

Marketing Digital



Pesquisa de marketing digital



GUIA DA AULA 4

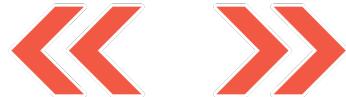


Utilize metodologias digitais

Metodologias digitais



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Metodologia digitais



ALÉM DAS METODOLOGIAS TRADICIONAIS DE
PESQUISA, NÃO PODEMOS IGNORAR OS NOVOS
MÉTODOS QUE SURGIRAM A PARTIR DA CHEGADA
DO MUNDO DIGITAL NA VIDA DAS PESSOAS.

...



**FALAMOS ANTERIORMENTE QUE
A OPORTUNIDADE DA PESQUISA
NASCE DE UMA NECESSIDADE DE
ENTENDIMENTO DO CONTEXTO.**

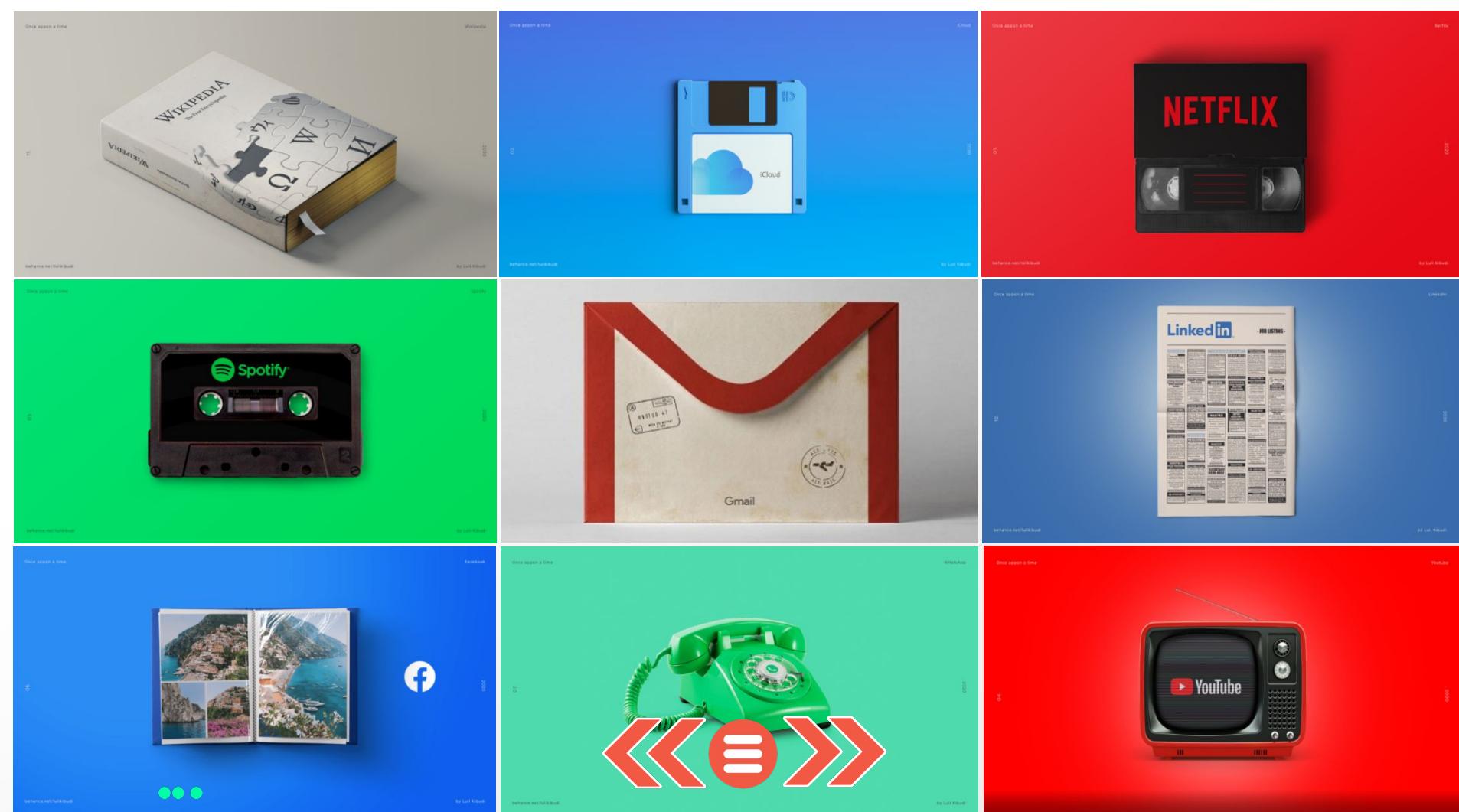
SE TEMOS UM
CONTEXTO EM CONSTANTE MUDANÇA



QUER DIZER QUE
PESSOAS
MARCAS
NEGÓCIOS

TAMBÉM ESTÃO EM
CONSTANTE MUDANÇA





SE O MUNDO INTEIRO
EVOLUIU - SAIU DO OFF
E FOI PARA O ONLINE -
POR QUE A FORMA DE SE
PESQUISAR NAO
EVOLUIRIA TAMBÉM?



CONECTAR
INTERAGIR
COMPARAR
FILHAR

DIGITALIZAÇÃO

trouxe um novo contexto de comportamento para as pessoas e impactou diretamente na maneira como nos relacionamos, principalmente, com outras pessoas e com as marcas.

As redes sociais viraram a grande vitrine para tudo e para todos, para coisas boas e coisas ruins e, nesse cenário, as marcas têm aproveitado para extrair insumos sobre o comportamento do consumidor e sobre o que ele pensa sobre seus produtos/serviços.



SE TUDO MUDOU E NÓS
SURGEM NOVAS FORMAS DE
SE PESQUISAR QUE PRECISAM
SER INCORPORADAS NAS
ROTINAS DE INVESTIGAÇÃO
DE HIPÓTESES!

METODOLOGIAS TRADICIONAIS, POR EXEMPLO:

- ★ Aplicação de questionários
- ★ Observação
- ★ Entrevistas
- ★ Grupos de discussão
- ★ Etnografia

METODOLOGIAS DIGITAIS, POR EXEMPLO:

- ★ Desk Research
- ★ Netnografia
- ★ Monitoramento
- ★ Social Listening



NOVAS METODOLOGIAS DE
PESQUISA
NO CONTEXTO
DIGITAL



NOVAS METODOLOGIAS DE **PESQUISA** **NO CONTEXTO** **DIGITAL**



DESK RESEARCH

É o levantamento de dados a partir de informações já disponíveis para consulta em fontes diversas - por isso também é chamada de **PESQUISA DE DADOS SECUNDÁRIA**.

As desk researches podem ser usadas para os mais diversos fins, inclusive para complementar ou enriquecer as pesquisas quali e quantitativa. Os dados secundários são muito utilizadas para embasar e dar o pontapé inicial em estudos maiores.

PONTO DE ATENÇÃO: dados secundários podem não ser 100% confiáveis, ainda mais se a fonte de informação for as redes sociais.
CUIDADO! Busque por sites ou ferramentas confiáveis para essa sua imersão.

PORATAIS COM INFORMAÇÕES CONFIÁVEIS

FACEBOOK for Business



FERRAMENTAS COM INFORMAÇÕES CONFIÁVEIS



facebook

Audience Insights

Ferramenta que fornece informações demográficas, geográficas, comportamentais e de compra de uma audiência. Gratuita.



Mosaic | Brasil

O Mosaic classifica a população em grupos e segmentos baseados em aspectos financeiros, geográficos, demográficos, de consumo, comportamento e estilo de vida. Paga.



Ferramenta de estudo da Kantar IBOPE Media sobre os hábitos e comportamentos da população brasileira. Paga.



Consultoria que planeja, transaciona e avalia mídia em todas as plataformas e traz insights sobre o comportamento do usuário em várias telas. Paga.



Ferramenta de análise de sites e aplicativos que fornece inteligência de mercado global e multiplataforma para entender, monitorar e crescer o market share digital. Gratuita e Paga.



INSTITUTOS DE PESQUISA



NOVAS METODOLOGIAS DE **PESQUISA** NO CONTEXTO **DIGITAL**



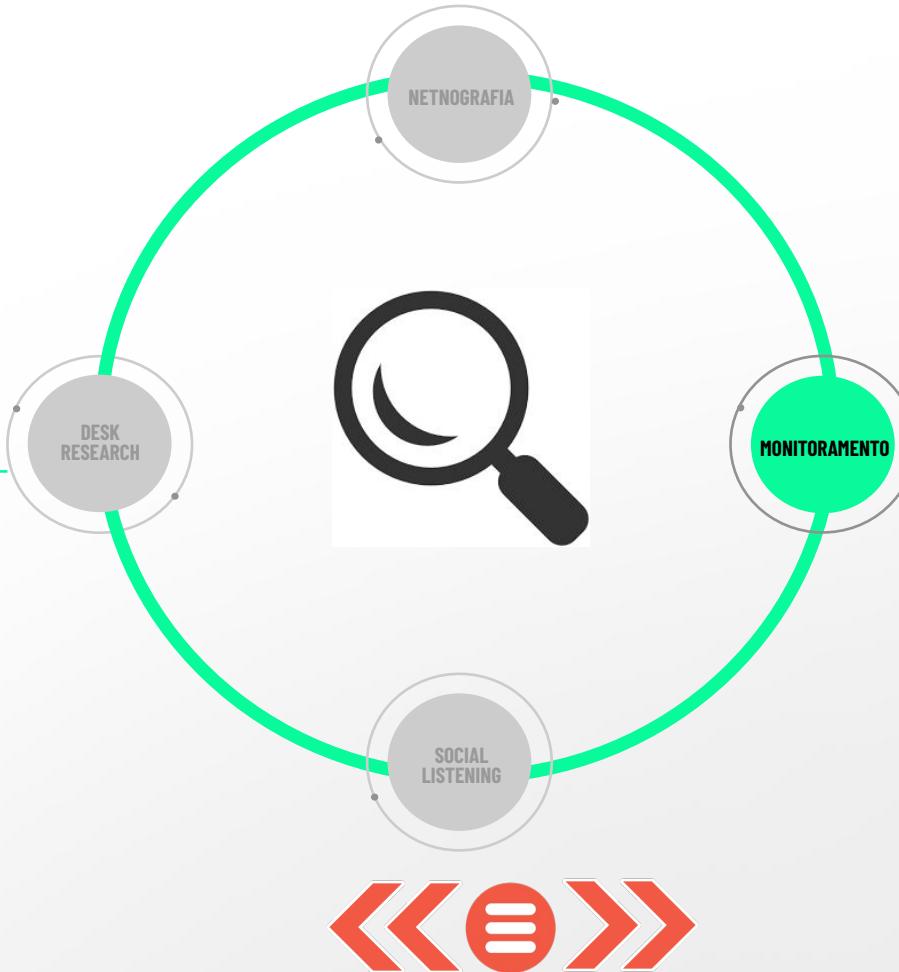
NETNOGRAFIA

É o ramo da Etnografia que analisa o comportamento de indivíduos e grupos sociais na Internet e as dinâmicas desses grupos no ambiente on-line e off-line.

Esse acompanhamento pode ser feito mapeando e observando fóruns de discussão em sites específicos e comunidades criadas dentro das redes sociais, por exemplo.

É o famoso STALK, sabe?
Quem nunca, não é mesmo? ;)

NOVAS METODOLOGIAS DE **PESQUISA** NO CONTEXTO DIGITAL



MONITORAMENTO

O monitoramento tem grande importância na construção de uma proximidade entre a marca e seu público e, por isso, seu principal objetivo é observar e acompanhar todas as interações e comentários sobre tudo que é falado sobre o negócio nas redes sociais.

A premissa do monitoramento é a **AÇÃO**, ou seja, a marca busca agir/interagir com rapidez e eficiência para não deixar o cliente sem atenção.

NOVAS METODOLOGIAS DE **PESQUISA** **NO CONTEXTO** **DIGITAL**



SOCIAL LISTENING

O Social Listening é a continuação do Monitoramento - e essa evolução consiste em trazer insights a partir do que é MONITORADO nas redes sociais.

Ou seja, enquanto o Monitoramento é operacional/tático, com foco na ação, o Social Listening está direcionado para a estratégia.

FERRAMENTAS DE MONITORAMENTO E SOCIAL LISTENING



Bons estudos!

