



**FEIRA DO  
EMPREENDEDOR**

# **COMO ELABORAR PESQUISA DE MERCADO**

**09 a 12 de novembro de 2016**

# Missão do Sebrae

- **Competitividade**
- **Perenidade**
- **Sobrevivência**
- **Evolução**

Orientar na implantação e no desenvolvimento de seu negócio de forma estratégica e inovadora.



# PESQUISA DE MERCADO

**“ A coleta sistemática e o registro, classificação, análise e apresentação objetiva de dados sobre hábitos, comportamentos, atitudes, valores, necessidades, opiniões e motivações de indivíduos e organizações dentro do contexto de suas atividades econômicas, sociais, políticas e cotidianas”.**

**(ANEP)**



## PARA QUE SERVE

- **Expandir a área geográfica de atuação**
- **Entrar em novos segmentos de mercado ou canais de distribuição**
- **Lançar ou aperfeiçoar produtos e serviços**
- **Dimensionar a equipe de vendas**
- **Escolher um ponto comercial**



## PARA QUE SERVE

- Definir qualidade e variedade dos produtos e serviços a comercializar
- Definir meios de divulgação mais adequados
- Ajustar preços
- Posicionar produtos e marcas
- Iniciar um novo negócio



# ETAPAS DA PESQUISA DE MERCADO

- **Definição do problema e objetivos da pesquisa**
- **Desenvolvimento do plano da pesquisa**
- **Coleta de dados**
- **Tabulação dos dados**
- **Análise das informações**
- **Decisões – ações de marketing**



# PESQUISA: LOCALIZAÇÃO DO PONTO DE VENDA

- **Público-alvo**: clientes potenciais
- **Objetivo principal**:
  1. Definir a localização mais adequada para o negócio.



# PESQUISA DE MERCADO

- **Objetivos secundários:**

1. Avaliar as condições do contrato

2. Verificar a infraestrutura

3. Verificar a legislação específica para o tipo de negócio





# TIPOS DE DADOS

- Dados Secundários

- ✓ Disponíveis em várias fontes

- Dados primários

- ✓ Não disponíveis – precisam ser coletados



# MÉTODOS DA PESQUISA

- **Pesquisa qualitativa**
  - ✓ **Conhecer percepção sem quantificar**
  - ✓ **São investigadas razões pessoais**
  - ✓ **Descobrir motivações (subjetivas)**
  - ✓ **Entender o que está oculto**

# PESQUISA DE MERCADO

## Qualitativa – Meios utilizados

- ✓ Grupos de discussão
- ✓ Cliente oculto
- ✓ Teste clínico (experimentação ou degustação)
- ✓ Observação

# MÉTODOS DA PESQUISA

- Pesquisa quantitativa

Questões simples, imediatas, sem profundidade, e a quantidade de respostas oferecerá consistência para tomada de decisões.

- Probabilística
- Não probabilística.



# MÉTODOS DA PESQUISA

- **Pesquisa quantitativa**
  - ✓ **Trabalha com indicadores numéricos e critérios estatísticos**
  - ✓ **Amostragem, margem de erro, estimativa, desvio padrão etc.**
  - ✓ **Não estão ligadas a sentimento**

# MÉTODOS DA PESQUISA

- Pesquisa quantitativa

- ✓ Medir opiniões, atitudes e preferências
- ✓ Estimar o potencial ou volume de vendas
- ✓ Medir o tamanho e a importância de segmentos de mercado



# MEIOS DE APLICAR UM QUESTIONÁRIO

## Quantitativa – Meios utilizados

- Entrevista pessoal
- Entrevista por telefone
- Correspondência
- Internet
- Autoaplicáveis



# COMPARATIVO DOS MEIOS DE APLICAÇÃO

TIPO	VANTAGENS	DESVANTAGENS
ENTREVISTA PESSOAL	Versatilidade Interatividade	Alto custo Complexa
CORRESPONDÊNCIA	Cobertura ampla Baixo custo	Baixo retorno Mais lenta
TELEFONE	Rapidez Flexibilidade	Restrita Inconveniência
AUTOAPLICÁVEIS	Fácil implantação Baixo custo	Restrita Baixo retorno





# DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

- **Quem é o cliente? (perfil)**
- **Quando ele compra o produto/serviço?**
- **Como ele compra?**
- **Onde ele compra?**
- **Por que ele compra?**



# ELABORANDO UM QUESTIONÁRIO

- Listar todos os pontos a pesquisar
- Elaborar perguntas de fácil entendimento
- Usar linguagem clara, simples e objetiva
- Evitar termos técnicos e palavras de outros idiomas
- Observar a sequência lógica das perguntas
- Limitar perguntas a um passado próximo

# ELABORANDO UM QUESTIONÁRIO

- Não obrigar o entrevistado a fazer cálculos
- Ter cuidado com perguntas embaraçosas
- Não utilizar perguntas, em hipóteses alguma, pergunta que induza à resposta
- Preparar, treinar o entrevistador
- Testar o questionário



# ELABORANDO UM QUESTIONÁRIO

- Perguntas abertas:

**Ex: Que tipo de roupa você prefere?**

- Perguntas fechadas:

**Ex: Você possui veículo?**

- Perguntas com múltiplas escolha, alternativas:

**Ex: Qual destas cinco marcas você prefere?**

**Ex: Indique, entre estas oito, qual as duas mais bonitas?**



## EXEMPLO DE UM QUESTIONÁRIO

- Onde você costuma comprar os produtos “Xis”?  
 A  B  C  Não compra
- Por quê?
  - É mais barato
  - É mais perto
  - Melhor atendimento
  - Tem mais produtos
  - Outro motivo. Qual? \_\_\_\_\_



# EXEMPLO DE UM QUESTIONÁRIO CONTINUAÇÃO

- Há quanto tempo você compra neste local?
  - ( ) Algumas vezes
  - ( ) 1 ano
  - ( ) Vários anos
  
- Nos últimos meses você comprou em outra loja?
  - ( ) Sim. Lembra qual? \_\_\_\_\_  
Lembra por quê? \_\_\_\_\_
  - ( ) Não



## EXEMPLO DE UM QUESTIONÁRIO CONTINUAÇÃO

- Você também compra fora do bairro?  
 Sim. Onde prefere? \_\_\_\_\_  
Por quê? \_\_\_\_\_
  
- Não

# CÁLCULO DA AMOSTRA

- **Probabilística**
- **Não probabilística**





# CÁLCULO DA AMOSTRA

- Qualitativa

- ✓ Perfil do público

- Quantitativa

- ✓ Tamanho da população

- ✓ Margem de erro

- ✓ Distribuição da população (**variação**)

- ✓ Nível de confiança



# TABULAÇÃO DOS DADOS

- **Textos**
- **Gráficos**
- **Legendas**
- **Comentários com destaque das informações mais importantes**

# TABULAÇÃO DOS DADOS

- EXEMPLO DE TABULAÇÃO SIMPLES

<b>Alternativa</b>	<b>respostas</b>	<b>%</b>
Até 20 anos	43	43
De 21 a 25 anos	27	27
De 26 a 30 anos	18	18
Mais de 30 anos	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



# TOMADA DE DECISÃO

**De posse dos resultados obtidos com a realização da pesquisa, será possível tomar-se decisões acertadas e com mais segurança.**

