

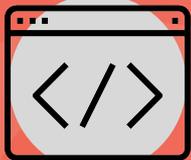
FEUC
BVA

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital

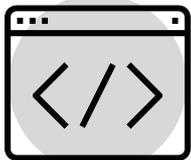


BOAS PRÁTICAS



Pesquisa de marketing digital

- Entenda a pesquisa quantitativa
- Entenda a pesquisa qualitativa
- Utilize metodologias digitais



Confira as boas práticas da comunidade de Marketing Digital com assuntos relacionados às aulas.



Entenda a pesquisa quantitativa

Ao criar um questionário de pesquisa quantitativa em marketing digital, existem algumas boas práticas que podem te ajudar a obter dados relevantes e de qualidade.

- **Defina claramente os objetivos:**
Antes de começar a criar o questionário, defina claramente os objetivos da pesquisa. Saiba exatamente que informações você deseja obter e como essas informações serão usadas no contexto da sua pesquisa.
- **Mantenha o questionário curto:**
Tente manter o questionário o mais curto possível, limitando o número de perguntas. Isso ajudará a aumentar as taxas de resposta e evitará que os participantes se sintam sobrecarregados.
- **Use perguntas fechadas:**
As perguntas fechadas, com opções de resposta pré-definidas, são geralmente mais fáceis de responder e analisar. Use uma variedade de formatos de perguntas fechadas, como perguntas de múltipla escolha, escalas de classificação e perguntas de escolha binária (sim ou não, verdadeiro ou falso).



Entenda a pesquisa quantitativa

Ao criar um questionário de pesquisa quantitativa em marketing digital, existem algumas boas práticas que podem te ajudar a obter dados relevantes e de qualidade.

- **Evite perguntas tendenciosas:**
Formule as perguntas de forma neutra e evite qualquer viés que possa influenciar as respostas dos participantes. Perguntas tendenciosas podem distorcer os resultados e prejudicar a validade da pesquisa.
- **Tenha clareza e concisão:**
Escreva perguntas e instruções de maneira clara e concisa. Evite jargões complicados ou linguagem ambígua que possam levar a interpretações errôneas.
- **Organize o questionário de forma lógica:**
Organize as perguntas em uma sequência lógica, levando em consideração a fluidez das respostas. Comece com perguntas mais simples e introdutórias e, em seguida, avance para questões mais complexas.



Entenda a pesquisa quantitativa

Ao criar um questionário de pesquisa quantitativa em marketing digital, existem algumas boas práticas que podem te ajudar a obter dados relevantes e de qualidade.

- **Faça testes prévios:**
Antes de lançar o questionário, faça testes prévios com um grupo de pessoas para identificar possíveis problemas, como perguntas confusas, respostas insuficientes ou erros gramaticais.
- **Mantenha a privacidade e confidencialidade:**
Informe aos participantes que suas respostas serão tratadas de forma anônima e confidencial. Isso ajudará a garantir a honestidade e a franqueza nas respostas.
- **Agradeça e incentive a participação:**
Ao final do questionário, inclua uma mensagem de agradecimento aos participantes e forneça informações sobre como eles podem obter acesso aos resultados da pesquisa, se desejarem.



Entenda a pesquisa qualitativa

Acompanhe algumas boas práticas na hora de realizar uma entrevista qualitativa em marketing digital.



- **Disponibilidade de recursos:**
Avalie os recursos disponíveis para realizar a entrevista. Considere o tempo, equipe e tecnologia necessários. Certifique-se de que você tenha os recursos adequados para conduzir a entrevista de forma eficaz.
- **Ética da pesquisa:**
Tenha atenção aos princípios éticos ao planejar e conduzir sua entrevista. Certifique-se de obter o consentimento informado dos participantes, garantir sua privacidade e confidencialidade, e tratar os dados com responsabilidade. Prepare-se para lidar com questões éticas que possam surgir ao longo da pesquisa.
- **Validade e confiabilidade:**
Considere maneiras de garantir a validade e confiabilidade dos seus dados qualitativos. Isso pode incluir técnicas de triangulação, revisões por pares, manutenção de registros detalhados do processo de pesquisa e utilização de um sistema de codificação ou categorização consistente.

Entenda a pesquisa qualitativa

Acompanhe algumas boas práticas na hora de realizar uma entrevista qualitativa em marketing digital.



- **Planeje-se com antecedência:**
Faça uma lista de tópicos ou questões que você gostaria de abordar durante a entrevista, mas permita espaço para a conversa fluir organicamente. Pesquise sobre o tema e a empresa do participante para demonstrar interesse e obter informações mais aprofundadas.
- **Estabeleça uma atmosfera confortável:**
Crie um ambiente amigável e acolhedor. Comece a entrevista com uma introdução e estabeleça uma conexão inicial para ajudar o participante a se sentir à vontade para compartilhar suas opiniões e experiências.
- **Faça perguntas abertas:**
Use principalmente perguntas abertas que permitam respostas mais detalhadas e abrangentes. Isso incentiva o participante a fornecer informações ricas e a expressar suas opiniões de forma mais livre. Evite perguntas que possam ser respondidas com sim e não.

Entenda a pesquisa qualitativa

Acompanhe algumas boas práticas na hora de realizar uma entrevista qualitativa em marketing digital.



- **Ouçá ativamente:**
Atente-se às respostas do participante e demonstre interesse genuíno. Faça perguntas de acompanhamento para esclarecer pontos ou obter mais informações quando necessário. Evite interrupções e permita que o participante se expresse completamente para obter informações mais aprofundadas.
- **Encoraje histórias e exemplos concretos:**
Peça ao participante que compartilhe histórias ou exemplos específicos relacionados ao tema em discussão. Isso ajudará a enriquecer os dados com detalhes tangíveis e contextuais.
- **Abra-se a perspectivas divergentes:**
Lembre-se de que a entrevista qualitativa busca explorar diferentes perspectivas e experiências. Acolha opiniões divergentes e evite fazer julgamentos precipitados. Isso ajudará a obter uma visão mais completa do assunto.

Entenda a pesquisa qualitativa

Acompanhe algumas boas práticas na hora de realizar uma entrevista qualitativa em marketing digital.



- **Mantenha o foco e o ritmo da entrevista:**
Mantenha o foco nos objetivos da entrevista e no tempo disponível. Gerencie o ritmo da conversa para garantir que todos os tópicos importantes sejam abordados dentro do período previsto.
- **Registre a entrevista:**
Utilize uma ferramenta apropriada para registrar a entrevista, como um gravador de áudio ou um *software* de transcrição. Isso permitirá que você se concentre na interação e no entendimento do participante, em vez de anotar todos os detalhes.
- **Agradeça e siga com um acompanhamento:**
Ao final da entrevista, agradeça ao participante por seu tempo e contribuição. Considere enviar um *e-mail* de acompanhamento posteriormente, oferecendo a oportunidade de adicionar mais informações ou esclarecer pontos discutidos durante a entrevista.

Utilize metodologias digitais

Ao realizar o monitoramento e *social listening*, existem algumas boas práticas que podem ajudar a obter *insights* valiosos sobre a percepção da sua marca, identificar tendências e oportunidades, bem como gerenciar a reputação *online*. Acompanhe!



- **Escolha as ferramentas certas:**
Existem várias ferramentas (Sculp Social, Buzz Monitor, Hootsuite) disponíveis para monitorar as mídias sociais e a *web*. Escolha aquelas que atendam às suas necessidades, levando em consideração recursos como rastreamento de menções, análise de sentimento, identificação de influenciadores e capacidade de monitorar várias plataformas.
- **Defina palavras-chave relevantes:**
Identifique palavras-chave e termos relacionados à sua marca, setor e tópicos relevantes que você deseja monitorar. Isso ajudará a filtrar e acompanhar as conversas mais relevantes para sua pesquisa.
- **Utilize filtros e segmentação:**
Aproveite as funcionalidades das ferramentas de monitoramento para aplicar filtros e segmentar as informações coletadas. Isso pode incluir filtrar por data, localização geográfica, idioma, tipo de mídia ou até mesmo segmentar por grupos específicos de usuários.

Utilize metodologias digitais

Ao realizar o monitoramento e *social listening*, existem algumas boas práticas que podem ajudar a obter *insights* valiosos sobre a percepção da sua marca, identificar tendências e oportunidades, bem como gerenciar a reputação *online*. Acompanhe!



- **Monitore em tempo real:**
Estabeleça uma rotina para monitorar as menções e conversas em tempo real. Isso permite que você responda rapidamente a comentários ou problemas, aproveite oportunidades de engajamento e mantenha-se atualizado sobre o que está acontecendo em torno da sua marca.
- **Analise o sentimento e a intenção:**
Além de monitorar as menções, avalie o sentimento das postagens e comentários relacionados à sua marca. Isso ajudará a entender a percepção do público e identificar áreas de melhoria ou oportunidades para promover experiências positivas.
- **Identifique tendências e padrões:**
Atente-se a tendências emergentes e padrões de comportamento que possam impactar sua estratégia de marketing digital. Identifique o que seu público-alvo está discutindo, quais tópicos são relevantes e quais são as necessidades e desejos do seu público.

Bons estudos!

