

Empreendedorismo

Helton Hideraldo Bísaro

Apresentação

Alinhando Nosso Encontro Anterior...

Plano de Negócios



“Aquilo que eu escuto...
eu esqueço.
Aquilo que eu vejo...
eu lembro. Aquilo que eu
faço...
eu aprendo ”

Confúcio

Pesquisa de Mercado

- Mecanismo para se conhecer o seu público alvo;
- Coleta, análise e interpretação sistemática de dados importantes sobre o cliente para o planejamento das ações de Marketing;
- Quem faz ? -Empresas especializadas; departamentos de grandes empresas; ou o **próprio interessado**.

Pesquisa de Mercado

Bibliografias úteis:

- **Faça sua própria Pesquisa de Mercado.** Paul Hague Peter Jackson. 1997. Editora Nobel - ISBN: 8521309511.
- **Vendendo Software.** Aisa Pereira. 2004. Editora Novatec. ISBN: 85-7522-062-4.
- **Introdução à Pesquisa de Marketing.** Ismael Rocha, Maria Cecilia Laudisio, et. al., 2005. Editora Pearson/Prentice Hall. ISBN: 858791877X.

Pesquisa de Mercado

Objetivos da Pesquisa de Mercado

- Avaliar os produtos ou serviços;
- Segmentar o mercado;
- Dimensionar o mercado;
- Detectar novas tendências;
- Avaliar os concorrentes.

Pesquisa de Mercado

Tipos de Pesquisa

- **Quantitativa**

- Preocupa-se com a mensuração do mercado;
- Tamanho do mercado; tamanho da faixa de cada concorrente; frequência de compras, etc.

- **Qualitativa**

- Mais no entendimento do mercado do que na sua medição;
- Avalia percepções, atitudes do consumidor, etc.

Pesquisa de Mercado

Formatos de Pesquisa

- **Quantitativa**

- Realizada por meio de questionários a serem respondidos por pessoas com o perfil do mercado;

- **Qualitativa**

- Reúne-se um grupo de pessoas com perfil do mercado-alvo para emitirem opinião sobre o produto ou serviço - discussão em grupo.
- O pesquisador pode oferecer brindes, sorteios, jantar, etc. como formas de incentivo.

Pesquisa de Mercado

Etapas de uma pesquisa de mercado

- 1 Identificar com clareza o(s) objetivo(s) da pesquisa;
- 2 Listar as informações a serem pesquisadas;
- 3 Definir a precisão desejada ou necessária;
- 4 Definir o método de pesquisa;
- 5 Elaborar o questionário ou entrevista;
- 6 Definir o orçamento e o cronograma;
- 7 Aplicar a pesquisa;
- 8 Tabular e analisar os dados.

Pesquisa de Mercado

Dados primários x Dados secundários

- Dados primários
 - Coletados pelo próprio pesquisador;
- Dados secundários itemize
- IBGE, Institutos, estatísticas, internet, etc.
 - <http://www.nielsen-netratings.com/>
 - <http://www.ibge.gov.br>
 - <http://www.ibope.com.br>
- Uso combinado das duas fontes.

Pesquisa de Mercado

Formas de pesquisa de campo

- Observação;
- Pesquisa por correio;
- Entrevistas por telefone;
- Pesquisa por Internet;
- Entrevistas face a face;
- Entrevistas em grupo, etc.

Pesquisa de Mercado

Tipos de Questionários

- Estruturados: perguntas objetivas, opções de resposta;
- Semi estruturados: questões objetivas e abertas;
- Não estruturados: questões abertas.

Pesquisa de Mercado

Fatores importantes na elaboração do questionário

- Faça um teste piloto do questionário;
- Faça uma redação simples e objetiva;
- Cuidado com o tamanho do questionário!
- Uso de incentivos;
- Uso do anonimato;
- Tenha uma mensagem de motivação e de agradecimento;

Pesquisa de Mercado

Pesquisas por telefone

- Estímulo;
- Agendamento;
- Custo;
- Tempo de entrevista;
- Dificuldade de usar material visual;
- Principal vantagem: custo

Pesquisa de Mercado

Pesquisas pela Internet

- Elabore um questionário eletrônico;
- Envie e-mail convidando as pessoas a responder;
- Motive o entrevistado;
- Diferencie de SPAM.
- Não há como saber quantas pessoas responderão.

Pesquisa de Mercado

Análise dos Dados Coletados

- Tabulação dos dados;
- Cruzamentos;
- Análises e conclusões;
- Relatório (organizado metodologicamente);
- Indicações para a tomada de decisão.

Pesquisa de Mercado

Questões do foco nos clientes

- que quer o consumidor?
- Que produtos ou serviços podem ser criados para atender às necessidades do público alvo?
- Quem é o nosso cliente?
- Qual é o nosso mercado?
- Qual é o nosso diferencial ?
- Quais são nossos concorrentes?

Pesquisa de Mercado

Marketing - Os 4 Ps

- Todo Planejamento de Marketing está apoiado em:
- PRODUTO;
- PREÇO;
- PROMOÇÃO;
- PONTO DE VENDA - “Placement” colocação no mercado.

Pesquisa de Mercado

Produto (Itens observados:)

- Variedade;
- Qualidade;
- Design;
- Nome da Marca;
- Embalagem;
- Tamanhos;
- Serviços;
- Garantias.

Pesquisa de Mercado

Preço (Itens Importante)

- Lista de preços;
- Descontos;
- Subsídios;
- Condições;
- Créditos;
- Prazo de pagamento.

Pesquisa de Mercado

Promoção (Envolve)

- Promoção de vendas;
- Propaganda;
- Relações públicas;
- Merchandising;
- Datas de início e Término;
- Marketing Direto.

Pesquisa de Mercado

Pontos de Venda (Engloba)

- Canais de distribuição;
- Cobertura do distribuidor;
- Localização;
- Estoques e Transporte.

Pesquisa de Mercado

Segmentação de Mercado

- É a divisão do mercado em grandes grupos, de forma a definir o público-alvo;
- Objetiva o direcionamento das ações de marketing, bem como reduzir custos e esforços de marketing;
- Foco no mercado alvo;
- Mass Marketing X One to One Marketing.

Pesquisa de Mercado

Segmentação Exemplo perfil do cliente

- **Comprador de carro esporte:**

- sexo masculino;
- idade de 30 a 45 anos;
- classe AA;
- moradores da região sudeste;
- possui hábito de viagem no final de semana

Pesquisa de Mercado

Segmentação - Exemplo mercado potencial de produtos

- **Mulheres preocupadas em construir uma carreira:**
 - Possuem alto nível de escolaridade e dinheiro;
 - São compradoras de bons automóveis, buscam serviços financeiros diferenciados e viagens;
 - Estão na vanguarda da moda e dos cosméticos.

Pesquisa de Mercado

Tipos de Segmentação de Mercado produtos

- **Segmentação Geográfica:**

- por região;
- por tamanho de município;
- por clima, etc.

- **Segmentação Demográfica:**

- por idade, sexo, ocupação, religião;
- por raça, nacionalidade, tamanho familiar, etc.

Pesquisa de Mercado

Tipos de Segmentação de Mercado produtos

- **Segmentação Psicográfica:**

- por classe social;
- por estilo de vida;
- por personalidade, etc.

- **Segmentação Comportamental:**

- índice de uso;
- grau de lealdade;
- atitude emocional com o produto.

Pesquisa de Mercado

Nicho de Mercado produtos

- São mercados com oportunidade que podem ser bastante lucrativas;
- Deve ser grande o suficiente para gerar lucros;
- Exige alta especialização;
- É em geral mais protegido da concorrência.

Pesquisa de Mercado

Nicho de Mercado produtos

- É uma segmentação de mercado para um determinado produto ou serviço;
- Compradores possuem uma combinação especial de características;
- Ex.:
 - 1 Produtores de software;
 - 2 Pessoas com alta estatura.

Pesquisa de Mercado

Estratégias de Posicionamento Exemplos: produtos

- Carros Volvo: Segurança;
- Carrefour: Sempre o menor preço;
- Casas Bahia: Crediário fácil e rápido;
- Reposicionamento: Sandálias havaianas;
- Pizza com Guaraná Antártica - Bebida simples e gostosa;

Pesquisa de Mercado

Marcas bem Posicionadas produtos

- Exaustor é SUGGAR;
- Palha de aço é BOMBRIL;
- Absorvente é MODESS;
- Refrigerante de cola é COCA-COLA;
- Lâmina de barbear é GILETTE;
- INTELIG é mais barato no horário comercial;

Deve-se tomar cuidado com a Generalização da Marca!

Pesquisa de Mercado

Portanto...

O Plano de Marketing apresenta os principais enfoques relacionados ao mercado pretendido pela empresa e as estratégias de marketing que devem ser adotadas para otimizar o desempenho organizacional.