



ESTUDO DE CASO 2 – Consumidores de exercício físico orientado

Mônica vem trabalhando há alguns anos para uma academia de ginástica. Recentemente o proprietário/administrador desta academia leu que existem alguns fatores que inibem as pessoas de procurarem uma academia para se exercitar. Durante uma das reuniões nesta academia, Mônica mencionou que conhecia um estudo que listava alguns dos fatores mais comuns que afastam as pessoas do exercício físico. Assim, o administrador da academia pediu a ajuda de Mônica para descobrir os fatores que as pessoas do bairro onde a academia está localizada mencionavam mais frequentemente como razões para não frequentar uma academia.

Mônica pediu a 500 pessoas do bairro para responderem a pergunta abaixo. Elas deveriam marcar numa escala de 0 a 9 as razões que explicariam seus motivos para não frequentarem uma academia. **Zero indicava que aquela razão não existia para a pessoa e 9 indicava que aquela era uma razão muito forte** para ela não procurar uma academia. As médias das respostas conseguidas por Monica estão representadas pelos quadrados na tabela abaixo:

“Eu não frequento uma academia porque...”

1- ... não estou em forma para frequentar uma.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2- ... não tenho tempo.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3- ... não sei o que devo fazer.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4- ... não conheço um lugar adequado.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5- ... não tenho como ir.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
6- ... não tenho ninguém para exercitar comigo.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
7- ... não tenho interesse.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Agora, Mônica precisa de ajuda para responder as seguintes perguntas antes que qualquer estratégia seja adotada pela academia.

- 1- Quais fatores você usaria para traçar as estratégias de marketing para derrubar barreiras entre alunos em potencial e a academia? Por quê?
- 2- Apenas o resultado da investigação de Mônica NÃO seria suficiente para traçar estratégias de marketing para academia. Que outras informações adicionais ela deveria ter antes de traçar uma estratégia de marketing para atrair novos alunos para a academia?
- 3- Qual a importância da segmentação do mercado para traçar estratégias de marketing neste caso? Explique.
- 4- Qual a diferença entre adesão ao exercício e fidelidade a uma academia? Qual a importância em se conhecer esta diferença neste caso?