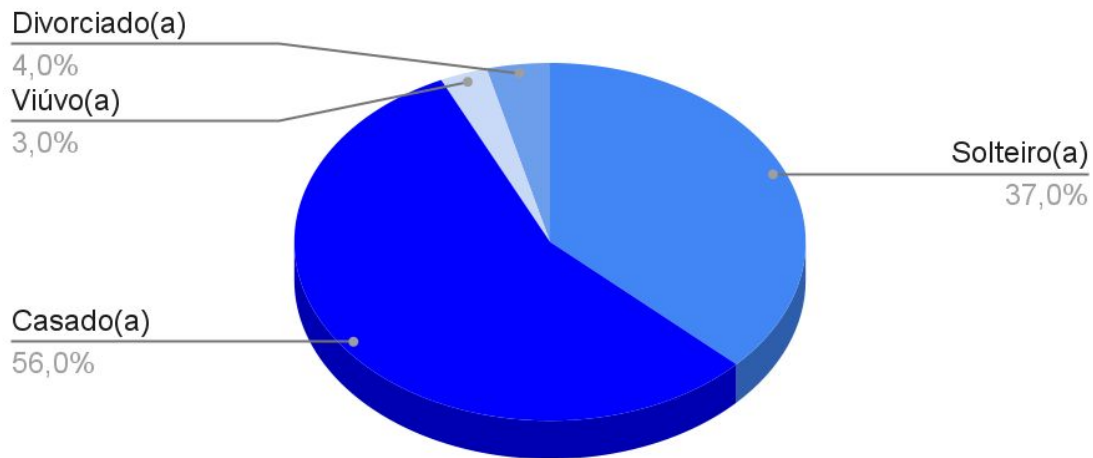
74% dos respondentes são do gênero feminino



Base válida: 100 respondentes.
Q03 - Bloco 4. Qual é seu gênero? [RU]

ESTADO CIVIL

Mais da metade dos respondentes são casados

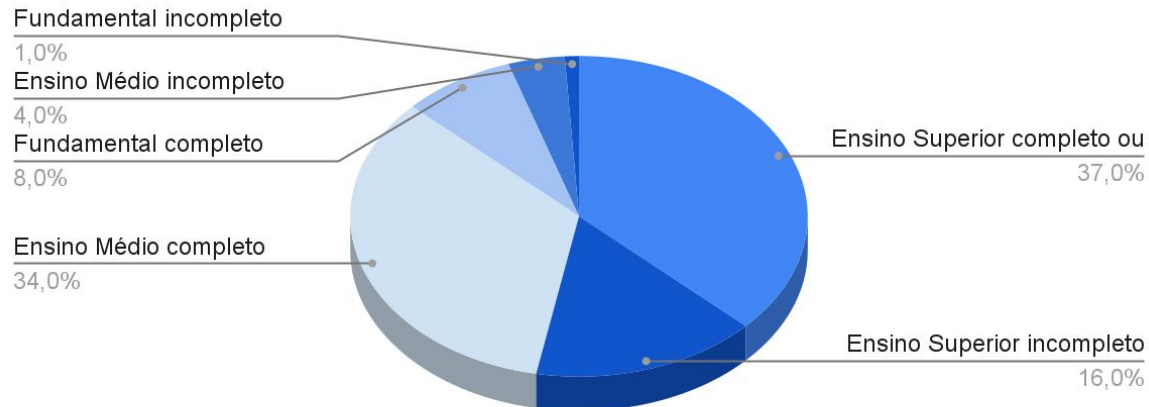


Base válida: 100 respondentes.

Q04 - Bloco 4. Qual é seu estado civil?

NÍVEL DE ESCOLARIDADE

Entre os principais níveis de escolaridade está nível superior (37%) e médio (34%)

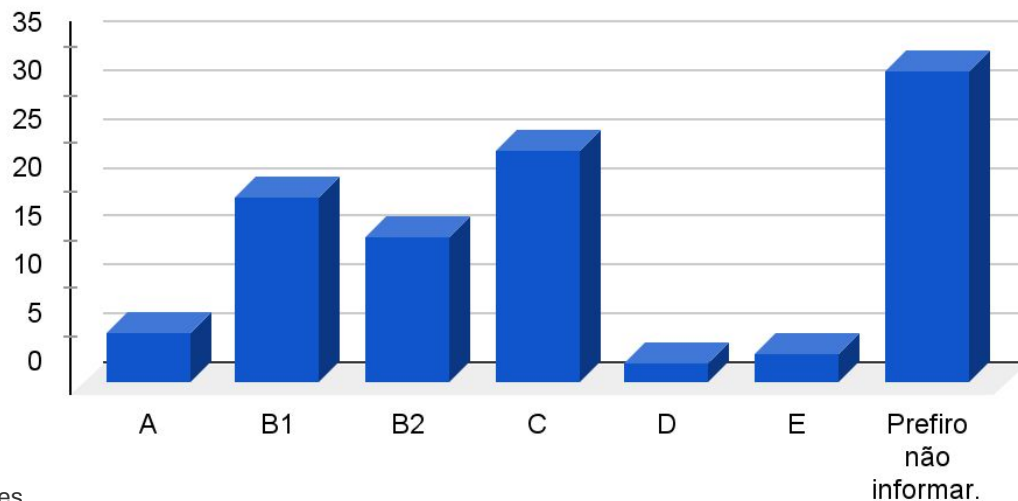


Base válida: 100 respondentes.

Q05 - Bloco 4. Qual o seu grau de escolaridade? [RU]

CLASSE

Desconsiderando as pessoas que preferem não informar, que totalizam a maior parte de respondentes (33%), a maioria se encontra na classe social C (24%)

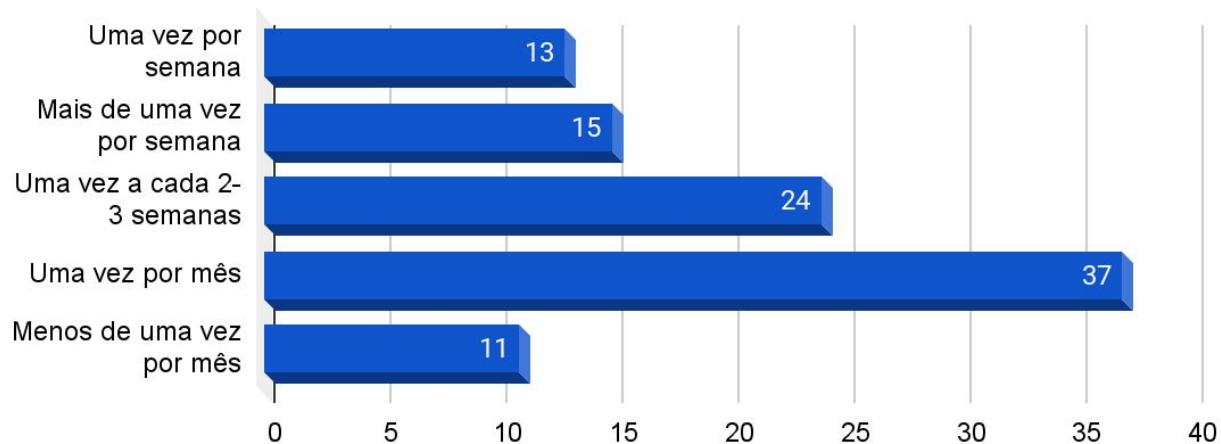


Base válida: 100 respondentes.

Q06 - Bloco 4. Qual a classe socioeconômica do(a) Sr.(a)? [RU]

FREQUÊNCIA DE VISITA

Grande parte dos respondentes frequentam a drogaria uma vez por mês

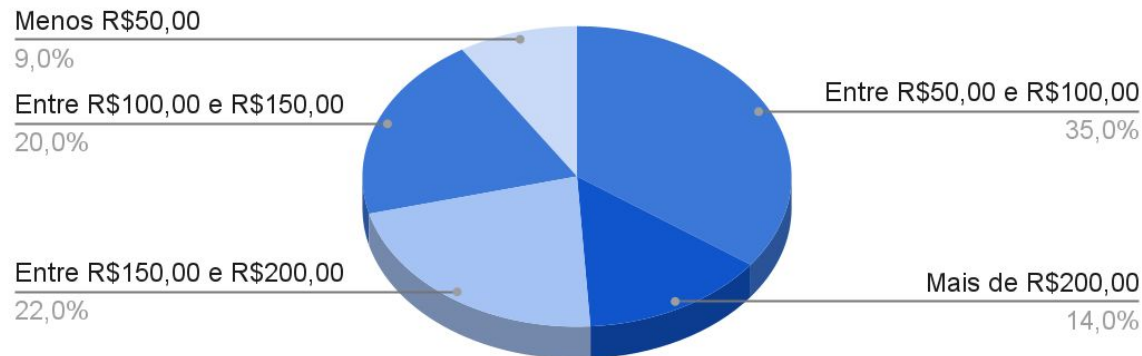


Base válida: 100 respondentes.

Q07 - Bloco 4. Com que frequência o(a) Sr.(a) costuma visitar a Drogaria?

HÁBITOS DE COMPRA

A maioria dos respondentes gasta entre R\$ 50,00 e R\$100,00 ao mês na drogaria

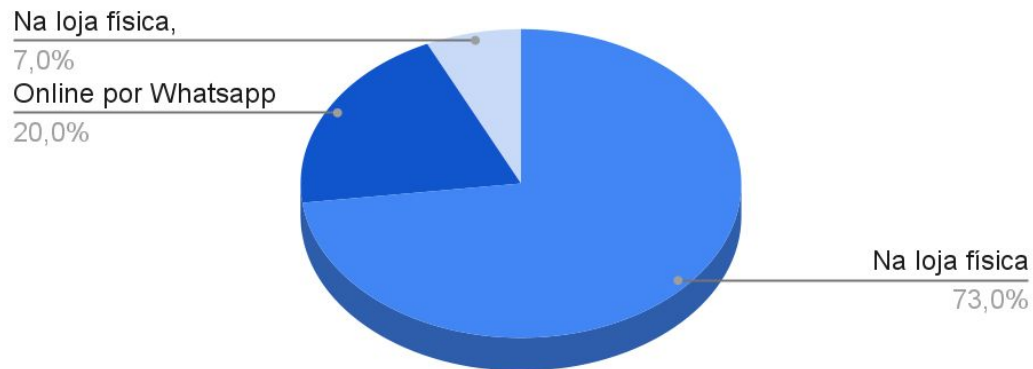


Base válida: 100 respondentes.

Q08 - Bloco 4. Quanto o(a) Sr.(a) costuma consumir em média na Drogaria, considerando tanto medicamentos quanto produtos de perfumaria?

LOCAL

73% respondentes fazem suas compras primordialmente em loja física



Base válida: 100 respondentes.

Q09 - Bloco 4. Como o(a) Sr.(a) geralmente faz suas compras na nossa farmácia? [RM]



04

PERCEPÇÃO DE MARCA





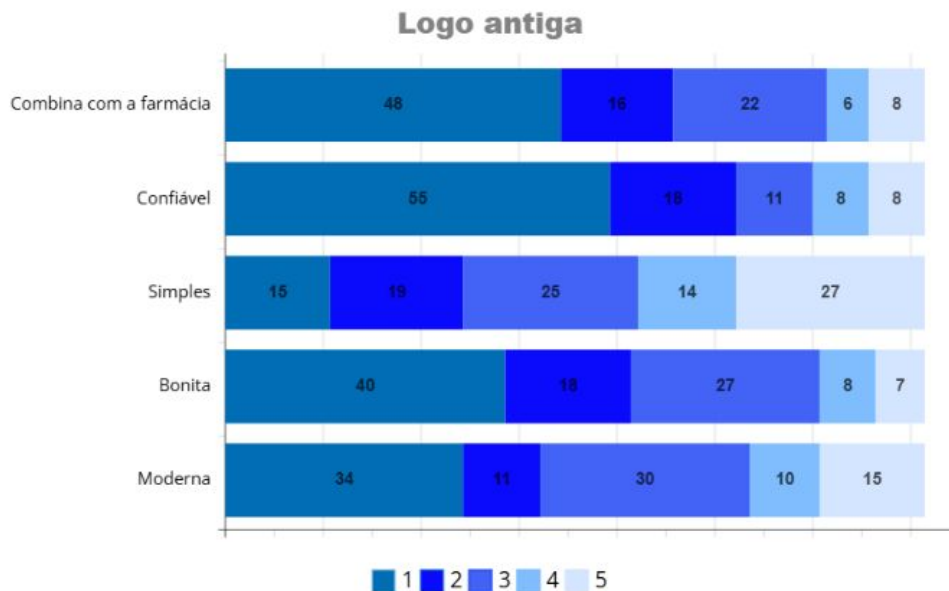
PERCEPÇÃO DE MARCA

Identidade visual antiga





48% acreditam que a logo antiga combina com a farmácia, 55% garantem que ela parece confiável, 27% acham sofisticada, 40% acreditam ser bonita e 34% moderna

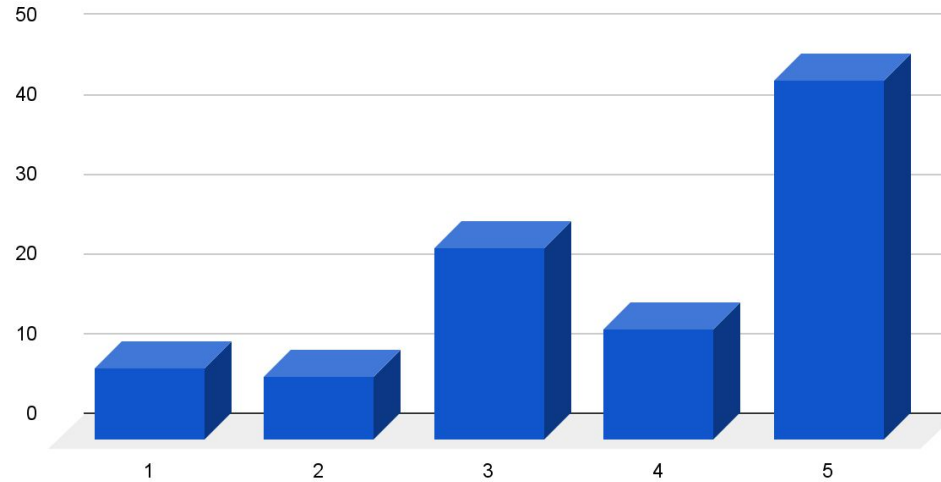


Base válida: 100 respondentes.

Q01 - Bloco 2. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca antiga. [RM]



Quase 50 respondentes gostam muito da logo antiga



Base válida: 100 respondentes.

Q02 - Bloco 2. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]



PERCEPÇÃO DE MARCA

Identidade visual: opção 1

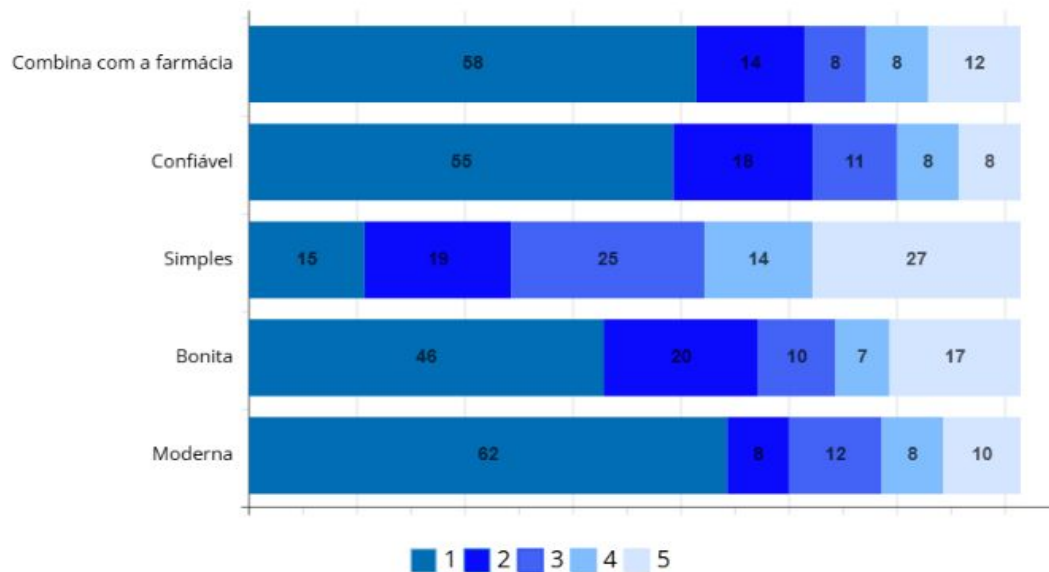


DROGARIA
Nova Carmela





As características da logo mais apontadas foram: Moderna (62%), Combina com a farmácia (58%) e Confiável (55%)

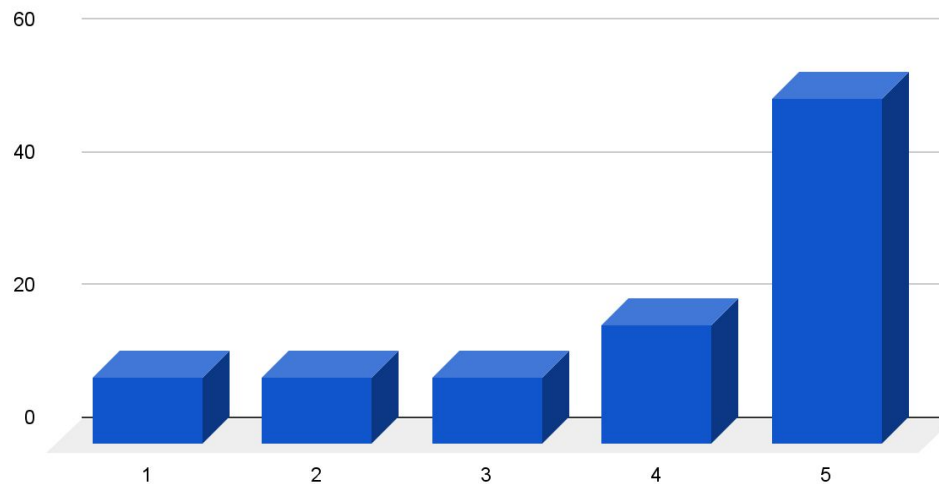


Base válida: 100 respondentes.

Q04 - Bloco 2. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca antiga. [RM]



Pouco mais da metade dos clientes gostam muito da logo de número 1



Base válida: 100 respondentes.

Q05 - Bloco 2. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 "gosto pouco" e 5 "gosto muito"? [RU]



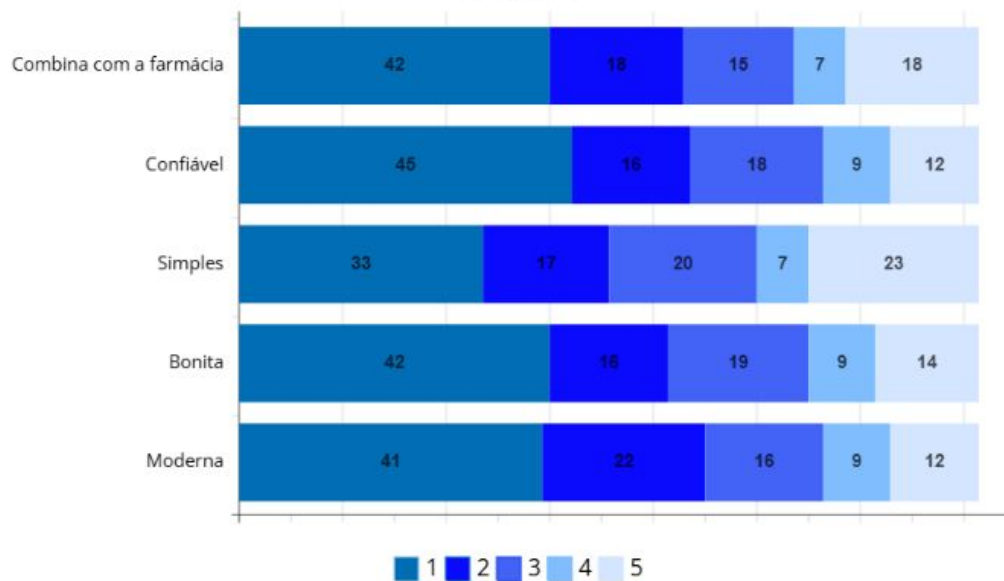
PERCEPÇÃO DE MARCA

Identidade visual: opção 2





As características da logo que mais foram apontadas foram: Confiável (45%), Bonita (42%) e Combina com a farmácia (42%)

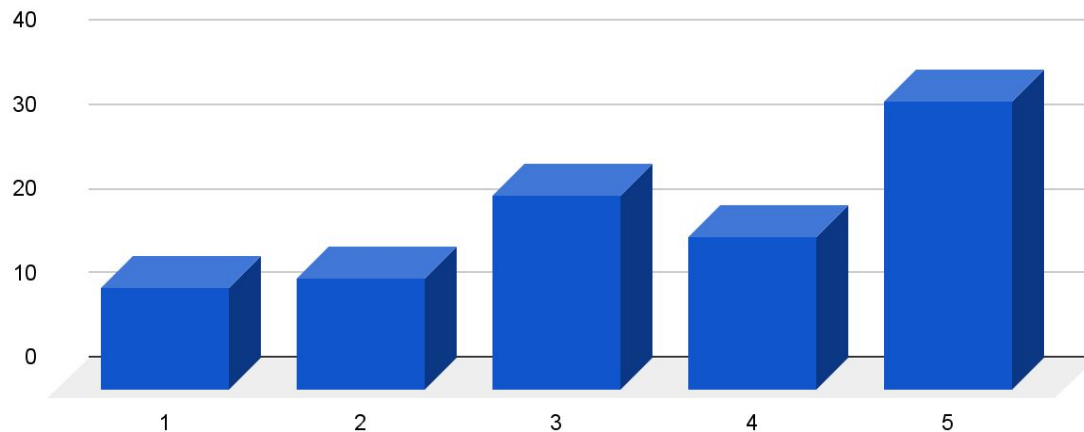


Base válida: 100 respondentes.

Q07 - Bloco 2. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca abaixo. [RM]



Pouco mais de 30 respondentes gostam muito da segunda opção de logo



Base válida: 100 respondentes.

Q08. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

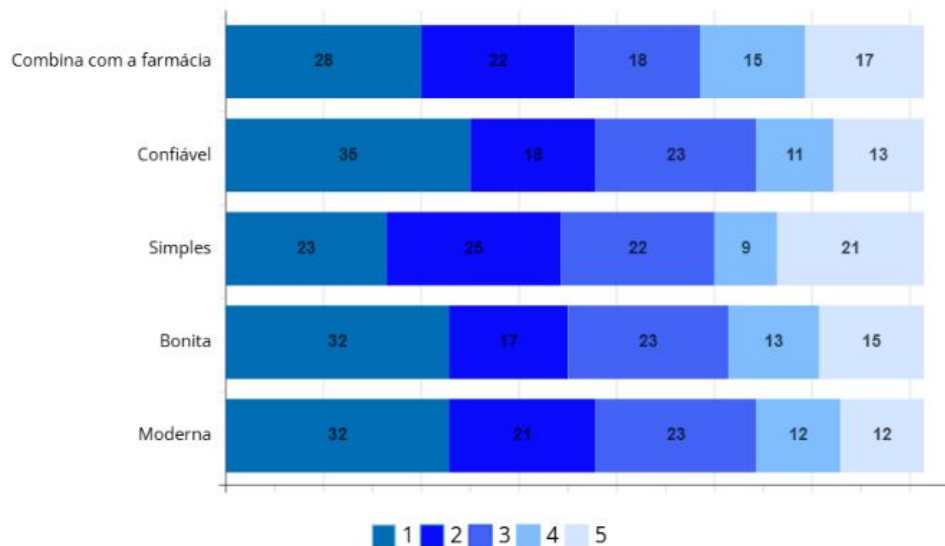
PERCEÇÃO DE MARCA

Identidade visual: opção 3





Com respostas mais homogêneas entre si, a terceira logo traz a confiabilidade, modernidade e beleza como características destacadas

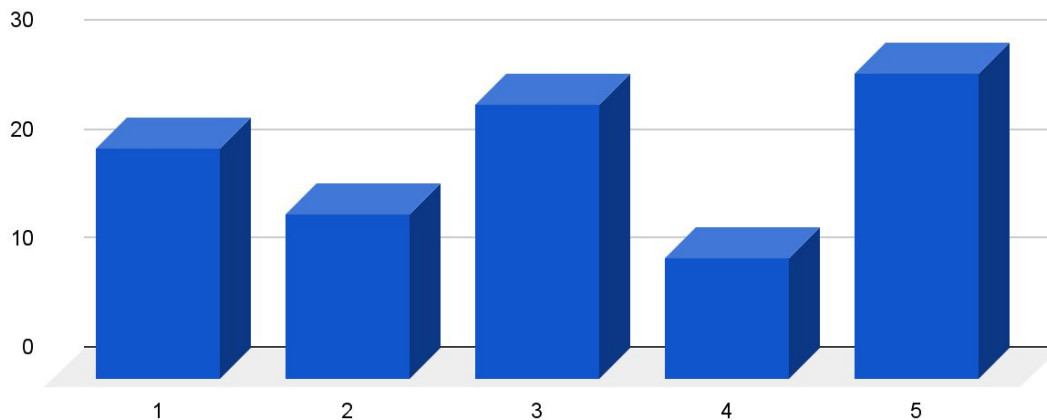


Base válida: 100 respondentes.

Q10. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca abaixo. [RM]



Sendo a logo com menos votos entre os respondentes, a terceira logo teve pouco menos de 30 gostos



Base válida: 100 respondentes.

Q11. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]



05

PERCEPÇÃO DO NOME





PERCEÇÃO DO NOME DA LOJA

Opções de nome: União Farma e Drogeria Nova Carmela

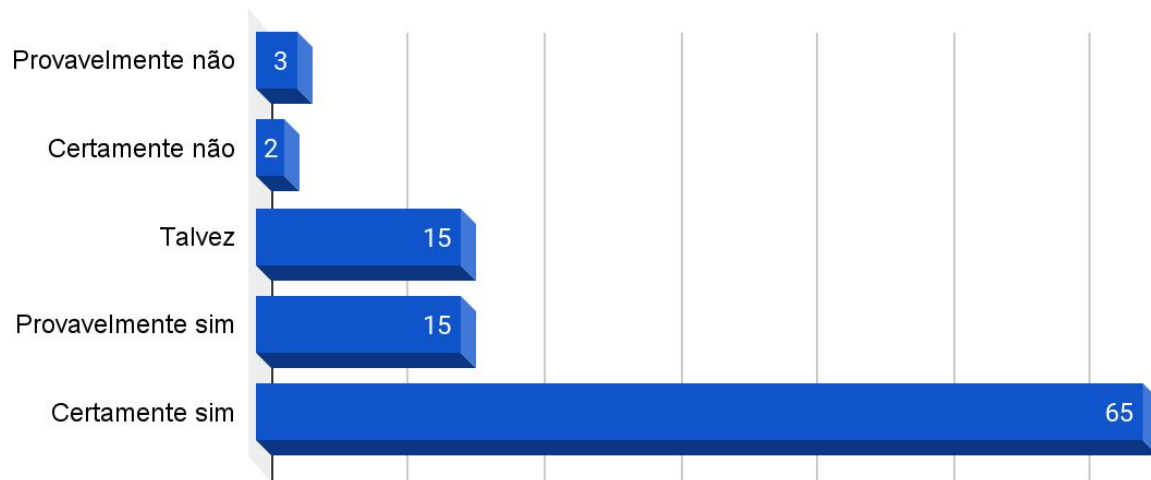
UNIÃO
farma

DROGARIA
Nova Carmela





65% dos respondentes acreditam certamente que o novo nome “Drogaria Nova Carmela” é o mais adequado



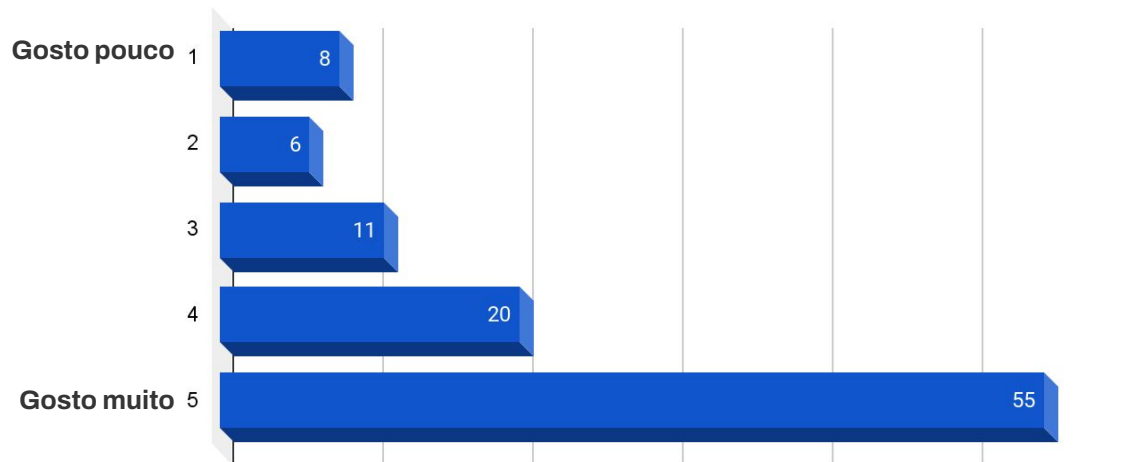
Base válida: 100 respondentes.

Q01 - Bloco 3. O(A) Sr.(a) acha que o novo nome Drogaria Nova Carmela é mais adequado que Drogaria União Farma? [RU]





55% dos respondentes gostam muito do nome Drogaria Nova Carmela



Base válida = 100

Q02 - Bloco 3. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta do novo nome Drogaria Nova Carmela , sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]





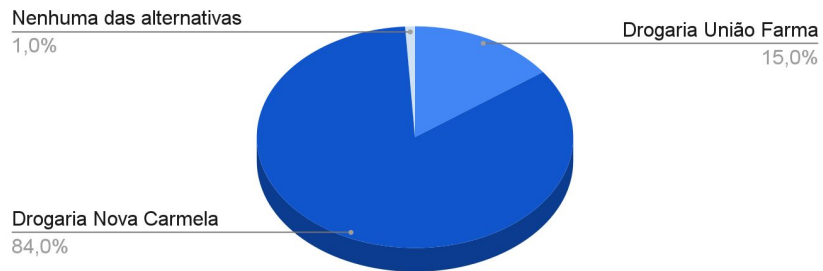
06

AS CONCLUSÕES



Conclusões

Q03 - Bloco 3. Considerando os dois nomes, qual o(a) Sr.(a) prefere?



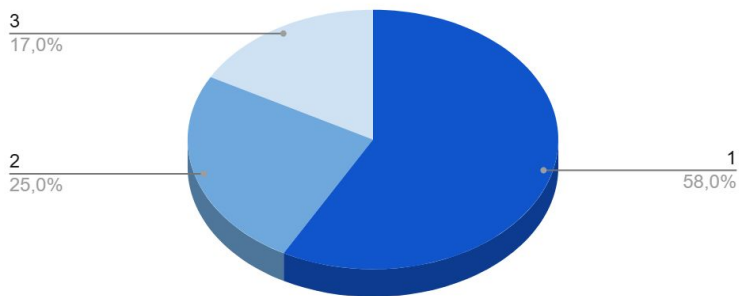
O tomador de decisão deve adotar o nome “Drogueria Nova Carmela”, uma vez que teve 84% de preferência entre os respondentes.

DROGARIA
Nova Carmela



Conclusões

Q13 - Bloco 2. Entre as logomarcas a seguir, qual a sua preferida para ser a nova identidade visual da farmácia? [RU]



Segundo a votação e opinião de 58% dos clientes da drogaria, a logo que mais se adequa ao estabelecimento é a logo de número 1

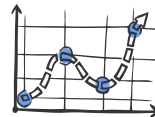




OBRIGADA

EACH USP - GRUPO 07

17 de junho de 2024



MATUTINO

Carolina Nóbrega - 14760860

Caroline Martins - 14708610

Giovana Alencar - 14746620

Lorena Ribeiro - 14778219

