

# OBJETIVO

## Análise de mercado

- Perfil do cliente
- Público-alvo
- Concorrência





# ANÁLISE DE MERCADO

PERFIL DO CLIENTE, PÚBLICO-ALVO E CONCORRÊNCIA



# DEFINIÇÃO DA CONCORRÊNCIA

Concorrentes:

- DIRETOS

- Tem o mesmo segmento

- INDIRETOS

- Oferecem soluções semelhantes

# TAMANHO DO MERCADO

Ter dimensão do mercado para saber

- Quanto sua empresa pode crescer
- Quais lacunas não foram preenchidas
- Como concorrentes estão agindo para preenche-las
- Buscar diferenciais para conquistar espaço

# CONSUMIDORES

O que os consumidores estão falando sobre a concorrência

- Estão satisfeitos?
- Trocariam?
- Quais são as qualidades e os defeitos?

# PREÇOS

Como/quanto estão cobrando?

Influenciam nos preços:

- Oferta e demanda
- Relação com os fornecedores
- Qualidade e raridade dos produtos
- Porte da empresa

# ATENDIMENTO

Quais canais utilizam?

- Usam chatbots e inteligência artificial?
- Utilizam atendimento personalizado?
- Os clientes deles estão satisfeitos com o atendimento?

# SITE E REDES SOCIAIS

- Apresentação de informações e produtos
- A persona está clara?
- Como é a linguagem?
- Qual é o design e a paleta de cores da identidade visual?
- Como anda o tráfego?



# SITES E REDES SOCIAIS

- Formas de comunicação
- Quantidade de seguidores
- Frequência de posts
- Interação com público

# SEO

- Quais as palavras-chaves?
- Em que posição aparece nos sites de busca?

# DIFERENCIAL

- ○ que torna a marca única?
- ○ que pode tornar sua marca única?