



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital



Pesquisa de marketing digital



GUIA DA AULA 1



Conheça a pesquisa de marketing



Introdução à pesquisa



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Introdução à pesquisa



“ Há verdadeiramente duas coisas diferentes: saber e crer que se sabe. A ciência consiste em saber; em crer que se sabe reside a ignorância.”

HIPÓCRATES, pai da Medicina



INDEPENDENTEMENTE DO MERCADO OU NATUREZA DO NEGÓCIO QUE ESTEJA EM QUESTÃO, SEMPRE HÁ UM CONTEXTO DE MUITAS INCERTEZAS.

Sabemos como certos mercados podem ser voláteis, estamos cientes que o comportamento do consumidor é inconstante -, ainda mais nesse contexto de consumo digital -, e temos ainda mais noção de que outras variáveis acabam influenciando na existência dos negócios e posicionamento das marcas - economia, política e questões socioambientais, por exemplo.

Nessa perspectiva, empresas e marcas possuem necessidades cada vez mais latentes de entenderem os contextos onde estão inseridas para que busquem novas oportunidades de atuação e construam diferenciais competitivos relevantes.



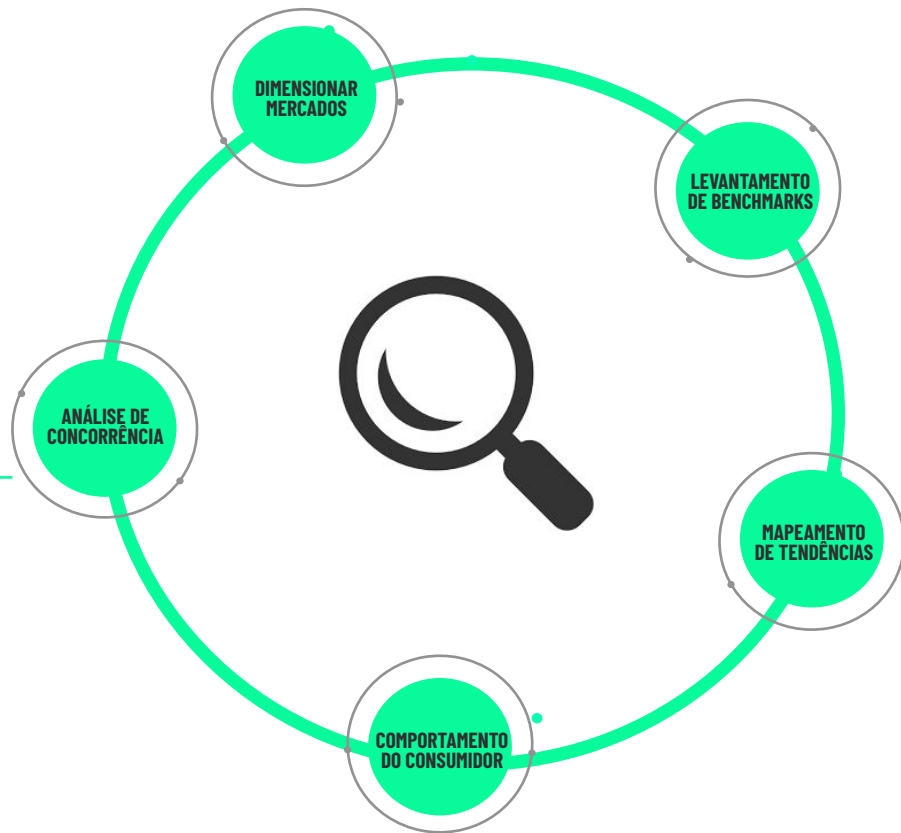
A **PESQUISA DE MARKETING** EXISTE PARA
TIRAR O PROFISSIONAL/MARCA/NEGÓCIO
DE UM CENÁRIO DE INCERTEZAS E
“ACHISMOS” E COLOCÁ-LO NUMA
PERSPECTIVA CLARA E COERENTE DE
ENTENDIMENTO DE CONTEXTO.

As pesquisas de mercado fazem parte do processo de imersão nos desafios a serem resolvidos e permitem coletar e analisar dados com o **objetivo de gerar conhecimento específico** sobre determinado assunto para que seja possível **identificar oportunidades e reduzir os riscos** na tomada de decisões estratégicas.



PESQUISA DE MARKETING

Pode ser utilizada para
mapear diversos
contextos

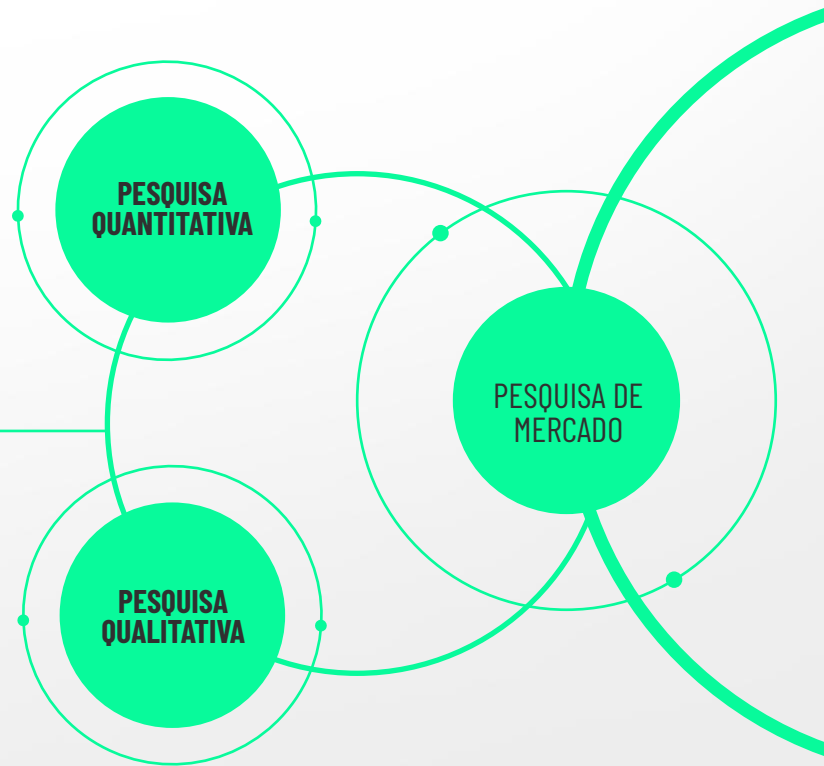


... dentre outras.



DEPENDENDO DO TIPO DE RESPOSTA QUE SE
BUSCA, HÁ, BASICAMENTE, DUAS
METODOLOGIAS DE PESQUISA QUE PODEM SER
APLICADAS NO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO:

**PESQUISA QUANTITATIVA E
PESQUISA QUALITATIVA.**



Bons estudos!

