

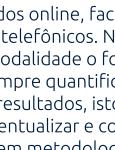
Isso é AC!

Formada por um time de especialistas em áreas de relevância (pesquisa, geomarketing, gestão, liderança, varejo, economia e estatística), a AC Pesquisa conta com vasta experiência no segmento de pesquisas para **Shopping Centers, varejo, comércio, real estate e indústrias.** Atua em parceria com equipes multidisciplinares e parceiros em todos os estados do Brasil e América do Sul.

[SAIBA MAIS](#)

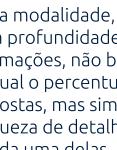
Sua dúvidas acabam agora...

A base de nossa atuação é bastante conhecida: ferramentas de pesquisas Qualitativas, Quantitativas e Geomarketing



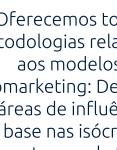
QUANTITATIVAS

Estudos online, face 2 face e telefônicos. Nesta modalidade o foco é sempre quantificar os resultados, isto é, percentualizar e com base em metodologias estatísticas, gerar resultados e criar insights.



QUALITATIVAS

Nesta modalidade, o foco é a profundidade das informações, não buscamos qual o percentual de respostas, mas sim a maior riqueza de detalhes em cada uma delas. Sejam entrevistas em profundidade ou grupos de discussão, aqui o foco é a riqueza de detalhes.



GEOMARKETING

Oferecemos todas as metodologias relacionadas aos modelos de Geomarketing: Delimitação de áreas de influência com base nas isócronas, contagem de fluxo, levantamento de oferta concorrente, levantamento de ABL, estimativas de potenciais de consumo e levantamento completo de dados secundários.

E essa é apenas a base

Focamos na criatividade e mesclamos todos os tipos de ferramentas e mídias em um único estudo, ou seja, são números, cruzados com opiniões, imagens, mapas, áudios e vídeos.

Investigamos tudo.

Seu público alvo opina com respostas fechadas ou se aprofunda nas opiniões e pontos de vista, criticando ou elogiando o que realmente seja relevante. Se necessário e aplicável, debate com outros clientes e/ou seus não-clientes.

O que o seu cliente pensa de você?

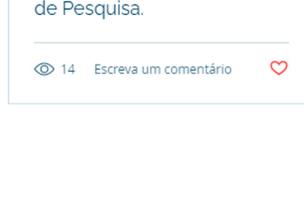
Sabe qual a imagem da sua marca? E a imagem da concorrência?

Você sabe exatamente como estão os seus processos de vendas?

As melhorias estão sendo percebidas?

[SAIBA MAIS](#)

BLOG AC



E todo mundo virou Instituto de Pesquisa.

14 Escreva um comentário



Consumidor pós-crise: já está tudo mudado.

96 Escreva um comentário



Probabilidades dos cenários improváveis.

26 Escreva um comentário

FALE CONOSCO

 NOME E-MAIL ASSUNTO[ENVIAR](#)