

# **ESTUDOS DE MERCADO**

# **ETAPAS DO ESTUDO DE MERCADO**

# ETAPAS DO ESTUDO DE MERCADO

**ETAPA 1 – BRIEFING (EMPRESA QUE PRETENDE FAZER O ESTUDO)**

**ETAPA 2 – PROPOSTA DE ESTUDO (EMPRESA DE ESTUDOS DE MERCADO)**

**ETAPA 3 – PREPARAÇÃO DA RECOLHA DA INFORMAÇÃO**

**ETAPA 4 – QUESTIONÁRIOS**

**ETAPA 5 – CONTROLO E SUPERVISÃO DO TRABALHO DOS ENTREVISTADORES**

**ETAPA 6 – TRATAMENTO & PROCESSAMENTO DE DADOS**

**ETAPA 7 – ANÁLISE DE RESULTADOS**

**ETAPA 8 – RELATÓRIO FINAL**

# PRIMEIRA ETAPA

- **ELABORAÇÃO DO BRIEFING**
  - **RESPONSABILIDADE DO CLIENTE**
  
- **DEVE CONTER:**
  - **OBJETIVOS DO ESTUDO**
  - **PUBLICO ALVO A ESTUDAR (UNIVERSO)**
  - **INFORMAÇÕES COMERCIAIS DA EMPRESA**

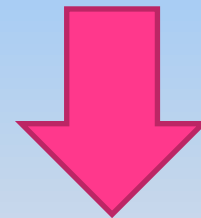
# OBJETIVOS DO ESTUDO

- **DEFINIR O QUE SE PRETENDE ESTUDAR:**
  - **ESTUDO DO CONSUMIDOR – CLIENTELA?**
  - **PRODUTO?**
  - **EMBALAGEM?**
  - **CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO?**
  - **PUBLICIDADE?**
  - **AÇÕES PROMOCIONAIS?**
  - **MERCADO?**

# UNIVERSO A ESTUDAR

**QUEM VAMOS ESTUDAR:**

- **UNIVERSO TOTAL?**
- **UNIVERSO SEGMENTADO?**



**ESCOLHA DOS PARAMETROS**

**(unidades de medida)**

# UNIVERSO A ESTUDAR

- SEXO
- GRUPO ETÁRIO
- DIMENSÃO (AGREGADO FAMILIAR OU EMPRESA)
- SETORES
- RAMOS DE ACTIVIDADE
- CLASSES SOCIO-ECONÓMICAS
- LOCALIZAÇÃO
- ESTRATOS POPULACIONAIS
- CONSUMIDORES & NÃO CONSUMIDORES

# SEGUNDA ETAPA

- **ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA POR PARTE DA EMPRESA DE ESTUDOS DE MERCADO:**
  - **METODOLOGIA PROPOSTA**
  - **UNIVERSO A ESTUDAR**
  - **PRAZOS DE REALIZAÇÃO**
  - **CUSTOS**
  - **CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**
  - **INFORMAÇÕES COMERCIAIS**



# PROPOSTA DE METODOLOGIA

- **COMO VAMOS RECOLHER A INFORMAÇÃO:**
  - **MÉTODO OU TÉCNICA DA ENTREVISTA**
  - **TIPO DE QUESTIONÁRIO A UTILIZAR**
  - **TREINO DOS ENTREVISTADORES**
  - **SUPERVISÃO DO TRABALHO**
  
- **QUE TIPO DE INFORMAÇÃO VAMOS RECOLHER:**
  - **QUANTITATIVA**
  - **QUALITATIVA**
  
- **QUE TIPO DE RELATÓRIOS VAMOS ELABORAR:**
  - **SINTÉTICOS**
  - **ANALITICOS**

# QUESTIONÁRIOS

# **FORMULAÇÃO DAS PERGUNTAS REGRAS OBRIGATÓRIAS**

- 1 – RESPEITAR A SEQUÊNCIA LÓGICA DAS PERGUNTAS (PRIMEIRO AS MAIS FÁCEIS)**
- 2 – EVITAR PERGUNTAS GENERALISTAS**
- 3 – FAZER PERGUNTAS SIMPLES E OBJECTIVAS**
- 4 – EVITAR PERGUNTAS PESSOAIS E INTIMAS**
- 5 – EVITAR PERGUNTAS COM MAIS DO QUE UM DADO OU ELEMENTO DE RESPOSTA**
- 6 – FAZER PERGUNTAS SOBRE TEMAS PRÓXIMOS E FACILMENTE RECORDÁVEIS**
- 7 – EVITAR PERGUNTAS QUE POSSAM INDUZIR OU SUGERIR RESPOSTA**

# PERGUNTA COM ERROS

➤ ***COSTUMA LER OU NÃO?***

***(GENERALISTA NÃO OBJETIVA)***

# PERGUNTA COM ERROS

➤ ***O QUE LHE APRAZ DISCORRER SOBRE A CIBERNÁTICA E SUAS REPERCUSSÕES NA CRIATIVIDADE DO SER HUMANO?***

***(PERGUNTA COMPLEXA E NÃO OBJECTIVA)***

# PERGUNTA COM ERROS

➤ ***QUANTAS RELAÇÕES SEXUAIS TEM COM O SEU COMPANHEIRO  
POR SEMANA?***

***(PERGUNTA PESSOAL E INTIMA)***

# PERGUNTA COM ERROS

➤ **MERCEDES É A MELHOR E MAIS PRESTIGIADA MARACA DE AUTOMÓVEIS DO MUNDO?**

**(PERGUNTA COM MAIS DO QUE UM DADO OU ELEMENTO DE RESPOSTA)**

**(PERGUNTA QUE INDUZ OU SUGERE RESPOSTA)**

# TIPOS DE PERGUNTAS



# PERGUNTAS DE RESPOSTA FECHADA

- **RESPOSTA DICOTÓMICA: SIM/NÃO**
- **RESPOSTA ÚNICA: (?): \_\_\_\_\_**
- **RESPOSTA MÚLTIPLA**

***RESPOSTA CONHECIDA OU PASSÍVEL DE SER PREVISTA***

# PERGUNTAS DE RESPOSTA ABERTA

**DE QUE FLORES GOSTA?**

***RESPOSTA DESCONHECIDA E IMPASSIVEL DE SER  
CONHECIDA***

# PERGUNTAS DE RESPOSTA ESPONTÂNEA

**ONDE MORA?**

***QUANDO NÃO SE APRESENTA QUALQUER AUXILIO OU  
SUGESTÃO DE RESPOSTA***

# PERGUNTAS DE RESPOSTA SUGERIDA

**GOSTA MAIS DE ANDAR DE COMBOIO, NÃO É?**

*QUANDO É PRESTADO UM AUXILIO DE RESPOSTA AO  
INQUIRIDO*

# TIPOS DE ESCALAS

# ESCALAS SEMÂNTICAS

MUITÍSSIMO IMPORTANTE (+)

MUITO IMPORTANTE (+)

IMPORTANTE (+)

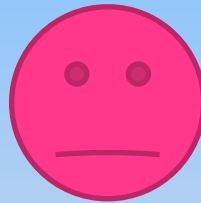
INDIFERENTE ( )

POUCO IMPORTANTE (-)

MUITO POUCO IMPORTANTE (-)

MUITÍSSIMO POUCO IMPORTANTE (-)

# ESCALAS FIGURATIVAS



# ESCALAS NUMÉRICAS





# DIFERENCIAL SEMÂNTICO

## ESCALA DE OSGOOD

<b>MODERNA</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>ANTIQUADA</b>
<b>DESPRESTIGIADA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>PRESTIGIADA</b>
<b>SOCIAL</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>ANTI-SOCIAL</b>
<b>RETROGRADA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>PROGRESSISTA</b>
<b>MUITINACIONAL</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>NACIONAL</b>
<b>DESORGANIZADA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>ORGANIZADA</b>
<b>TRANSMITE CONFIANÇA</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>NÃO TRANSMITE CONFIANÇA</b>
<b>SEGUIDISTA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>VANGUARDISTA</b>