



PESQUISA DE MARKETING

O QUE É E COMO USAR PARA TOMAR DECISÕES

O que é Pesquisa de Marketing?

Processo de coletar, analisar e interpretar informações sobre o mercado, consumidores e concorrência para apoiar a tomada de decisões estratégicas.

Tem por objetivo entender as necessidades dos consumidores, identificar oportunidades de mercado e otimizar estratégias de marketing.

Por que realizar Pesquisa de Marketing?



- ✓ Identificação de **oportunidades** e **ameaças** no mercado.
- ✓ Entendimento do **comportamento** e **preferências** do consumidor.
- ✓ Avaliação da eficácia de campanhas e estratégias.
- ✓ Redução de riscos e incertezas na tomada de decisões.

Tipos de Pesquisa de Marketing

Pesquisa Exploratória

Para entender problemas ou oportunidades e gerar hipóteses.

Tipos de Pesquisa de Marketing

Pesquisa Descritiva

Para descrever características do mercado ou comportamento dos consumidores.

Tipos de Pesquisa de Marketing

Pesquisa Causal

Para determinar causas e efeitos de uma variável sobre outra.

Métodos de Coleta de Dados

Quantitativos: Questionários, pesquisas online, análises estatísticas.

Qualitativos: Entrevistas em profundidade, grupos focais, observação.

Métodos de Coleta de Dados

Primários: Dados coletados diretamente da fonte.

Secundários: Dados já existentes, como relatórios de mercado e pesquisas anteriores.

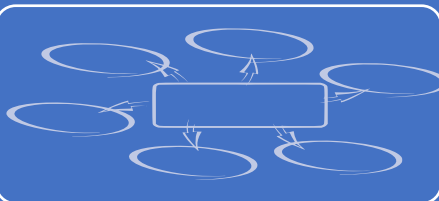
PROCESSOS DE PESQUISA DE MARKETING





1. Formular o problema

Identificar o problema ou oportunidade a ser pesquisado.



2. Planejar a pesquisa

Escolher métodos e ferramentas de coleta de dados



3. Coletar dados

Recolher informações de acordo com o plano.



4. Analisar dados

Interpretar e analisar as informações coletadas.

RESULTADOS

5. Relatório e conclusão da pesquisa

Compartilhar descobertas e recomendações.



Ferramentas e Tecnologias

- **Software de Pesquisa:** SPSS, SurveyMonkey, Google Forms.
- **Análise de Dados:** Excel, Tableau, Google Analytics.
- **Automação e IA:** Chatbots, análises preditivas.

Desafios e Considerações

Precisão e Viés

Garantir dados precisos e evitar viés.

Custos

Custos e orçamento para pesquisa.

Mudanças no Mercado

Adaptar-se a rápidas mudanças e tendências.

Conclusão

A pesquisa de marketing é essencial para entender o mercado e tomar decisões baseadas em dados.

A aplicação eficaz pode melhorar a competitividade e o sucesso de uma empresa.

Investir em pesquisa e análise proporciona um retorno significativo no planejamento estratégico.

Bora Praticar?

