



Introdução ao Marketing

LOQ4240 – UA5

Análise pública e Pesquisa de Mercado

Prof. Dr. Lucio Garcia Veraldo Junior

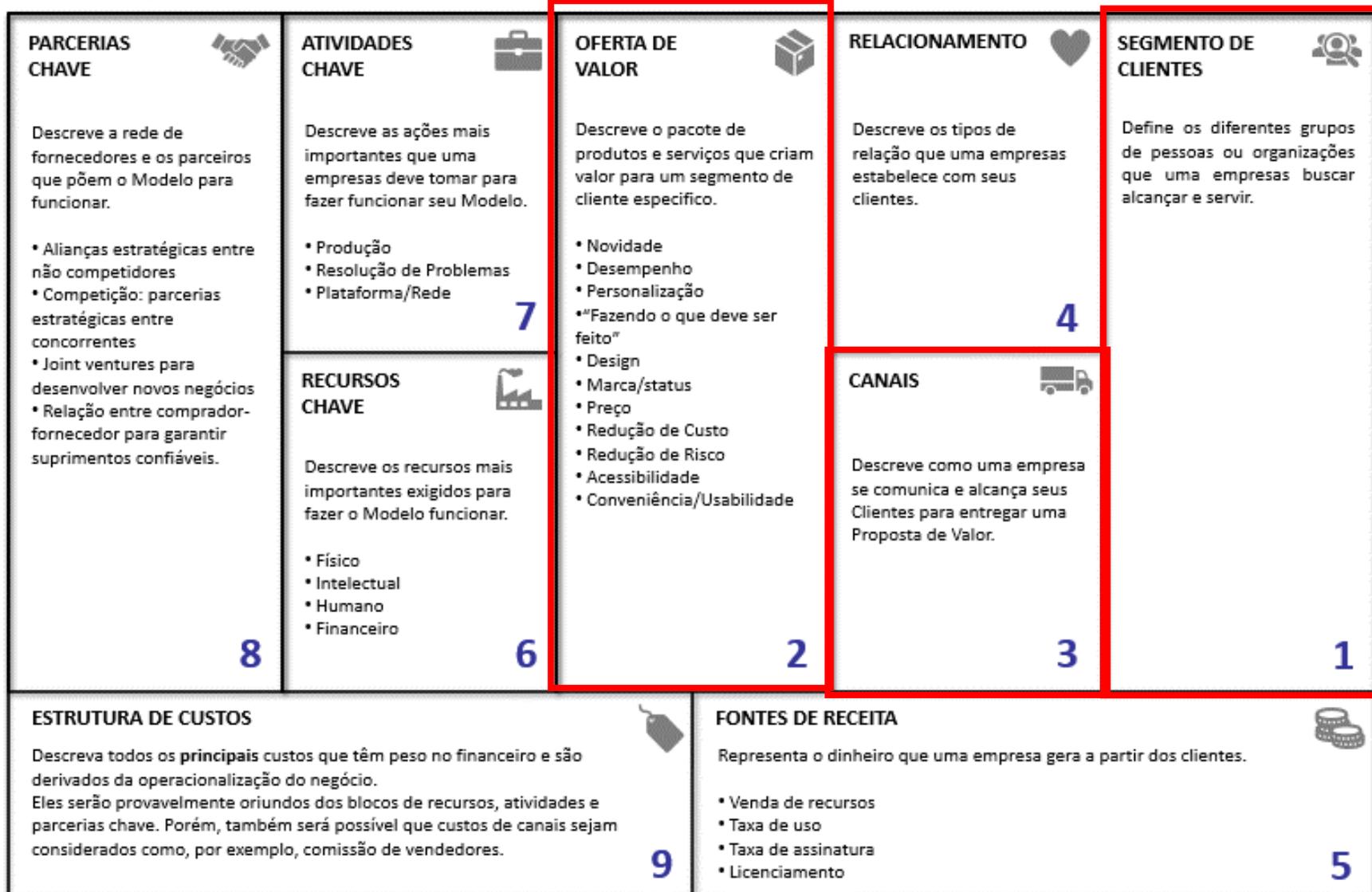
➤ Identidade Visual:

➤ MOTIVAÇÃO:

- Uma identidade visual fraca pode revelar debilidades ou ambivalência em outras áreas como a estratégia organizacional, a cultura organizacional ou o seu sistema de comunicação formal . (BAKER e BALMER, 1997).

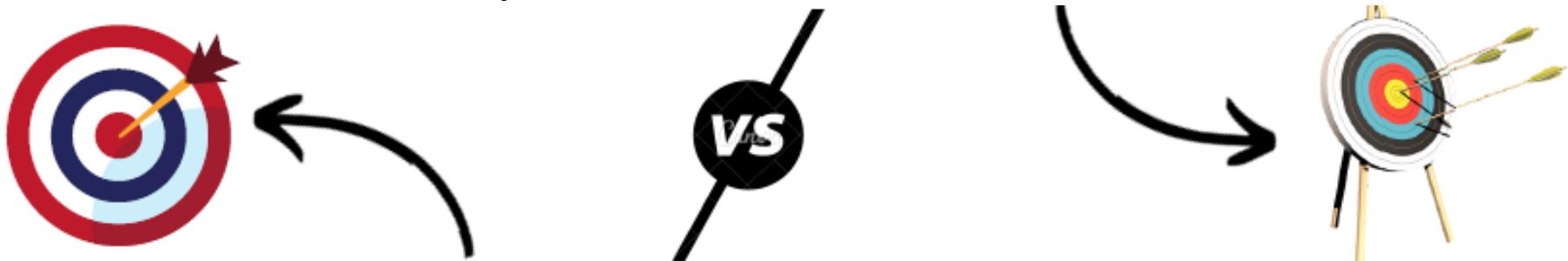


CANVAS:



Clientes:

- Público-alvo: jovens estudantes com idade de 18-25 anos, cursando o ensino superior e buscando entender mais sobre empreendedorismo.



- Persona: Caio tem 20 anos, cursa engenharia química e busca entender mais sobre empreendedorismo, entretanto, encontra dificuldades em absorver e fixar o aprendizado devido ao volume de tarefas e provas requisitadas por outras disciplinas.

➤ **ASSERTIVIDADE.**



Público-alvo e pesquisa de mercado

➤ Público-alvo:

- Informações que definem seu público-alvo:
 - Geografia – bairros, cidade, estado, país;
 - Demografia – idade, sexo, renda, ocupação, educação, etc.;
 - Psicografia – classe social, estilo de vida e personalidade;
 - Comportamental – conhecimento, sentimentos e atitudes em relação a produtos/serviços.

➤ Público alvo são pessoas que precisam da sua solução e veem verdadeiro valor nela.



Público-alvo e pesquisa de mercado

➤ Público-alvo:

- Onde encontro informações para definir meu público alvo?

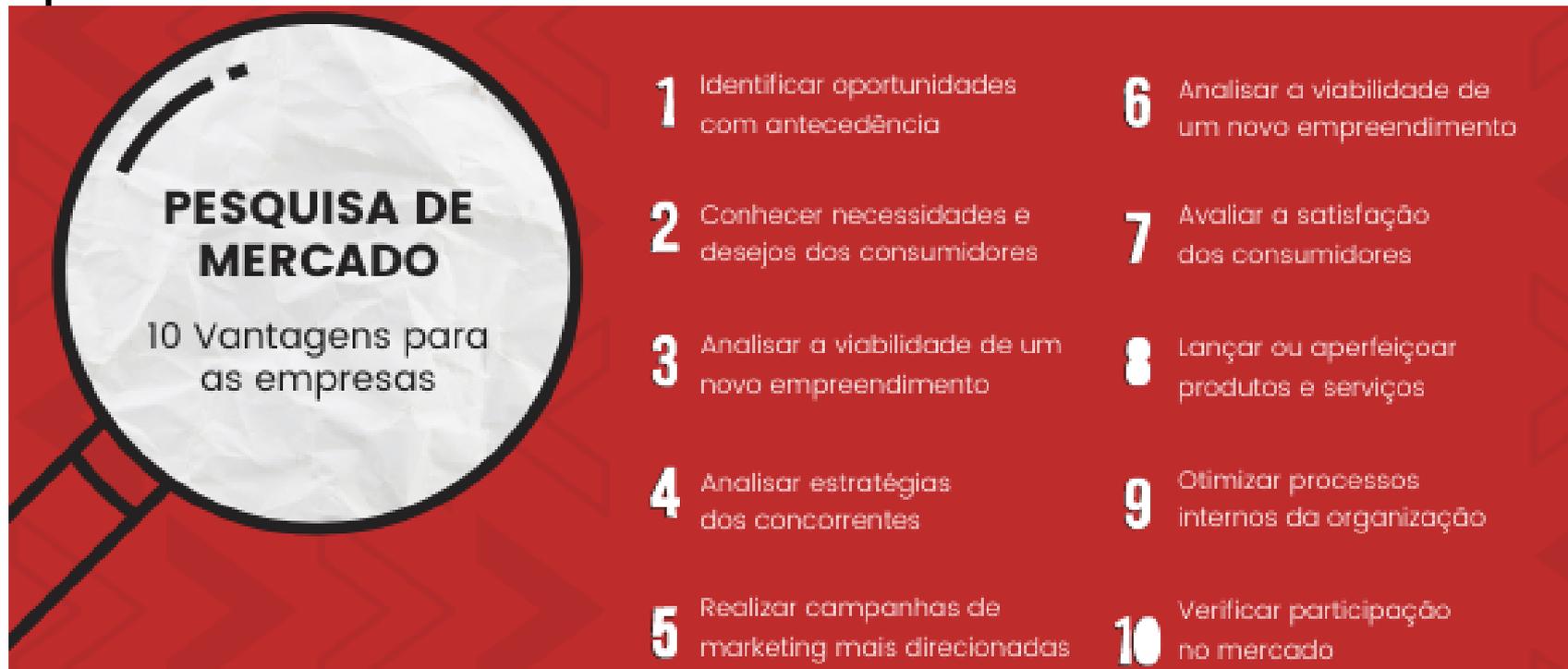
**Conversa com seus
clientes?**

Pesquisas e formulários

**Redes
Sociais**

Ferramentas analíticas para
reunir informações
estratégicas

➤ Pesquisa de Mercado:



PESQUISA DE MERCADO
10 Vantagens para as empresas

- 1 Identificar oportunidades com antecedência
- 2 Conhecer necessidades e desejos dos consumidores
- 3 Analisar a viabilidade de um novo empreendimento
- 4 Analisar estratégias dos concorrentes
- 5 Realizar campanhas de marketing mais direcionadas
- 6 Analisar a viabilidade de um novo empreendimento
- 7 Avaliar a satisfação dos consumidores
- 8 Lançar ou aperfeiçoar produtos e serviços
- 9 Otimizar processos internos da organização
- 10 Verificar participação no mercado

- Projeto focado no cliente;
- Gráficos e Análises;
- Segmentação das informações;
- Apresentação dos resultados.



➤ Levantamento – funções:

- Pesquisas relativas a Produtos e Serviços;
 - Lançamento de produtos/serviços;
 - Preferência do consumidor;
 - Teste de novos produtos/serviços;
 - Melhoria de produtos/serviços existentes;
 - Novos empregos de produtos/serviços;
 - Posição dos produtos/serviços face à concorrência;
 - Denominação de produtos/serviços.



Levantamento – funções:

➤ Pesquisas relativas a Mercados:

- Análise do mercado com referência ao consumidor;
- Análise e interpretação de dados de mercado;
- Estimativa de mercado potencial;
- Previsões de evolução do mercado;
- Rentabilidade relativa a cada mercado;
- Condições de desenvolvimento da concorrência no mercado;
- Estimativa da possível demanda de produtos/serviços novos;
- Análise do mercado por zonas territoriais;
- Fixação de cotas de vendas;
- Análise do mercado potencial de novas zonas de venda;
- Análise do mercado potencial de zonas antigas de venda.





➤ Foco das pesquisas:

Necessidades do cliente

Produtos e serviços desejados

Análise da concorrência

Satisfação do cliente

Posicionamento do produto

Forças/ Fraquezas/ Ameaças e Oport.

Levantamento – estudos descritivos:

- Quem compra?
 - Idade, classe social, sexo, profissão, estilos de vida
- O que compra?
 - Necessidades? Opinião sobre marcas e produtos?
- Quanto compra?
- Como usa?
- Onde compra?
 - Canais mais eficientes?
- Quando compra?
 - Existe sazonalidade?
- Por que compra?
 - Motivos, preferências, influências.

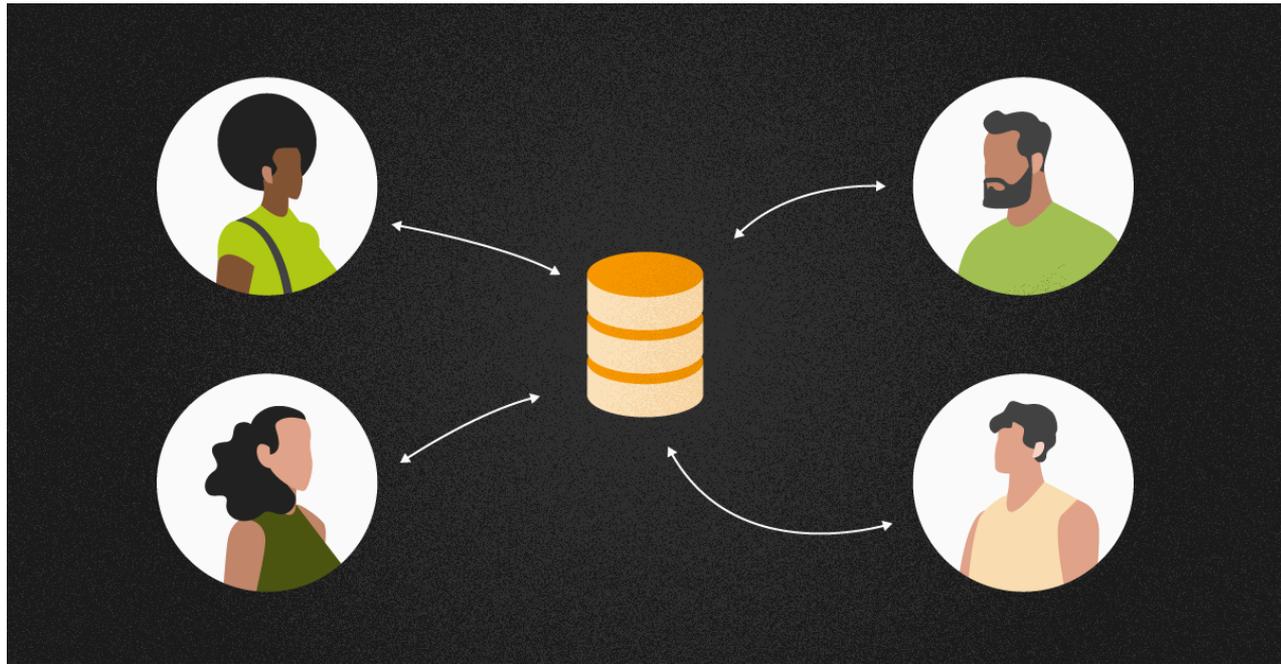




Levantamento – técnicas:

➤ **COLETA DE DADOS**

- Observação;
- Entrevista pessoal;
- Contato por telefone;
- Pesquisa eletrônica.





Levantamento – técnicas:

COLETA DE DADOS – tipos de questões

Perguntas fechadas

- Possíveis respostas são apresentadas
- Apenas uma alternativa de resposta

Em que bairro o sr(a) mora?

- Botafogo
- Copacabana
- Barra
- _____

Perguntas abertas

- O entrevistado responde livremente

Qual a sua opinião sobre a atuação da sua associação de balrro?

Perguntas semi-abertas

Em que balrro o sr(a) mora?

- Botafogo
- Copacabana
- Barra

Por que? _____



Público-alvo e pesquisa de mercado

- Atividade (grupo - Marketing):
 - Definição do público-alvo e persona.
 - Pesquisa de mercado.
 - Questões (mínimo):
 - 5 fechadas (incluir as respostas).
 - 3 semiabertas.
 - 2 abertas.
 - Data de entrega (e-disciplinas): 12/05 (sexta).
 - 1 postagem por grupo.