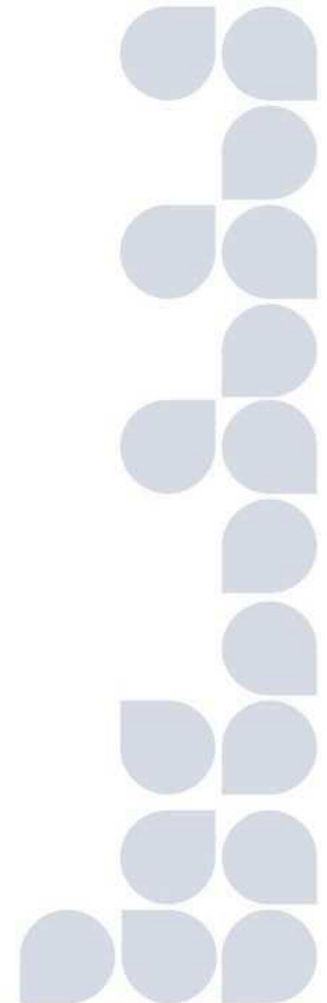


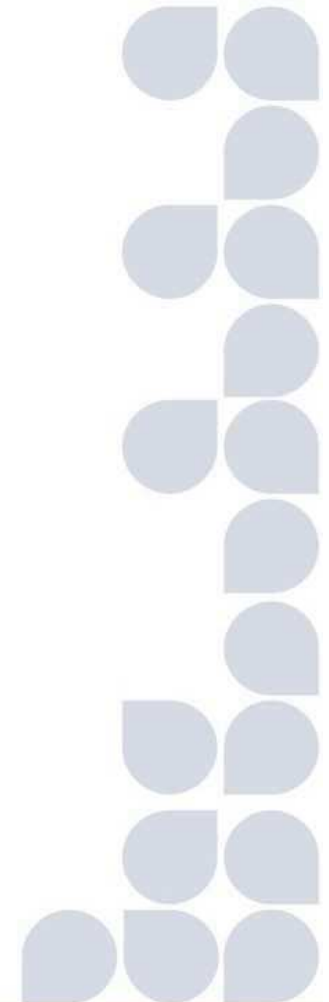


APRESENTAÇÃO
PESQUISA QUANTITATIVA



Sumário

- **Introdução**
 - Objetivos
 - Metodologia
- **Resultados**
 - Perfil dos entrevistados
 - Produtos X Locais de compra
 - Produtos procurados
 - Produtos mais comprados
 - Utilização dos produtos
 - Principais motivações para escolha da loja de compra
 - Atributos valorizados na escolha da loja de compra

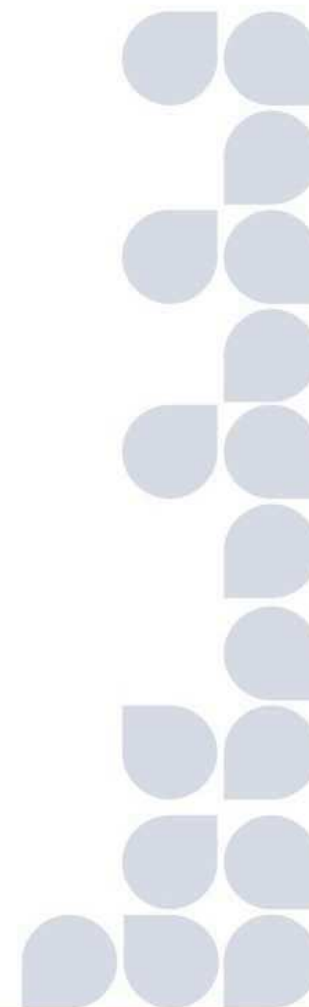


Sumário

- Conhecimento da concorrência
- Percepção de evolução
- Conhecimento e imagem
 - Por cada loja
- Avaliação e satisfação
- Avaliação de aspectos específicos
 - Visita ao site
 - Grau de conhecimento dos produtos
- Relação com a empresa
 - Propensão a recomendar
- Projeção – Desejo de consumo
- Recall de propaganda
- Hábitos de mídia



OBJETIVOS



Objetivos

- Realizar estudo de mercado junto à população de Fortaleza com o objetivo de avaliar o mercado de produtos XXX, bem como o grau de conhecimento e imagem das principais lojas.
- Realizar estudo junto a clientes dentro das lojas, com objetivo de avaliar conhecimento, imagem e satisfação.



METODOLOGIA



Metodologia

Pesquisa quantitativa face a face – Mercado

- Realizada com base em uma amostra estatisticamente representativa do universo em estudo, sendo aleatória a seleção dos entrevistados;
- Questionário estruturado com questões fechadas e abertas, criado a partir das necessidades do cliente;
- Tempo médio de duração da entrevista: 06 minutos;
- Amostra: 385 casos;
- Margem de erro de 5% para um intervalo de confiança de 95%;
- Período de aplicação: de XX a XX de XXXXX de XXXX;
- Local: Cidade de Fortaleza-CE.



RESULTADOS



Perfil dos entrevistados



Perfil dos entrevistados

Mercado

Total	Masc	Fem	16-20	21-25	26-35	36-45	46+
100%	49,6%	50,4%	13,8%	22,1%	26,8%	20,5%	16,9%
385	191	194	53	85	103	79	65

Total	A	B1	B2	C1	C2 D	funda- mental	médio	superior
100%	13,2%	19,5%	23,9%	27,0%	16,4%	9,6%	72,2%	18,2%
385	51	75	92	104	63	37	278	70

Clientes

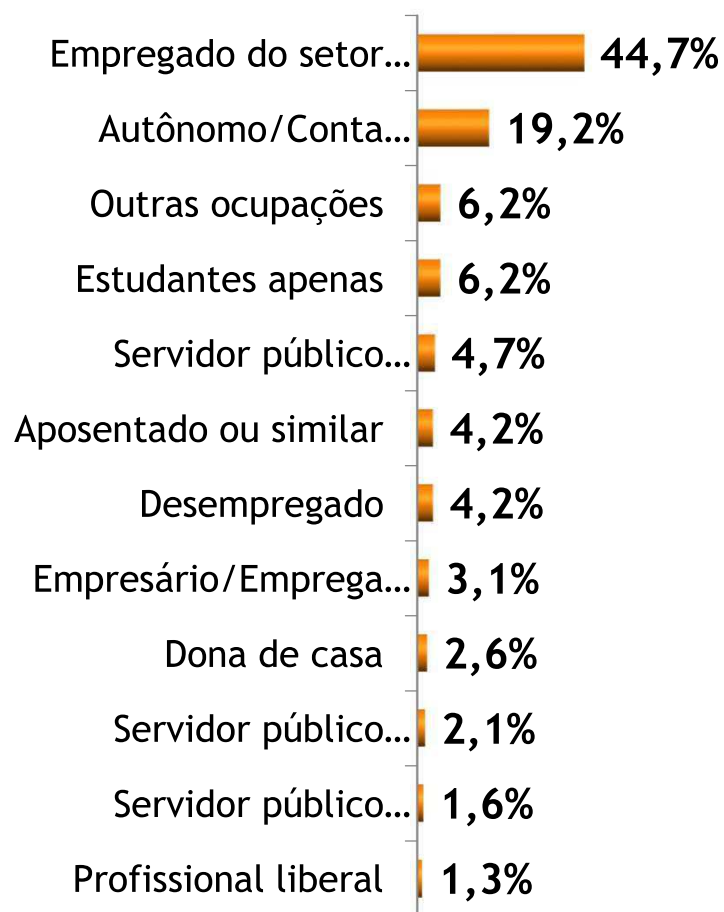
Total	A	B1	B2	C1	C2 D	funda- mental	médio	superior
100%	27,4%	26,0%	27,9%	11,9%	6,9%	3,3%	53,0%	43,7%
420	115	109	117	50	29	14	222	183

Total	Masc	Fem	16-20	21-25	26-35	36-45	46+
100%	68,6%	31,4%	10,5%	20,2%	31,7%	19,3%	18,3%
420	288	132	44	85	133	81	77



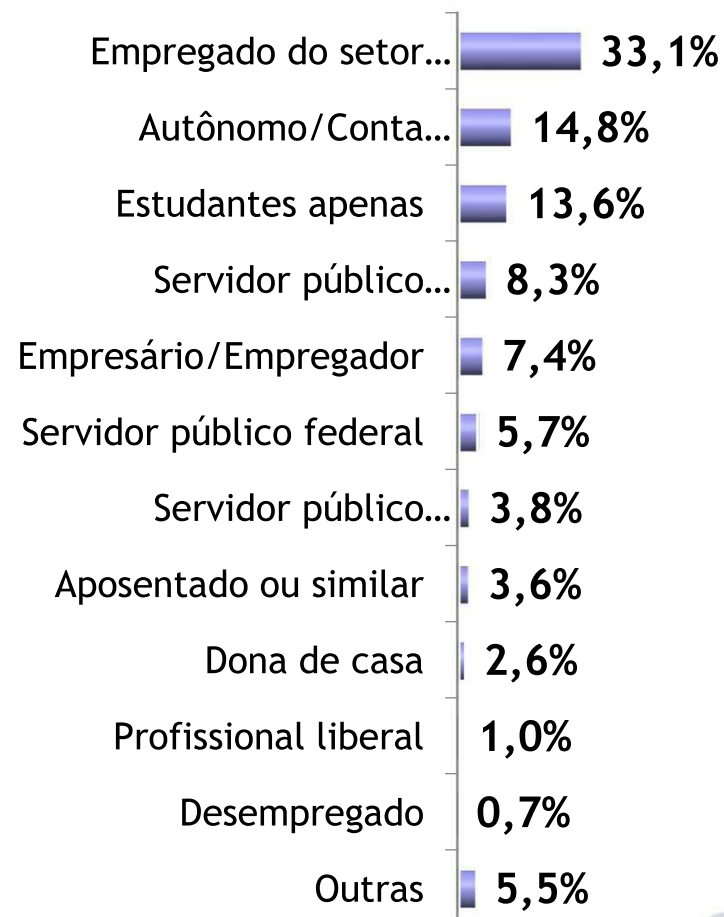
Ocupação principal

Mercado



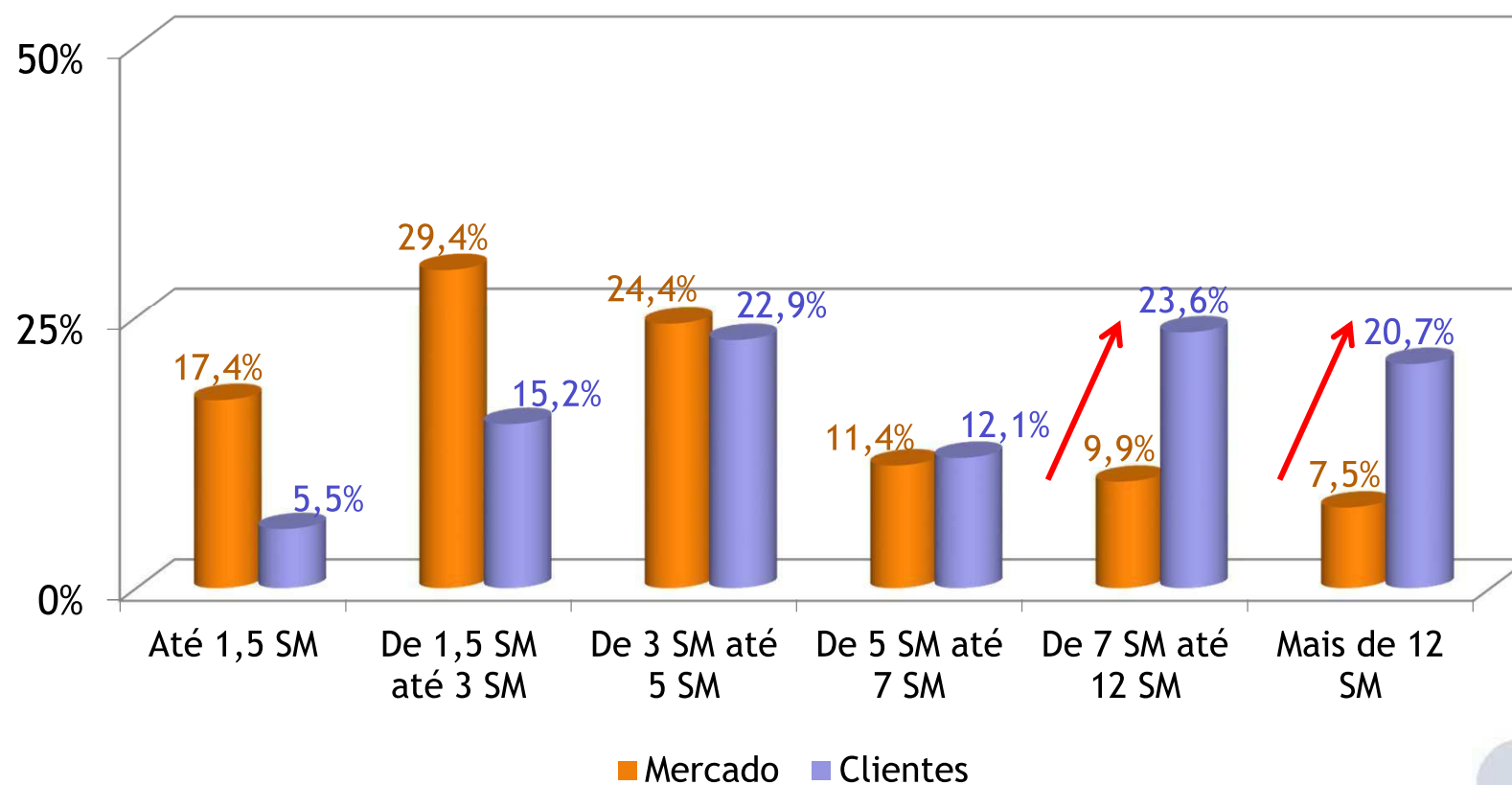
Base: 385

Cientes



Base: 420

Renda média

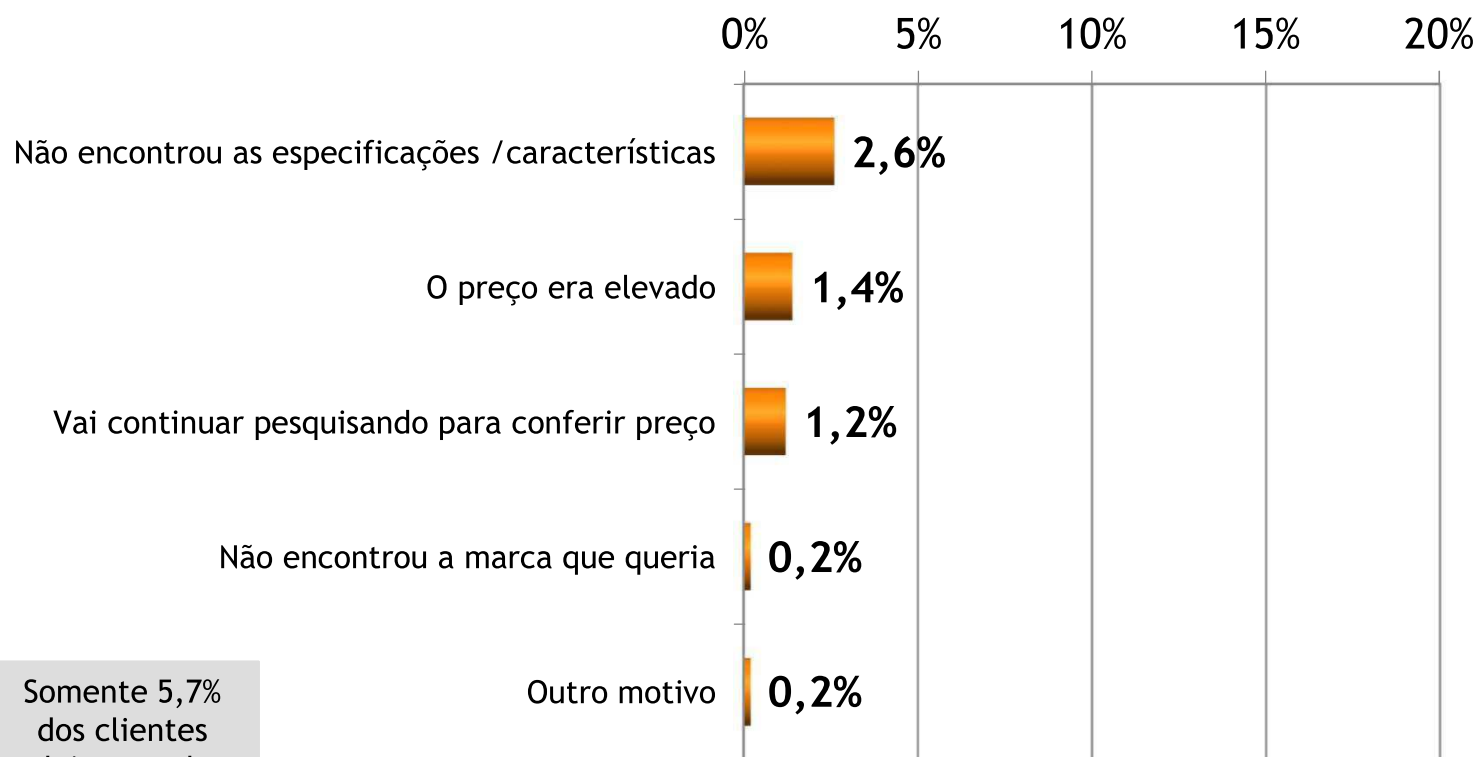


**Produtos
X
Lojas**



Motivos da não compra

Cientes

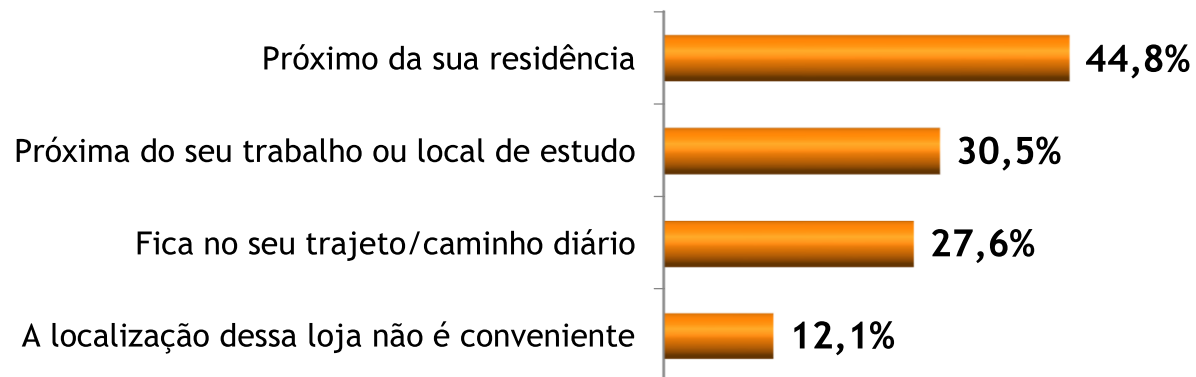


Somente 5,7% dos clientes deixaram de comprar algum produto na loja no dia da pesquisa

Base: 420

Localização da loja

Clientes

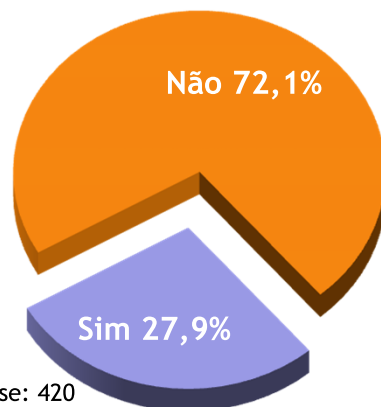


	Loja A	Loja B	Loja C	Loja D	Loja E	Loja F
Próximo da sua residência	60,0%	48,6%	57,1%	25,7%	55,7%	21,4%
Próxima do seu trabalho ou local de estudo	31,4%	44,3%	24,3%	40,0%	18,6%	24,3%
Fica no seu trajeto/caminho diário	25,7%	37,1%	8,6%	37,1%	11,4%	45,7%
A localização dessa loja não é conveniente	7,1%	8,6%	21,4%	8,6%	20,0%	7,1%
Base: Total da amostra	70	70	70	70	70	70

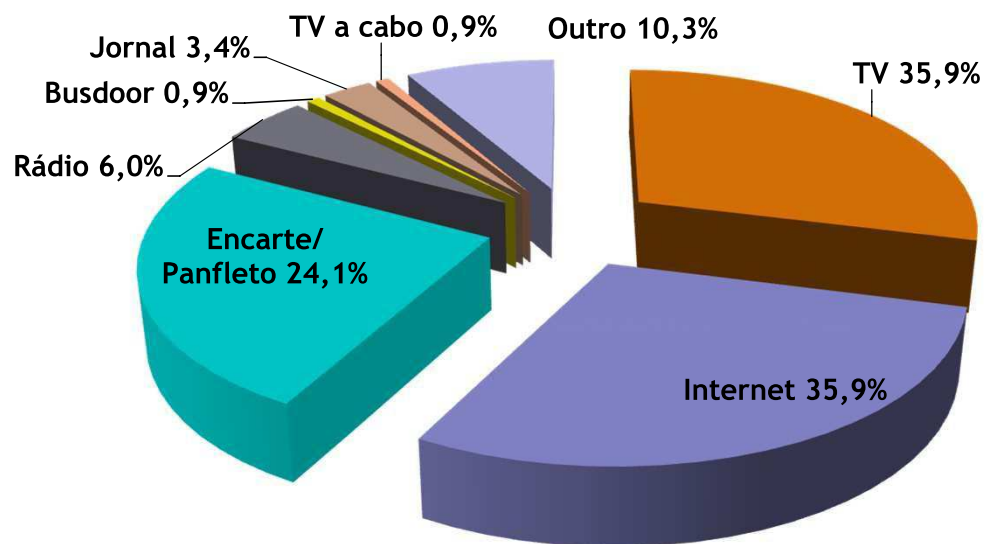
RESPOSTAS MÚLTIPLAS COM SOMATÓRIO ACIMA DE 100%

Motivação por propaganda

Clientes



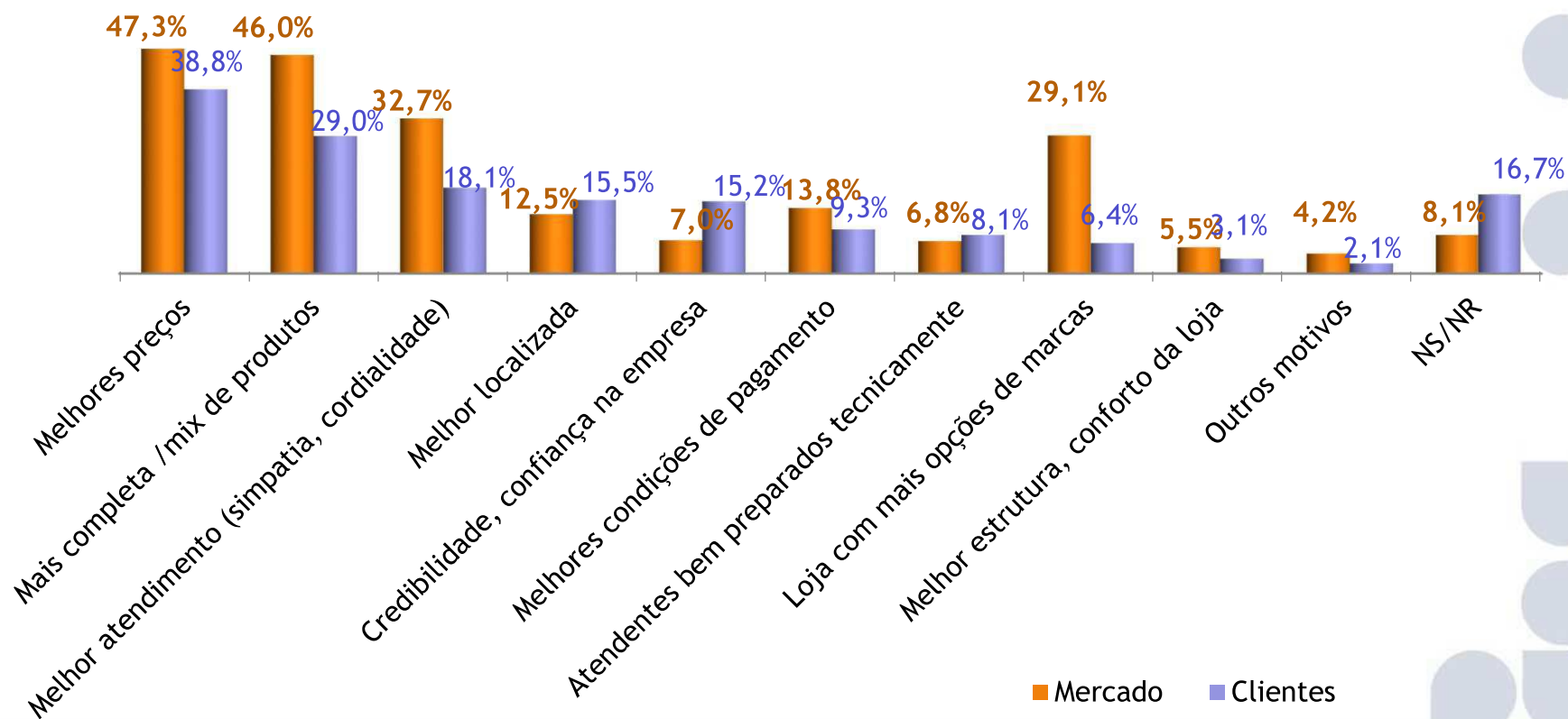
	Loja A	Loja B	Loja C	Loja D	Loja E	Loja F
Não	57,1%	82,9%	82,9%	75,7%	70,0%	64,3%
Sim	42,9%	17,1%	17,1%	24,3%	30,0%	35,7%
Base:	70	70	70	70	70	70



Conhecimento e imagem da concorrência

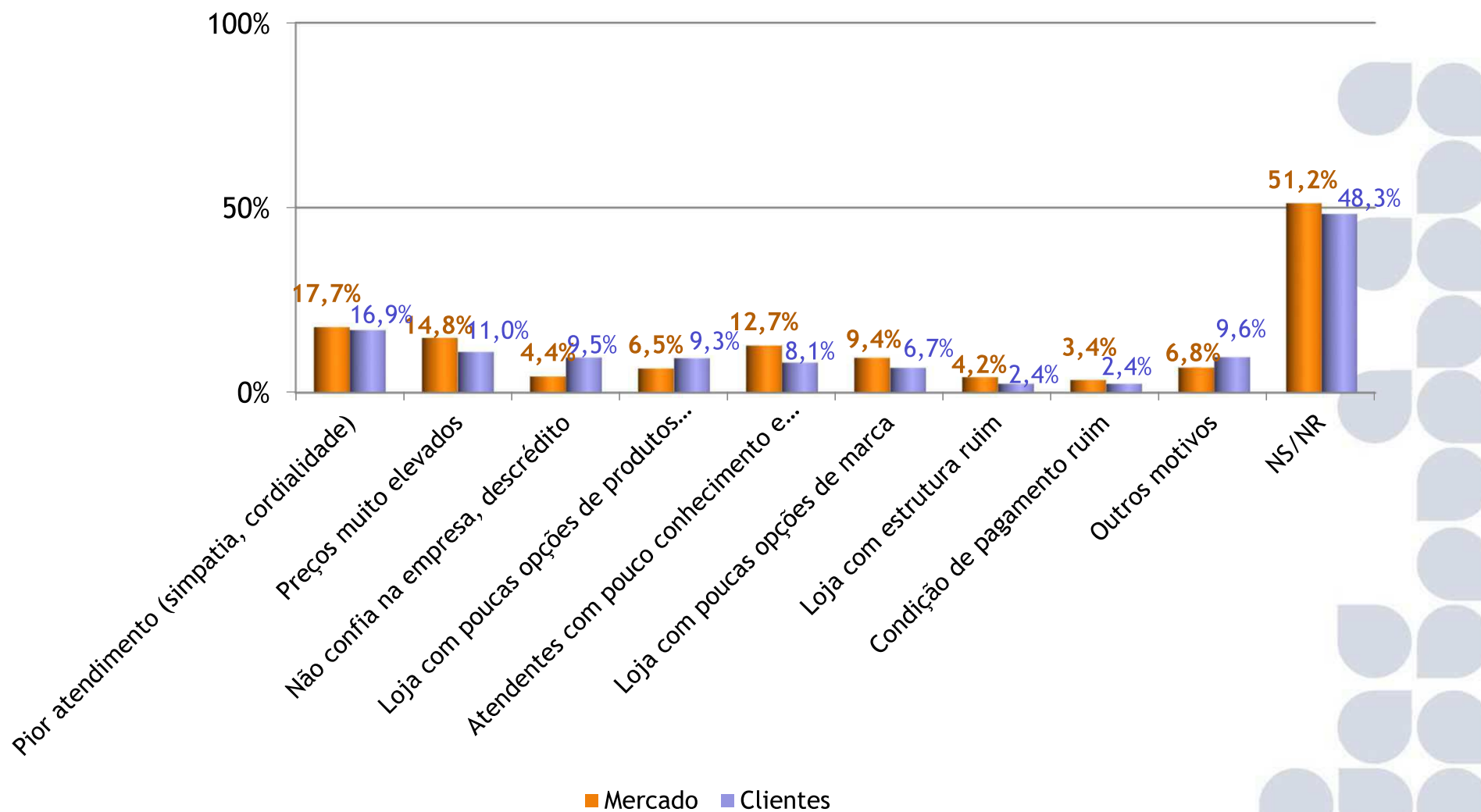


Motivos melhor loja

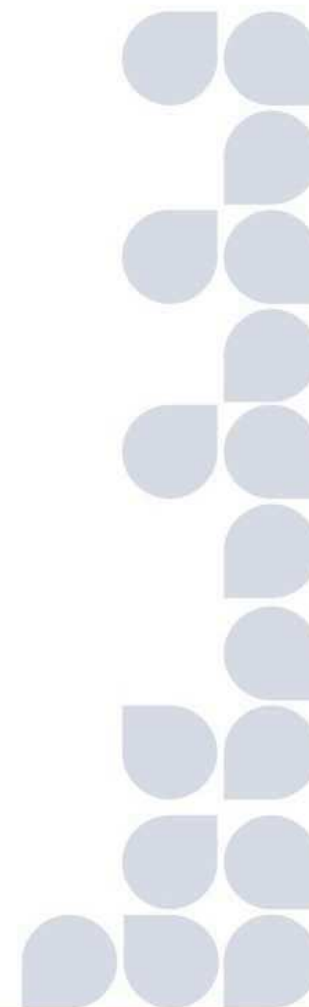


P15. Por que o(a) Sr(a) considera esta loja/rede a melhor?

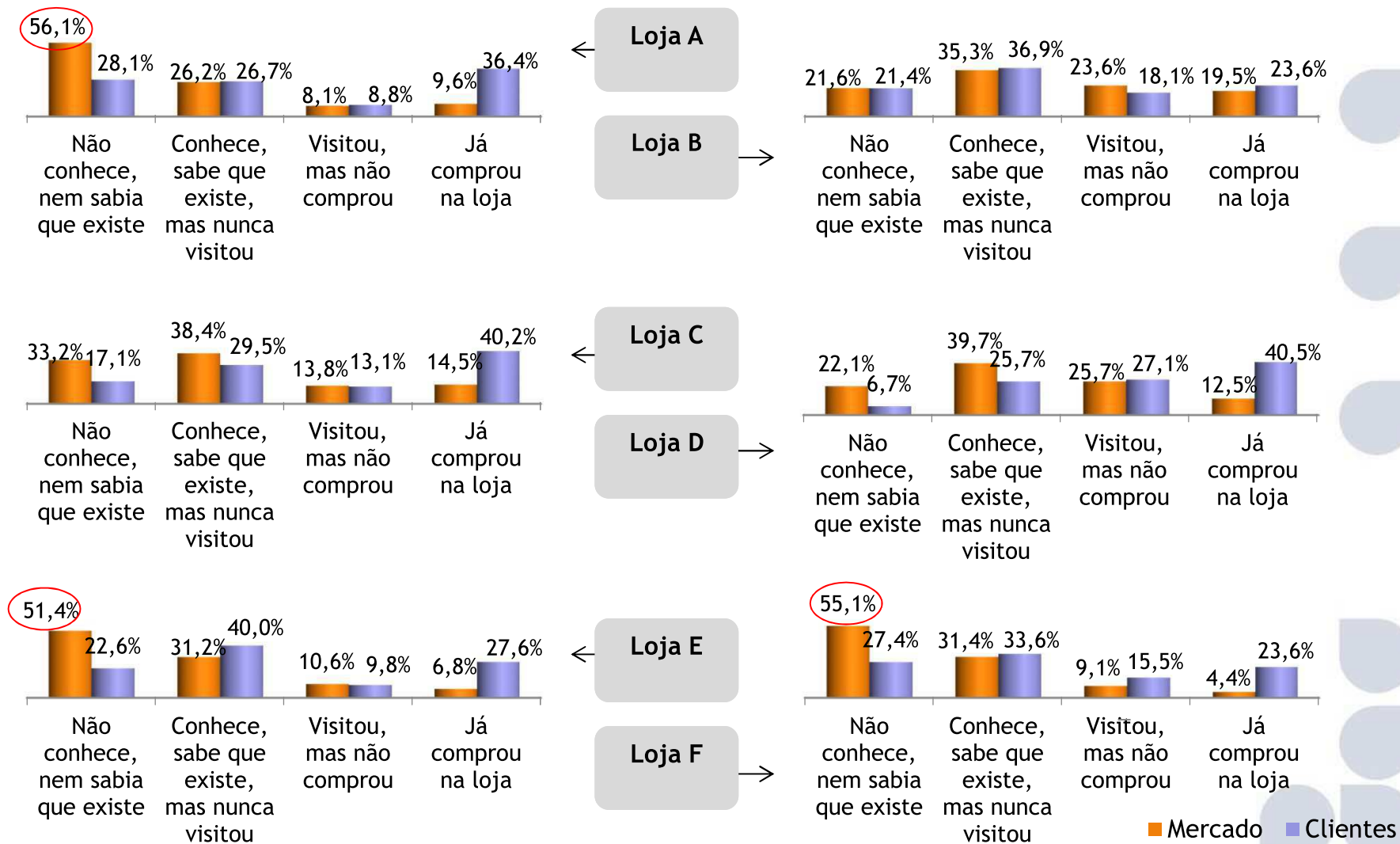
Motivos pior loja



Conhecimento das lojas



Conhecimento das Lojas

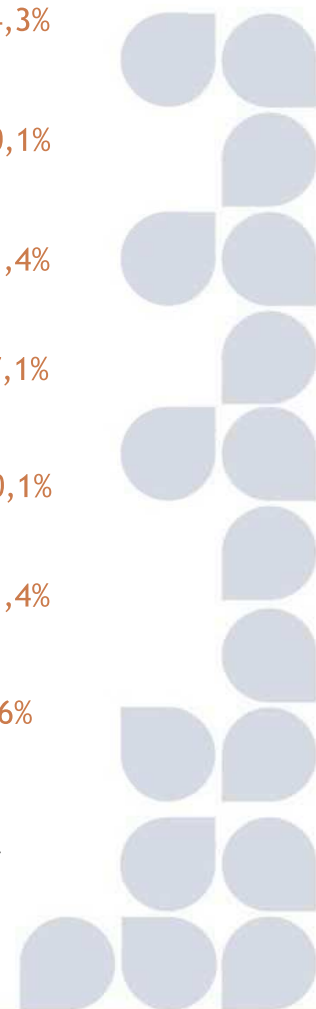
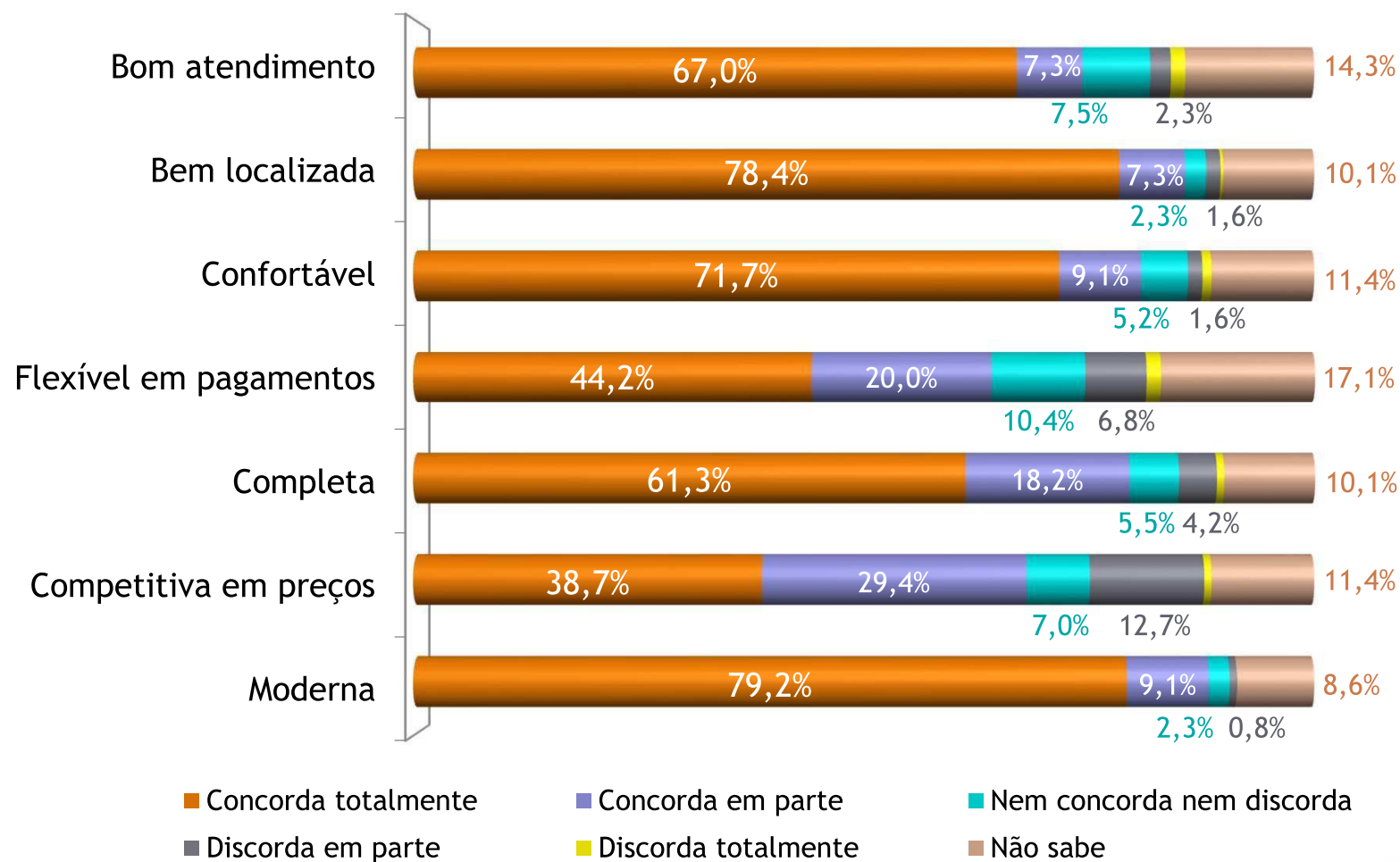


Avaliação e Satisfação



Avaliação – Rede de lojas

Mercado



Moderna

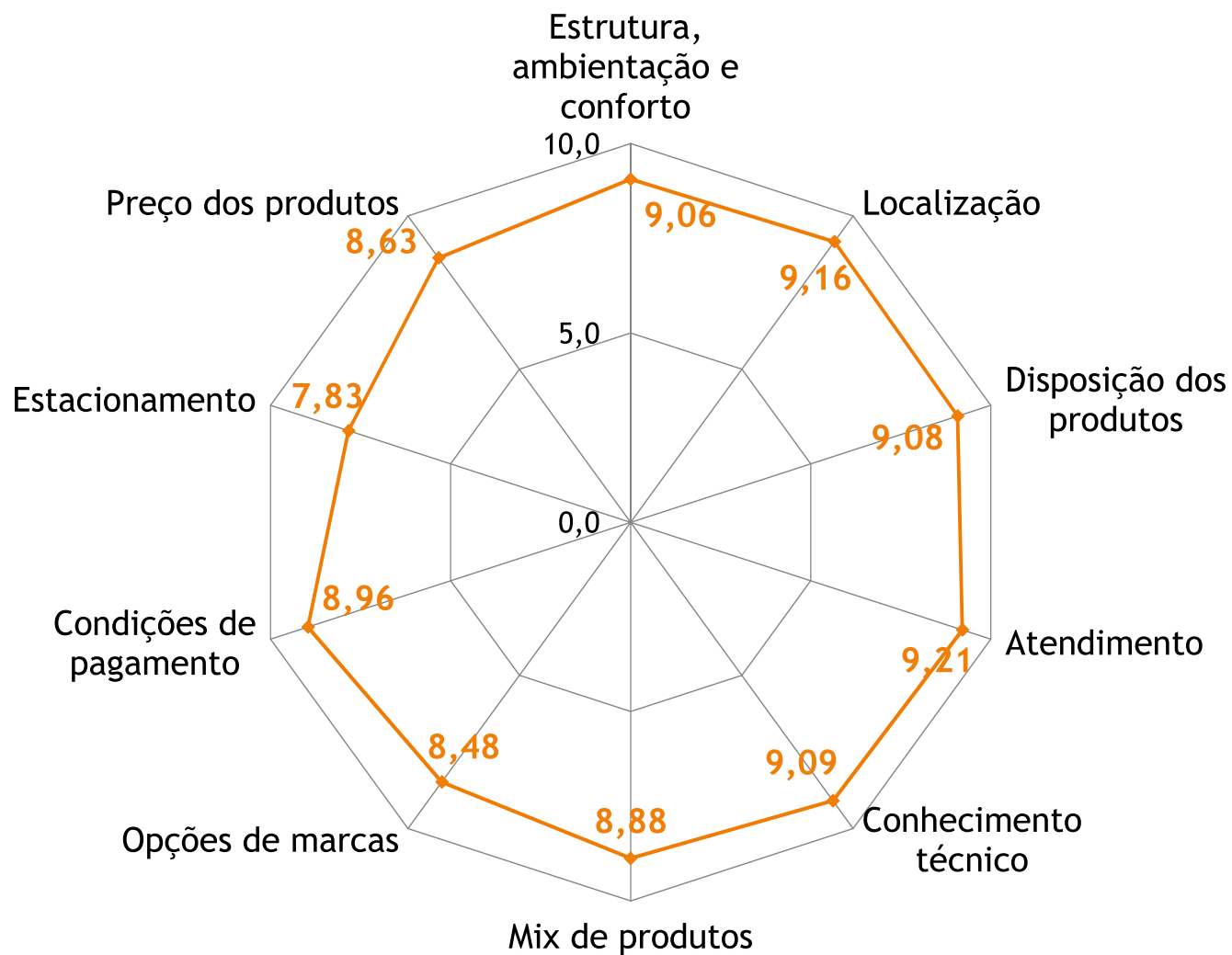
	Total	Loja A	Loja B	Loja C	Loja D	Loja E	Loja F
Concorda totalmente	69,3%	51,4%	65,7%	94,3%	28,6%	78,6%	97,1%
Concorda em parte	28,3%	47,1%	24,3%	5,7%	70,0%	20,0%	2,9%
Não concorda nem discorda	0,5%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Discorda em parte	1,4%	0,0%	7,1%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%
Discorda totalmente	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
NS/NR	0,2%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Base: Total da amostra	420	70	70	70	70	70	70

Bom atendimento

	Total	Loja A	Loja B	Loja C	Loja D	Loja E	Loja F
Concorda totalmente	75,7%	58,6%	87,1%	85,7%	37,1%	92,9%	92,9%
Concorda em parte	22,1%	40,0%	10,0%	12,9%	60,0%	7,1%	2,9%
Não concorda nem discorda	0,7%	0,0%	1,4%	0,0%	1,4%	0,0%	1,4%
Discorda em parte	0,7%	0,0%	0,0%	1,4%	1,4%	0,0%	1,4%
Discorda totalmente	0,2%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NS/NR	0,5%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
Base: Total da amostra	420	70	70	70	70	70	70

Atributos das lojas

Clientes



— Nota média

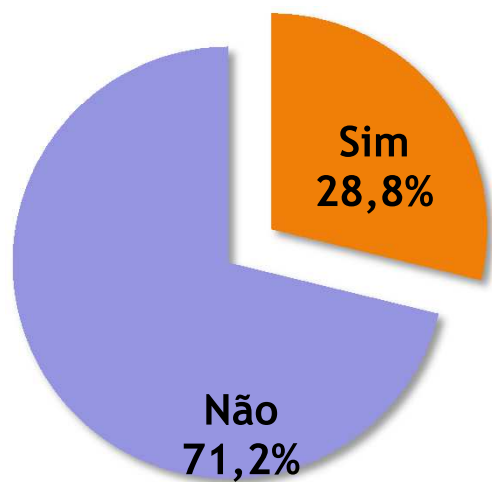
P17. Acerca desta loja, o(a) Sr(a) daria que nota de 1 a 10, sendo 1 para insatisfeito e 10 para satisfeito?

Avaliação de aspectos específicos

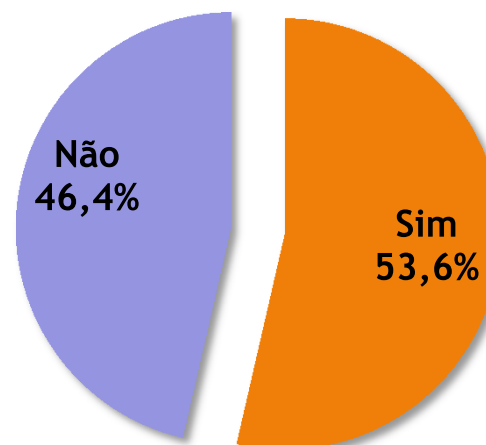


Visita ao site da rede de lojas

Mercado

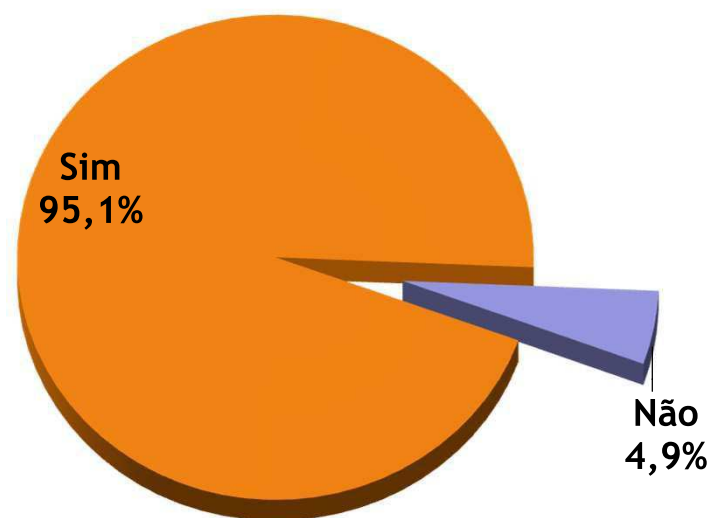


Clientes



Propensão a recomendar

Mercado

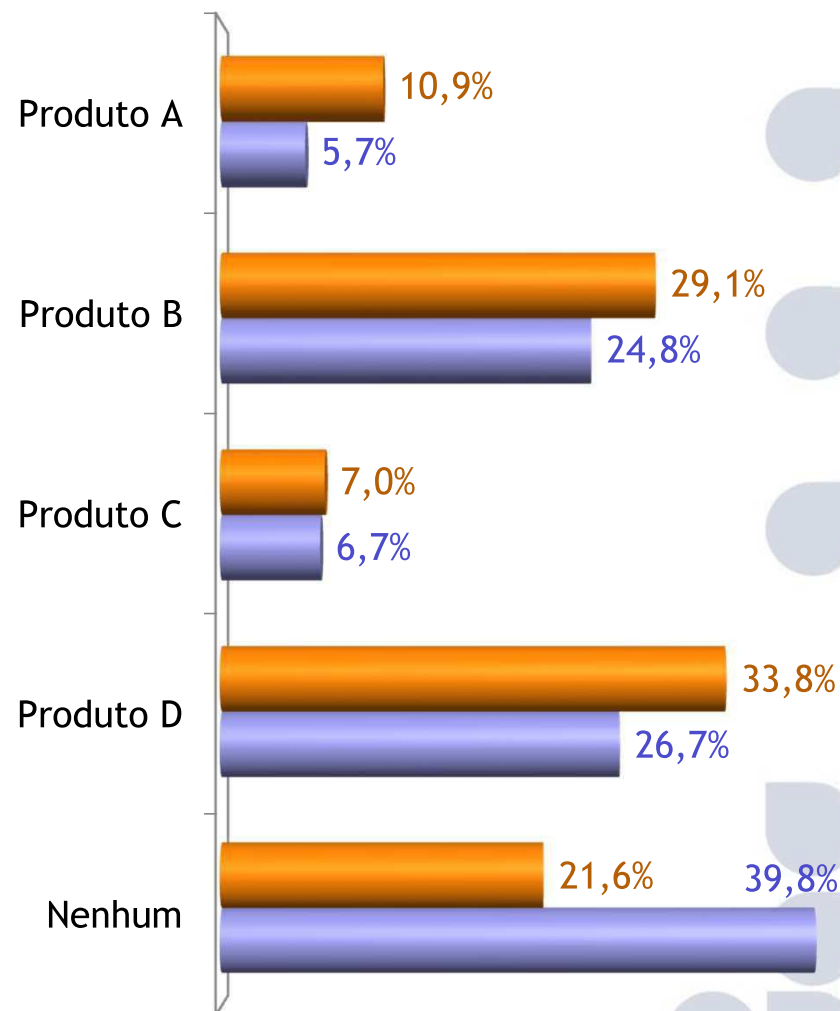
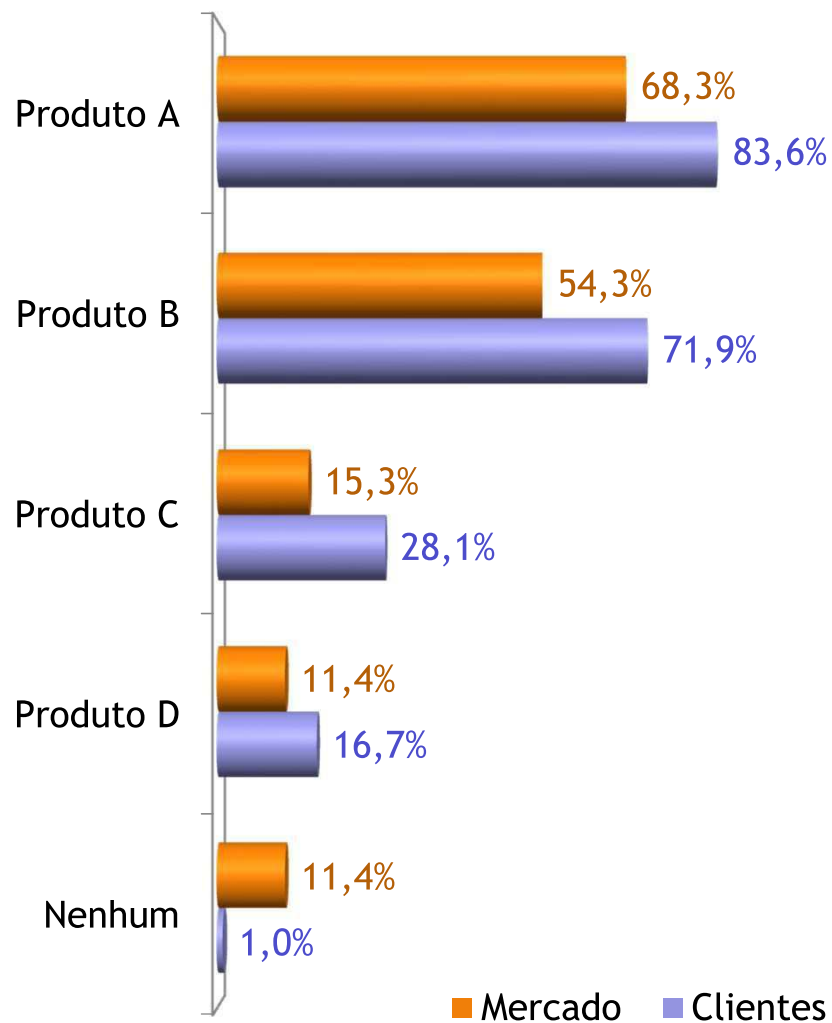


P40. E pelo que sabe ou ouviu falar, o Sr. (a) recomendaria a a outras pessoas?

Desejo de consumo



Produtos que possui X Próxima compra

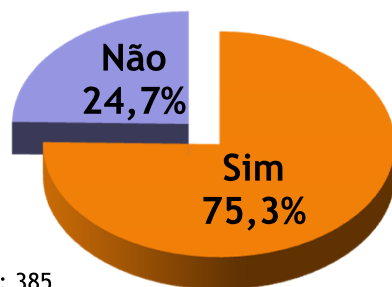


Recall de Propaganda

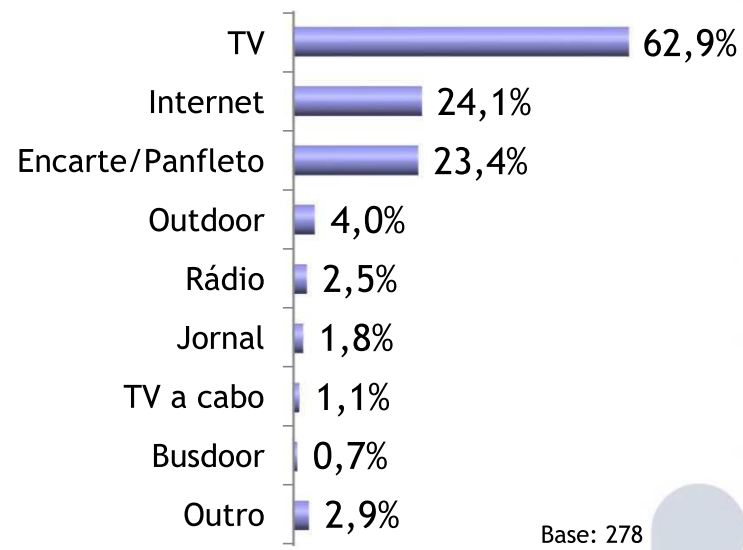
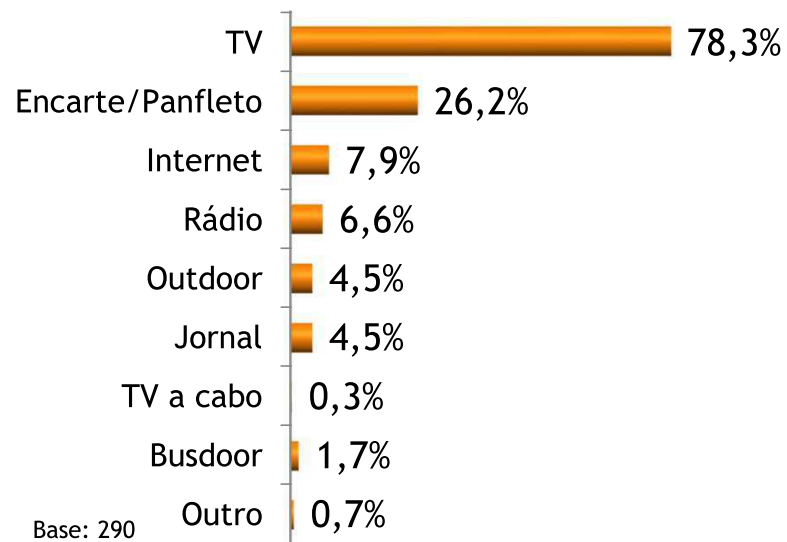
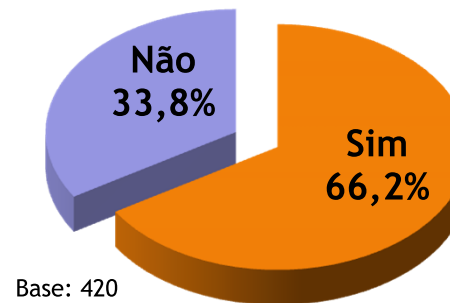


Recall de propagandas

Mercado



Clientes



P42. O(A) Sr(a) lembra de ter visto, ouvido ou lido recentemente alguma propaganda de lojas/produtos?
P43: Se sim, quais meios?

Considerações finais e Agradecimentos

