

SUGESTÃO BRIEFING PESQUISA MERCADO

O briefing da pesquisa é um documento, elaborado pelo(a) pesquisador(a), que reflete entendimento, compartilhado com o gestor, acerca do Problema de Decisão Gerencial e das necessidades de informação do(s) gestor(es) para a tomada de decisões de ação de marketing.

O briefing é obtido por meio de uma ou mais entrevistas com o(s) gestor(es), bem como pela análise dos dados internos disponibilizados pela empresa. Ele será a base para se formular os objetivos que guiarão a pesquisa. Como em qualquer roteiro de entrevista, as perguntas são temas a explorar na conversa e não um questionário fixo.

Tenha sempre em mente que seu objetivo é identificar o problema de decisão e as informações de mercado necessárias para equacioná-lo. O modelo a seguir é apenas indicativo e deve ser adaptado antes e durante a entrevista para se construir consenso entre gestor e o pesquisador. Ele pode ser dividido em tópicos de interesse ou abrangência.

Os textos em LETRAS MAÍSCULAS são instruções ao entrevistador.

1) CONTEXTUALIZAÇÃO PROBLEMA PESQUISA/DOR/OPORTUNIDADE

1.a) Conte-me um pouco sobre a sua empresa/marca/produtos/serviços.

DEIXE FALAR

1.b) Como você descreve o(s) público(s) alvo de sua empresa?

EXPLORE DETALHES DE CADA PÚBLICO: LOCALIZAÇÃO, PERFIL, COMPORTAMENTO COMPRA.....

2) O PROBLEMA PESQUISA

2.a) Na relação da sua empresa com clientes e públicos-alvo há algum problema ou oportunidade que você tenha interesse em explorar com uma pesquisa?

EXPLORAR CADA UMA CITADA E PERGUNTAR “MAIS ALGUMA COISA?”

2.b) Você já tem alguma ideia de ação em relação a este problema ou oportunidade? Quais são suas dúvidas?

EXPLORAR - PERGUNTAR “MAIS ALGUMA COISA?”

3) AÇÕES GESTOR A PARTIR RESULTADO DA PESQUISA

3.a) Quais informações você considera fundamentais/ importantes/ relevantes para se tomar boas decisões acerca desta oportunidade / problema?

EXPLORAR CADA UMA CITADA E PERGUNTAR “MAIS ALGUMA COISA?”

EXPLORE TAMBÉM COMO QUANTIFICAR AS INFORMAÇÕES DE QUE O GESTOR PRECISA

3.b) Você pode dar exemplos de como os resultados da pesquisa vão influenciar as ações que você imagina serem necessárias a esta oportunidade/problema/objetivo da empresa?

EXPLORAR CADA UMA CITADA E PERGUNTAR “MAIS ALGUMA COISA?”

4) PÚBLICO-ALVO

Quem deverá responder a pesquisa? Qual é o seu público de interesse? Descreva o perfil desse público.

O estudo deve cobrir Áreas Geográficas específicas? Quais?

Você tem base de contatos deste público-alvo?

Qual a melhor forma de contatá-los?? Qual o grau de dificuldade em fazer contato/obter resposta?

EXPLORAR CADA UMA CITADA E PERGUNTAR “MAIS ALGUMA COISA?”

5) CRONOGRAMA

Usualmente as decisões têm prazo, que condicionam o cronograma da pesquisa.