

Dúvida e orientação sobre projeto da disciplina Pesquisa de Marketing

Thais de Lima Brugnaro - 27 de mar. de 2020 19:02 (há 21 horas)

Professor, boa noite!

Meu nome é Thaís e faço a disciplina de Pesquisa de Marketing no diurno com você. Hoje de manhã acompanhei a aula e você disse que poderíamos entrar em contato caso precisássemos de ajuda e estamos com algumas dúvidas no trabalho.

Na composição dos grupos postados no Stoa, nós somos o grupo 3 (bar temático) e o nosso trabalho será sobre a abertura de uma franquia de um bar universitário em Ribeirão Preto. Sendo assim, nosso objetivo vai ser fazer uma pesquisa de mercado sobre as preferências do consumidor acerca desse estilo de estabelecimento, para entender o público daqui.

Ficamos com dúvida nos problemas e objetivos da pesquisa, não sabemos se está certo. Você poderia nos dar uma devolutiva quanto a isso? Definimos como:

Objetivo geral: identificar quais são os atributos e preferências dos consumidores com o intuito de se diferenciar dos concorrentes e proporcionar um melhor atendimento

Objetivos específicos:

Identificar quais são os atributos mais valorizados pelos consumidores

Identificar quais são as preferências em relação aos atributos reconhecidos

Compreender o que promove a diferenciação do negócio em relação aos outros concorrentes de modo a obter vantagem competitiva

Identificar quais são os atributos mais valorizados pelas Associações Atléticas Acadêmicas para a viabilização de parcerias

Problema gerencial: temos uma empresa que quer abrir uma franquia em Ribeirão Preto e quer conhecer melhor o seu novo público, para poder se adequar e atender melhor os clientes

Problema de pesquisa é identificar quais são as preferências dos universitários de Ribeirão Preto.

Sobre a abordagem teórica, não entendemos muito bem o que precisamos fazer. É para pesquisar artigos sobre o tema?

Sobre o roteiro para descobrir os atributos relacionados ao bar universitário, devemos enviar somente o roteiro de questões ou já vamos em busca de pessoas para realizar as entrevistas?

Agradeço desde já a disponibilidade!

Atenciosamente,

Thaís de Lima Brugnaro

RESPOSTA

Cara Thaís

Aproveito a sua dúvida pra enviar orientação pra todos seus colegas.

Vamos começar pelo seu Problema gerencial: “temos uma empresa que quer abrir uma franquia em Ribeirão Preto e quer conhecer melhor o seu novo público, para poder se adequar e atender melhor os clientes”

Daí você diz:

“Problema de pesquisa é identificar quais são as preferências dos universitários de Ribeirão Preto. “

Então entendo que os universitários são o novo público do bar.

Então, reformulando o problema de decisão gerencial:

A empresa quer abrir, em RP, um bar voltado ao público universitário e quer uma pesquisa para orientar o projeto desse bar.

Daí vem a abordagem teórica: Quais são as decisões envolvidas no projeto de um bar?

Os objetivos devem estar associados às decisões específicas que precisam ser tomadas

A teoria sobre a as dimensões de valor desse negócio deve dizer coisas como:

1) Localização: Onde esse bar deve ser??

Então um dos objetivos da pesquisa deveria ser obter, dos potenciais clientes, uma avaliação de diferentes localizações consideradas pelo empreendedor – O que há de bom e ruim em cada uma?

2) Tamanho e tipo de ambiente – á aberto? Fechado? Tem os dois? De que tamanho?

3) Decoração e atrações - Quais são os temas de decoração e de atrações (música, performances, etc.)

4) Conceito do bar – quais seriam os competidores e como são avaliados

Então um dos objetivos da pesquisa deve ser obter avaliações dos clientes potenciais sobre alternativas disso, e hábitos como frequência de saída pra bares, companhias, ocasiões. De consumo.

5) Comida e atendimento Que tipo de comida / bebidas os públicos preferem?

Se já há um cardápio definido , obter uma avaliação dele

6) Qual nível de preços?

7) Atendimento - tipo de atendimento, perfil dos atendentes, preferidos pelo público alvo.

8) Qual é a frequência com que diferentes subgrupos dentro do público alvo vai a bares e qual é o ticket médio de compra – com isso estimar a demanda pelo novo bar

Então você teria como Objetivo geral:

Identificar quais são os atributos chave de um bar preferidos pelos consumidores universitários de Ribeirão Preto e obter deles avaliações de alternativas de diferenciação positivas dos concorrentes

Seguem os 8 objetivos específicos acima, um para cada dimensão de valor do negócio

Talvez tenha mais. Uma abordagem teórica mais aprofundada (com artigos acadêmicos e/ou publicações setoriais) pode lhe revelar novas dimensões que precisam ser decididas e eventualmente detalhes das que eu listei acima.

Caso ainda tenha dúvidas não hesite em perguntar.

Abraço

Dirceu