

***RAD 1404 – Pesquisa de Marketing***

**Semana 1**

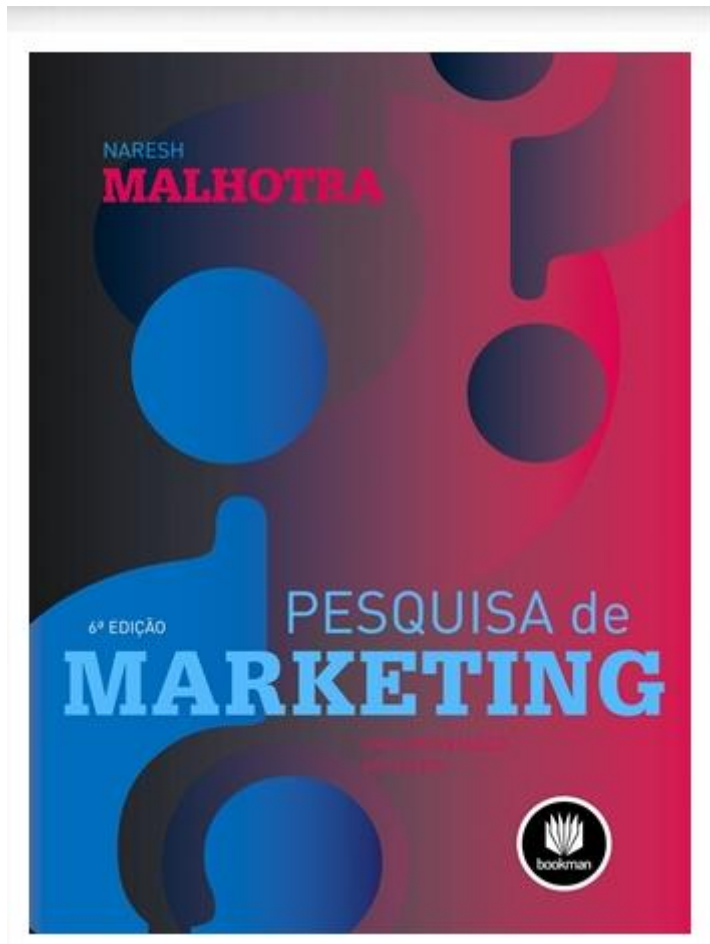
**Processo de Pesquisa e  
Definição Problema (objetivos)  
de  
Pesquisas de Marketing**

*Prof. Dirceu Tornavoi de Carvalho*

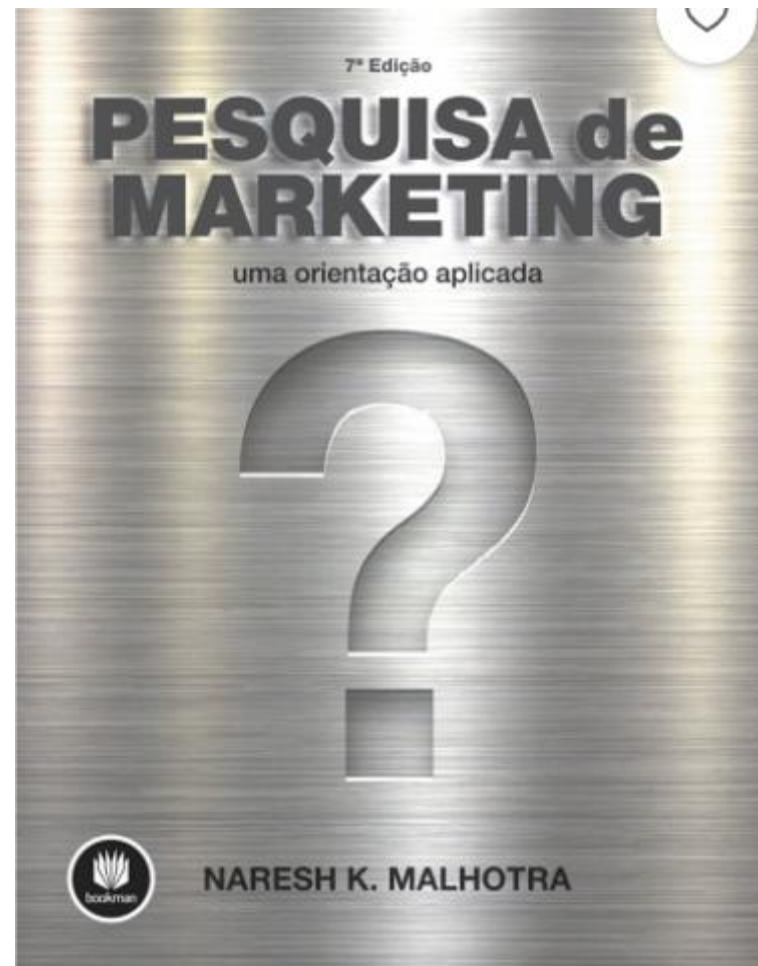
*Livro Texto*  
*MALHOTRA, Naresh K.*

*Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.*

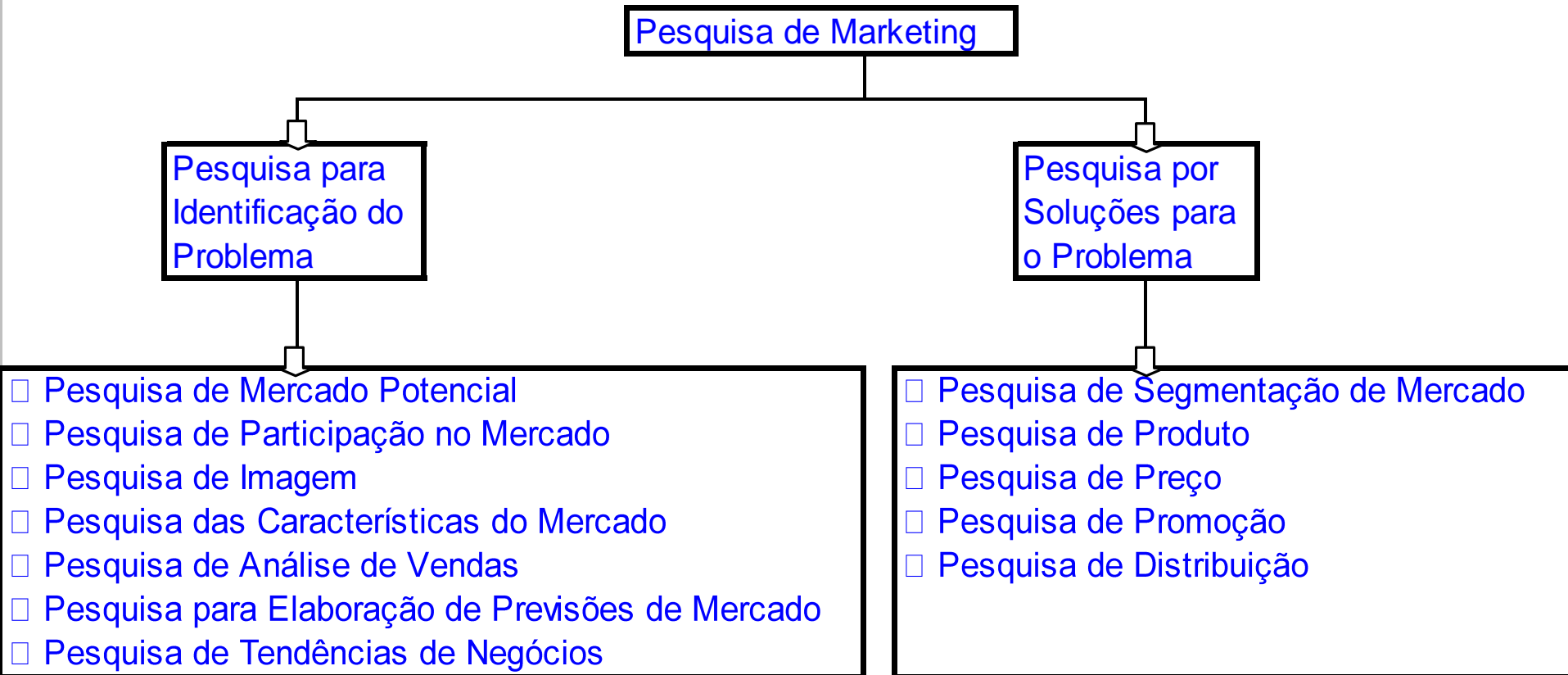
*6ª ed., Bookman, 2012.*



*7ª ed., Bookman, 2019.*



# Questões Mais Comuns à Pesquisa de Marketing



# **Tipos de questões mais comuns tratadas por Pesquisa de Marketing.**

# **Modelos de Pesquisa mais usados pelo Mercado**

- **Segmentação: Identificação de Segmentos de Mercado e caracterização de seus perfis:**
  - **Demográfico.**
  - **Comportamento, opiniões e preferências dos consumidores.**
  - **Hábitos de compra e uso de produtos específicos**
  - **Mensuração de potencial de mercado.**
  - **Dimensionamento de mercado: tamanho provável de público(s) a atingir**
- **Pesquisa de imagem de marca. – atração de clientes**
- **Pesquisa de Satisfação de clientes - retenção**

# **Pesquisa de Produto**

- **Teste de conceito**
- **Avaliação de produtos (novos ou não)**
- **Aceitação dos novos produtos/marcas ou de mudanças em produtos já no mercado**
- **Vantagens distintivas em relação à concorrência.**
- **Pesquisa de embalagem.**

# Pesquisa de Propaganda

- **Motivações e eficácia da propaganda.**
- **Estudos de *Recall*.**
- **Pesquisa de Mídia (audiência).**
- **Estudo da propaganda de concorrentes. Estudos motivacionais (opiniões, percepções, sensações, sentimentos...), como subsídios para o planejamento de comunicação/marketing**
- **Pré e pós-testes de comunicação (peças e/ou campanhas)**
- **Estudos de acompanhamento de mercado: Painel ou Tracking, envolvendo produto/marca e sua comunicação**

# Pesquisa de Vendas

- Auditoria de Loja ( *Store Audit*).
- Eficácia de promoções.
- Delimitação de territórios de vendas



# Exemplo SEBRAE

- [www.youtube.com/watch?v=99v9tUyLpkA](http://www.youtube.com/watch?v=99v9tUyLpkA)



# Leitura e discussão de um relatório de pesquisa

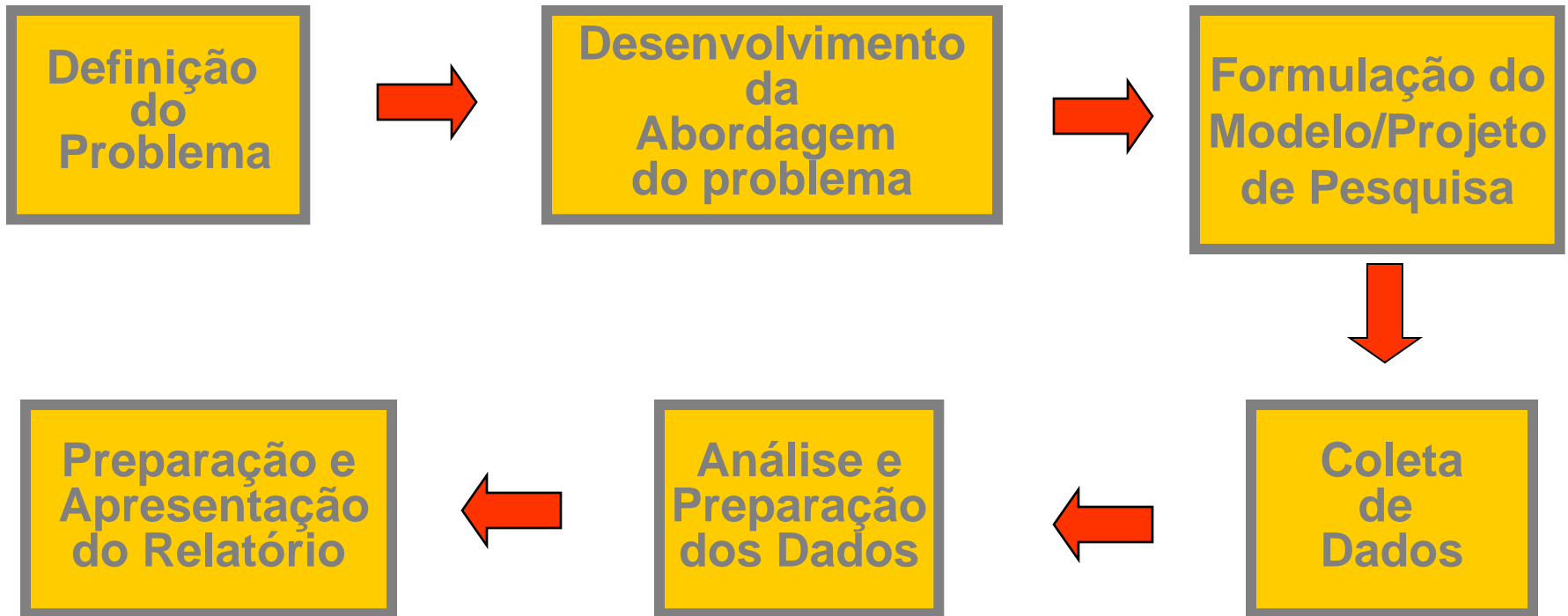
<http://datafolha.folha.uol.com.br/mercado/2019/11/1988498-marca-de-aplicativo-estreia-com-alta-retencao-em-a-dona-do-pedaco.shtml>



LEMBRANÇA DE  
**MERCHANDISING**

Product Placement na novela  
A Dona do Pedaco

# O Processo da Pesquisa de Marketing



# Definição do Problema Gerencial

- Contexto ambiental do problema
- Históricos e previsões
- Recursos e limitações
- Objetivos da decisão a ser tomada pela empresa.
- Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
- Ambiente legal e econômico
- Capacitações em tecnologia e marketing

# Problema Gerencial e Problema de Pesquisa

**Problema Gerencial**

**Problema de Pesquisa**

**Desenvolvimento de embalagem para um novo produto**

**Avaliar a efetividade de esquema de embalagens alternativas**

**Aumentar a penetração de mercado através da abertura de novas lojas**

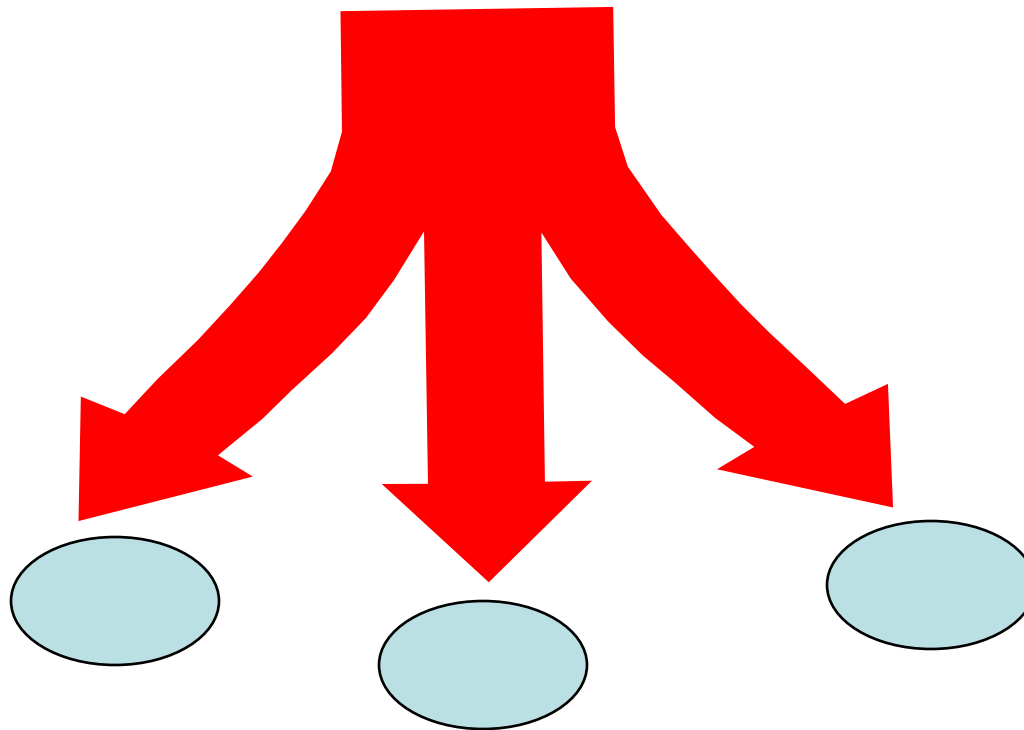
**Avaliar localizações possíveis**

**Introduzir novos produtos**

**Delinear teste de mercado, analisando a provável aceitação do novo produto**

# O Problema ou Objetivo da Pesquisa

*Objetivo Geral*



*Objetivos Específicos*

# Exercício em grupo

- **Objetivo: Compreender as diferenças entre a definição do problema gerencial e a definição do problema de pesquisa**
- **Leitura do texto**
  - **O Problema da Pesquisa de Marketing: da Mesa do Responsável Pelas Decisões até a Execução do Estudo**
- **Discussão - Programa de cursos de Treinamento para Supervisores**  
Vide textos no STOA

# **Desenvolver uma abordagem ao problema**

- **Teorias e Modelos Analíticos aplicáveis.**
- **Evidências e dados secundários.**
- **Pesquisa exploratória.**
- **Questões de Pesquisa e/ou Hipóteses.**
  - **O que precisa ser respondido para atender aos objetivos?**
- **Operacionalização de conceitos e adaptação de construtos.**



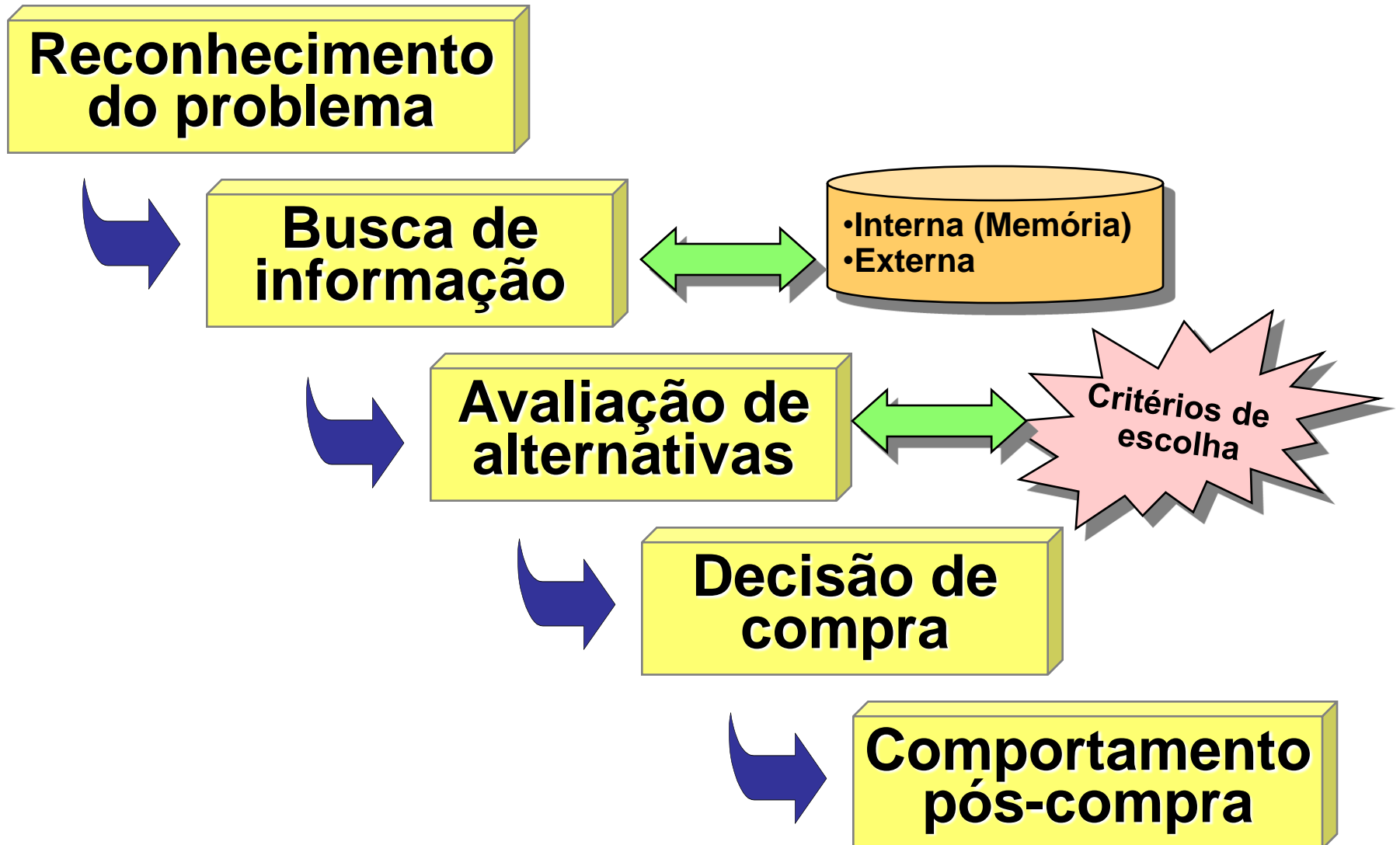
# Alguns passos para a abordagem ao problema

- Análise de dados internos à empresa.
- ABC de clientes e produtos.
- Comportamento do cliente (consumidor ou comprador industrial).
- Segmentação de mercado.
- Conceitos específicos ao problema

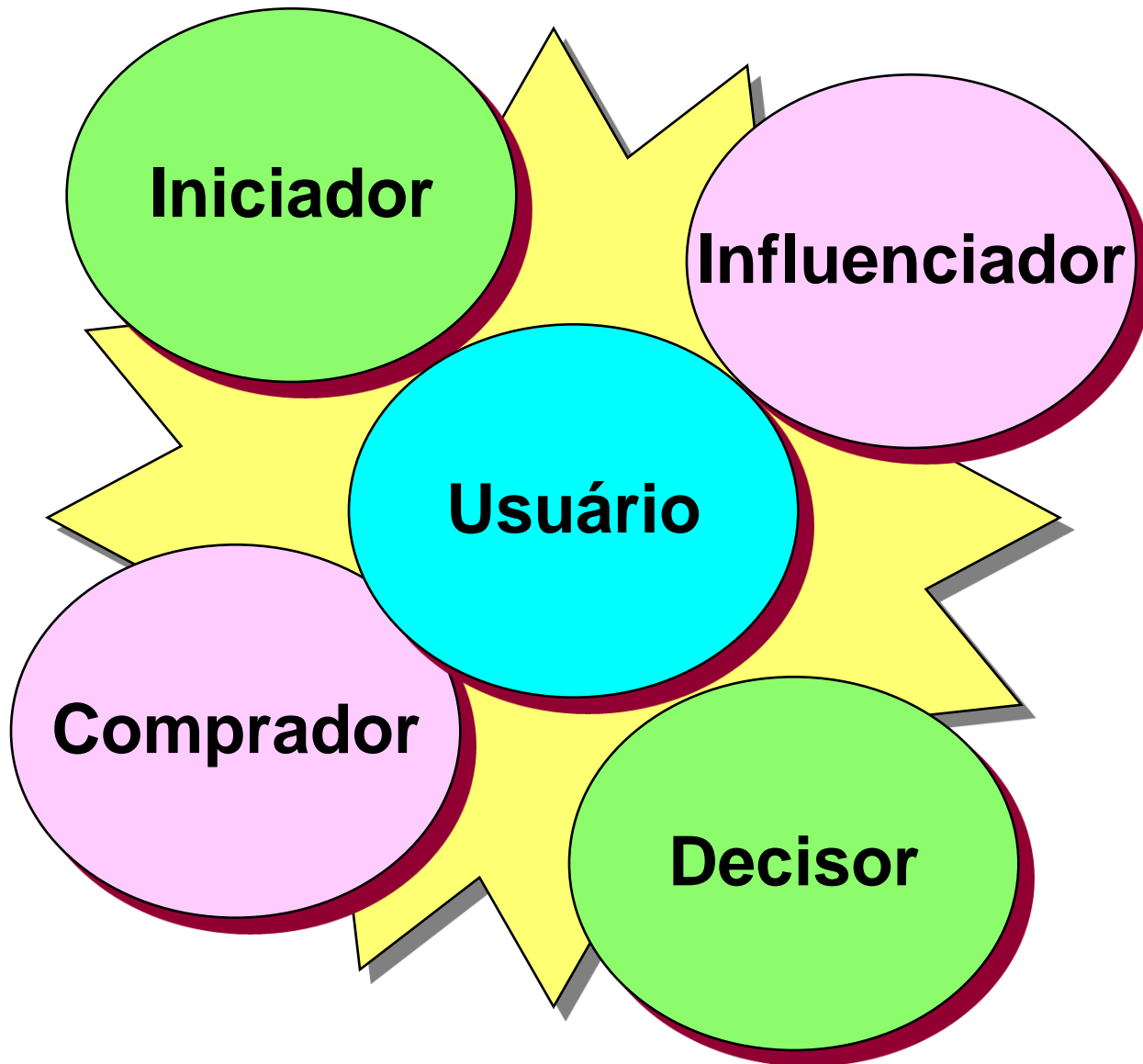
Referenciais teóricos úteis  
na abordagem ao  
problema do lançamento  
de um produto de  
consumo



# Etapas do processo de compra



# Papéis no processo de compra



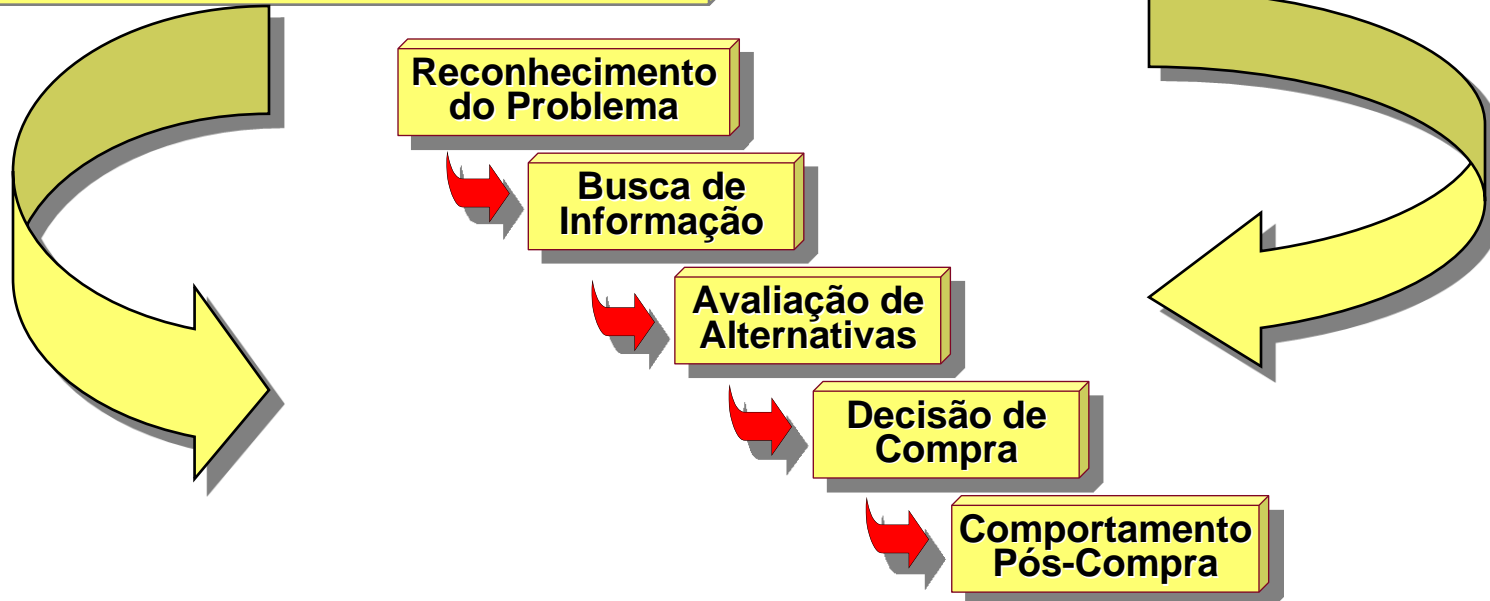
# Fatores que moldam a decisão de compra

## Influências Ambientais

- Cultura
- Classe social
- Influências Pessoais
- Família
- Situação de compra

## Diferenças individuais

- Recursos do consumidor
- Motivação e envolvimento
- Conhecimento e aprendizagem
- Crenças e atitudes
- Personalidade
- Valores e estilo de vida



# Preparação dos grupos de projeto

- Alguém tem empresas interessadas em pesquisa?
- Qual categoria de produto estudaram qualitativamente em “Comportamento do Consumidor”
- Fazer lista de membros