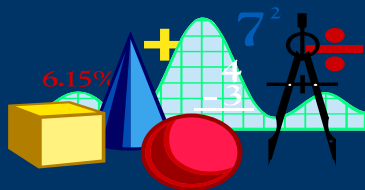


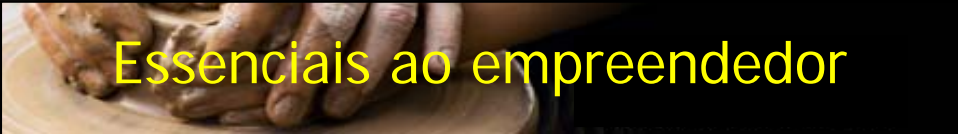
Estudos de mercado



Hoje



- A importância dos estudos de mercado
- Definir estudos de mercado e proporcionar uma descrição/explicação das técnicas.
- Entender os tipos de estudo de mercado
- Entender os tipos de dados, fontes e métodos de recolha.
- Saber analisar a qualidade dos dados e do estudo
- Criticar, criticar



Essenciais ao empreendedor

- Um bom estudo de mercado é essencial para aferir:
 - Necessidades efectivas
 - Emoções
 - Percepções
 - Dados comparativos com ofertas concorrentes
 - Preços “justos” e viáveis
 - Propensão a comprar
 - Comportamentos...
 - Marketing mix (no geral)



Exemplos de necessidades de informação

- 2/3 dos americanos compram em lojas de conveniência uma vez por semana

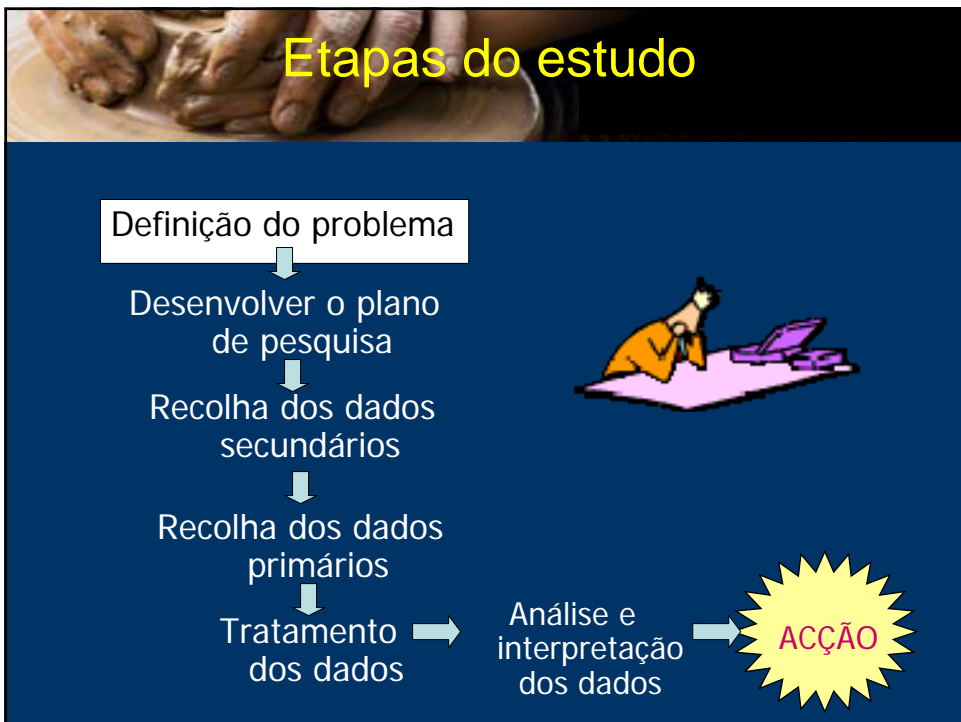

WELCOME TO
S-MART


- Apenas cerca de 13% dos “restos” (*doggie bags*) levados para casa é que vão mesmo para os cães



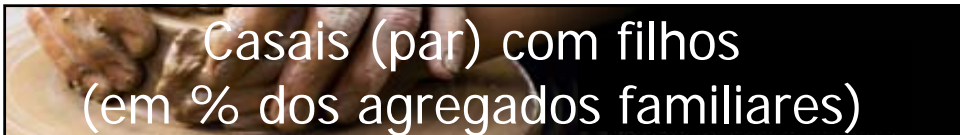
Estudos sobre:

- Indústria, características do mercado
- Concorrentes
- Tendências
- O comportamento do consumidor
- O produto
- A distribuição
- A comunicação
- Os preços



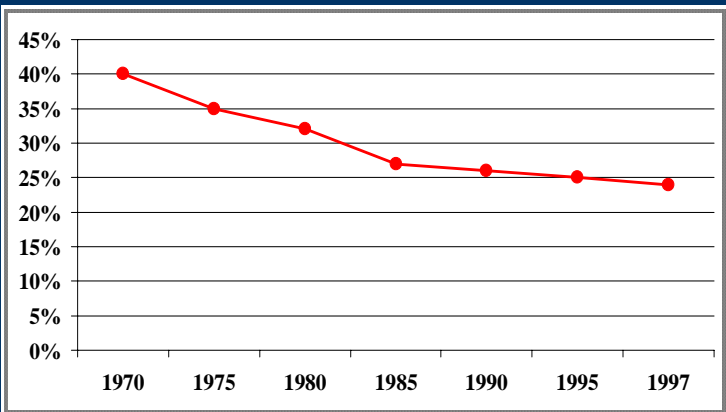


A seguir alguns exemplos onde seria conveniente ter mais alguma investigação exploratória – para entender melhor o que os dados nos dizem efectivamente.



Casais (par) com filhos (em % dos agregados familiares)

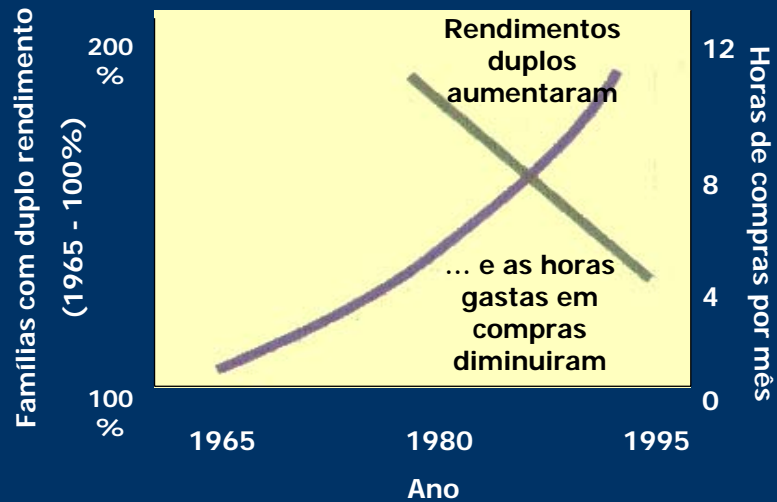
O que é que gostava de saber sobre os dados abaixo?



Ano	Porcentagem (%)
1970	40%
1975	35%
1980	32%
1985	27%
1990	26%
1995	25%
1997	24%

Dados dos EUA
Fonte: Census Bureau

Quando os dois ganham... efeito sobre o # de horas gastos em compras



Fontee: *Vision for the New Millennium* . . . (Atlanta: Kurt Salmon Associates, 1997). Used with permission

Exercício para agora

- Com o colega do lado, responda à seguinte questão:
 - Está a pensar abrir uma loja de noivas na sua cidade. Que tipo de dados secundários podem ajudar a tomar uma decisão?

Questionários

- O método mais usado para a recolha de dados primários
- O melhor para recolher dados descritivos
- Pode recolher dados sobre os conhecimentos, atitudes, preferências e comportamentos de compra das pessoas



Correio



E-mail/Fax



Entrevista pessoal



Telefone

Ser Empreendedor

Uma “técnica” para transmitir informação errada ou confundir as pessoas é

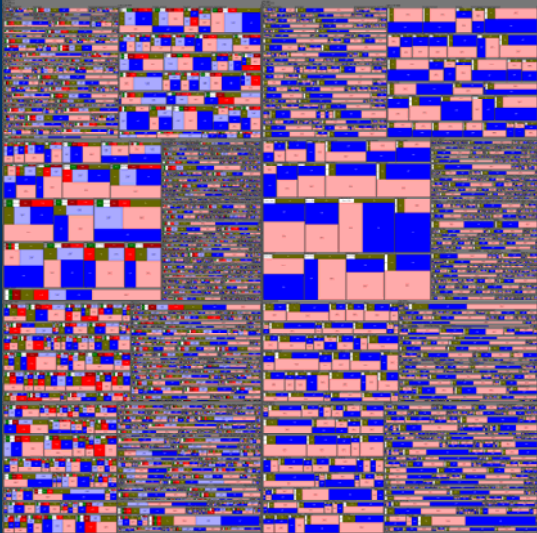
O uso de gráficos mal feitos.

Afinal nem sempre uma imagem vale mais que mil palavras...

Ser Empreendedor

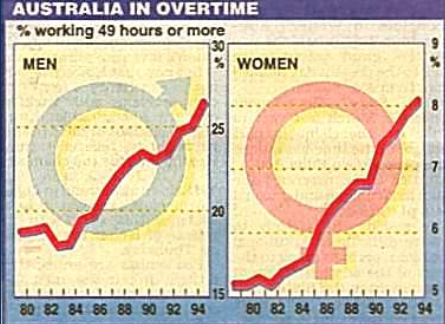
Qq coisa sobre as eleições francesas de 2004.

Ok. Até pode ser bom mas... o que conseguimos ver?
Qual o objectivo?



Ser Empreendedor

“Longer hours and less leisure: we're a nation of workaholics”



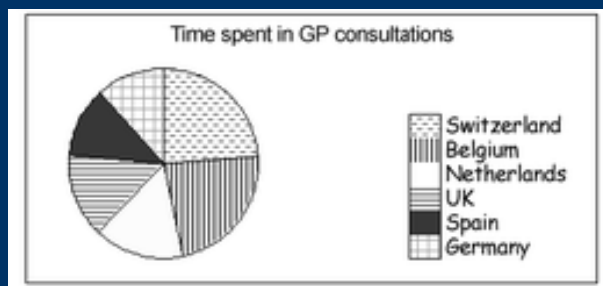
Year	Men (%)	Women (%)
1980	18	5
1982	18	5
1984	20	5
1986	22	6
1988	24	7
1990	25	7
1992	27	8
1994	28	8

Fonte: The Australian, Tuesday March 7, 1995, p.1

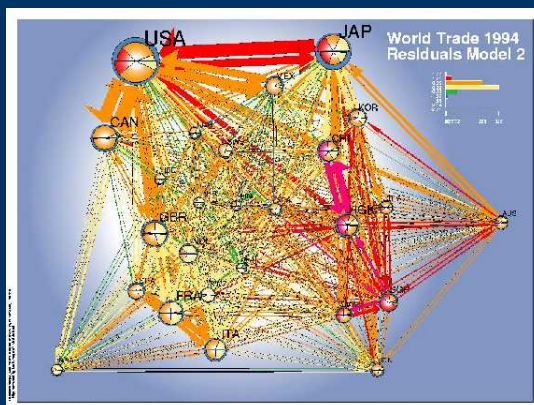
Informação difícil

Esta figura mostra o tempo dispendido por paciente em cada consulta por país.

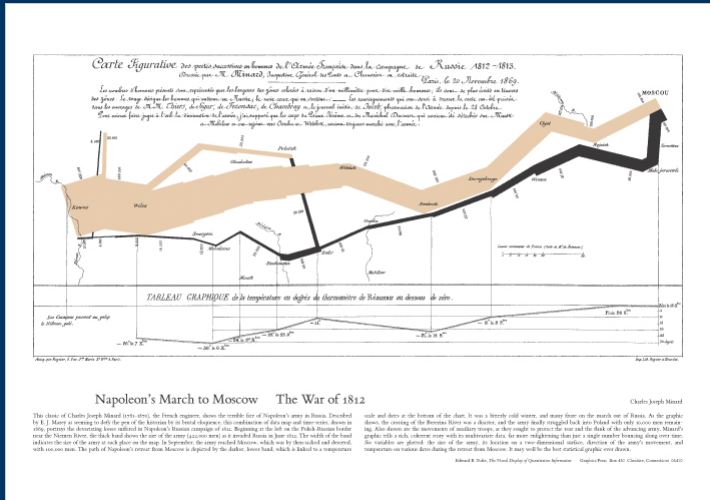
- Que país dá mais tempo ao paciente?
- Menos tempo?
- Tempo semelhante ao do RU?



Mostra o volume do comércio bilateral (grossura das linhas) e usa cores para distinguir que países comercializam mais (laranja, vermelho) ou menos (verde azul) do que o estimado. O tamanho do símbolo do país representa o volume de comércio (em \$), a balança comercial pode ser lida pela comparação entre as importações (em baixo) e as exportações (em cima). As fatias da *pie* indicam até que ponto o volume de exportações e importações de um país estão sobre- ou sub-estimadas.



Talvez o melhor gráfico já desenhado



Autor: Charles Joseph Minard

Cartogramas

