

# PESQUISA DE MERCADO



# PESQUISA DE MERCADO

Atualmente o mercado tem mudado gradualmente a sua postura em relação a forma de pensar na concorrência e em como atingir o seu público alvo.

No começo as indústrias e empreendimentos pensavam muito mais na questão do produto, sempre pensando em como encaixar esse produto na necessidade das pessoas, isto é, como torna-lo atraente para as pessoas.

Entretanto, com a modernização, a globalização e conseqüentemente uma exigência maior das pessoas, essa forma de pensar tem se tornado obsoleta, dando espaço para indústrias e empreendimentos que tenham um foco no seu cliente, em atender as suas necessidades, simplificar as dificuldades do dia-a-dia e em como fazer ele se sentir especial com a obtenção do seu produto ou serviço.

Uma ferramenta muito procurada por empresas já existentes e principalmente por aqueles que desejam começar a empreender é a pesquisa de mercado. Onde é possível conhecer o melhor nicho para seu tipo de negócio, qual o público sua empresa e/ou produto pode atingir, elaborar ou aprimorar a melhor estratégia para abordagem e até mesmo conhecer o potencial do seu concorrente.

A pesquisa de mercado é feita a partir de uma quantidade variável de perguntas chave, que visam conhecer melhor o público da região na qual o cliente pretende abrir sua empresa. Apesar de parecer simples, a escolha das perguntas é a parte fundamental na elaboração do questionário, para que ele possa abranger questões quantitativas e qualitativas.

A quantidade de formulários em geral é decidida pelo cliente, mas cabe a empresa que irá realizar a pesquisa ser transparente tanto se o cliente solicitar uma quantidade exagerado ou uma quantidade insuficiente

A segunda parte é a análise minuciosa das respostas obtidas, é analisar se as respostas são realmente relevantes, pois podem ocorrer falhas tanto por parte de quem aplica o questionário quanto de quem responde ao questionário.

Infelizmente não são todos que se dispõem a responder as perguntas, algumas vezes as pessoas respondem de qualquer maneira, por conta disso é fundamental que o questionário não seja muito longo, que a pessoa que aplica saiba convencer o público da importância do trabalho e busque sempre diversificar as pessoas que aborda.

Cada vez mais esse tipo de serviço tem sido procurado, mesmo sendo algo teoricamente simples, mas que demanda uma quantidade de tempo razoável, desde a aplicação até a análise. Também deve-se considerar que tem uma fundamentação real, que te mostrará se você está seguindo o caminho correto ou que realmente está na hora de mudar de estratégia da sua empresa.