

PESQUISA DE CAMPO: ESTRATÉGIA PARA MARKETING E VENDAS



- 1. O que é a pesquisa de campo;**
- 2. Pesquisa de Campo na Estratégia de Marketing;**
- 3. Tipos de Pesquisas de Campo;**
- 4. Como aplicar na prática**

ATENÇÃO!

Depois de responder às questões, vocês vão precisar responder à pesquisa que fizemos sobre o que vocês acharam desse conteúdo. Podem ser sinceros, essas respostas vão nos ajudar a conhecer melhor os gostos de vocês e como aprendem.



OLÁ ESTAGIÁRIOS!

E aí, galera! Hoje vocês conhecerão sobre uma ferramenta que pode ser um te ajudar muito nas suas experiências como estagiários em supermercados: a pesquisa de campo!

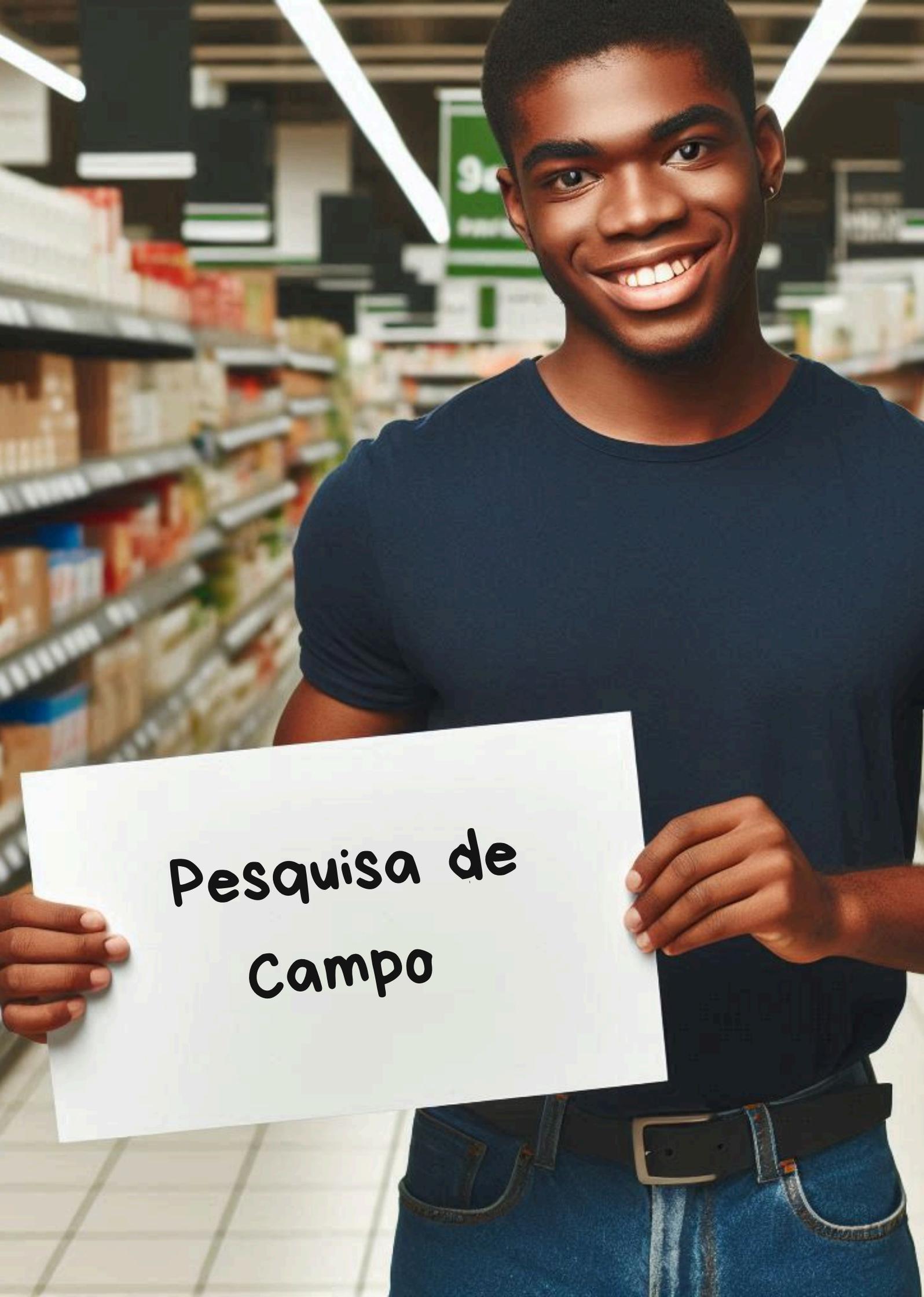
A pesquisa de campo dá a oportunidade de "ir pra rua" e interagir com a galera: os clientes!

Essa abordagem é uma das melhores maneiras de melhorar as estratégias de marketing e vendas, porque fornece informações fresquinhas e diretas da fonte.

Essa é uma forma incrível de entender não só o que está bombando no mercado, mas também de adaptar as estratégias de marketing e vendas com base nas necessidades e desejos do público!



BORA LÁ?

A young man with short dark hair, wearing a dark blue t-shirt and blue jeans with a black belt, is smiling broadly. He is holding a white rectangular sign in front of his chest with both hands. The sign has the text "Pesquisa de Campo" written in a bold, black, sans-serif font. The background is a blurred grocery store aisle with shelves of products and overhead fluorescent lights.

**Pesquisa de
Campo**

E aí, galera! Hoje vocês conhecerão sobre uma **ferramenta** que pode ser um verdadeiro **superpoder** nas suas experiências como estagiários em supermercados: a **pesquisa de campo!**

Imagina só: em vez de ficar dentro do escritório **analisando** planilhas, a pesquisa de campo dá a **oportunidade** de "ir pra rua" e **interagir** com a galera que realmente importa: os clientes!



É como sair em uma **missão** superimportante para **descobrir** o que os consumidores **realmente** pensam e desejam.

Essa abordagem é uma das **melhores** maneiras de ajudar as **estratégias** de marketing e vendas, porque fornece **informações** fresquinhas e **diretas** da fonte.

Essa é uma forma incrível de **entender** não só o que está bombando no mercado, mas também de **adaptar** as estratégias de marketing e vendas com base nas **necessidades** e desejos do público!

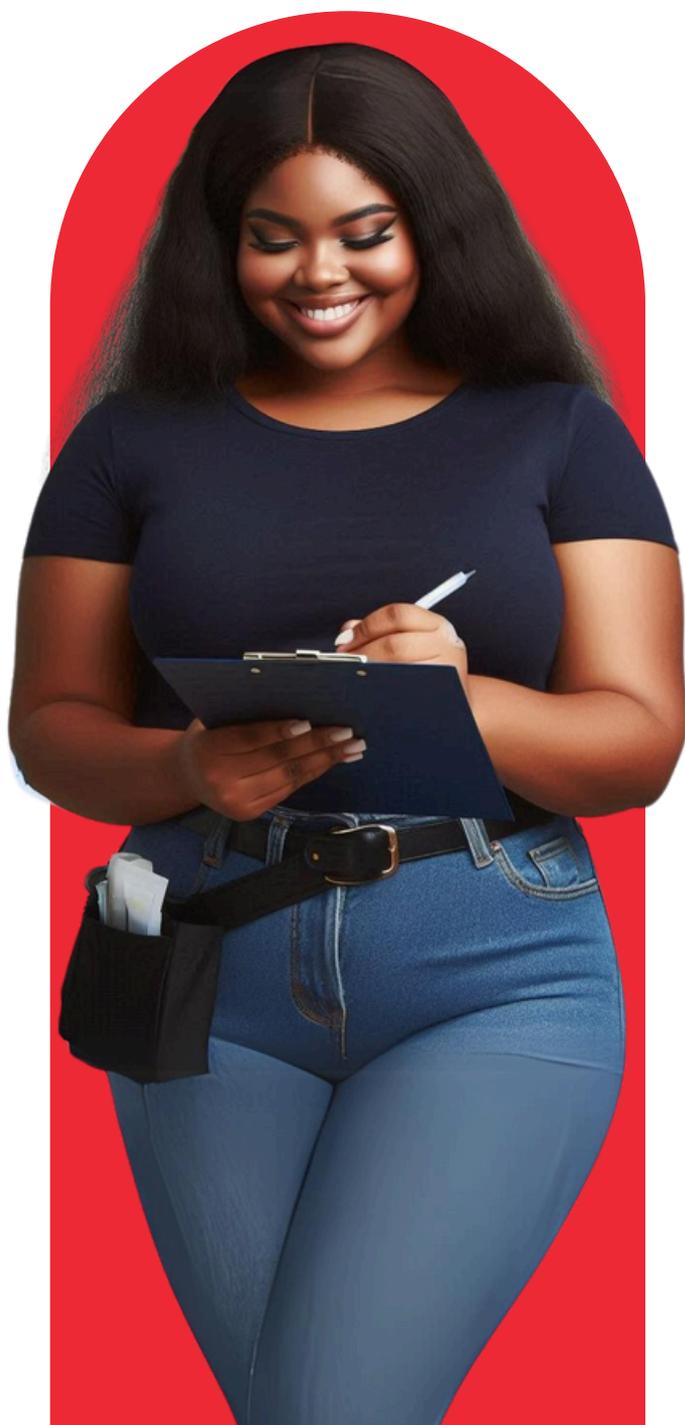


O que é a pesquisa de campo

Pesquisa de campo é quando vocês vão **direto** para onde as coisas estão **rolando**, sabe? É muito usado em áreas como ciências sociais, biologia e antropologia.

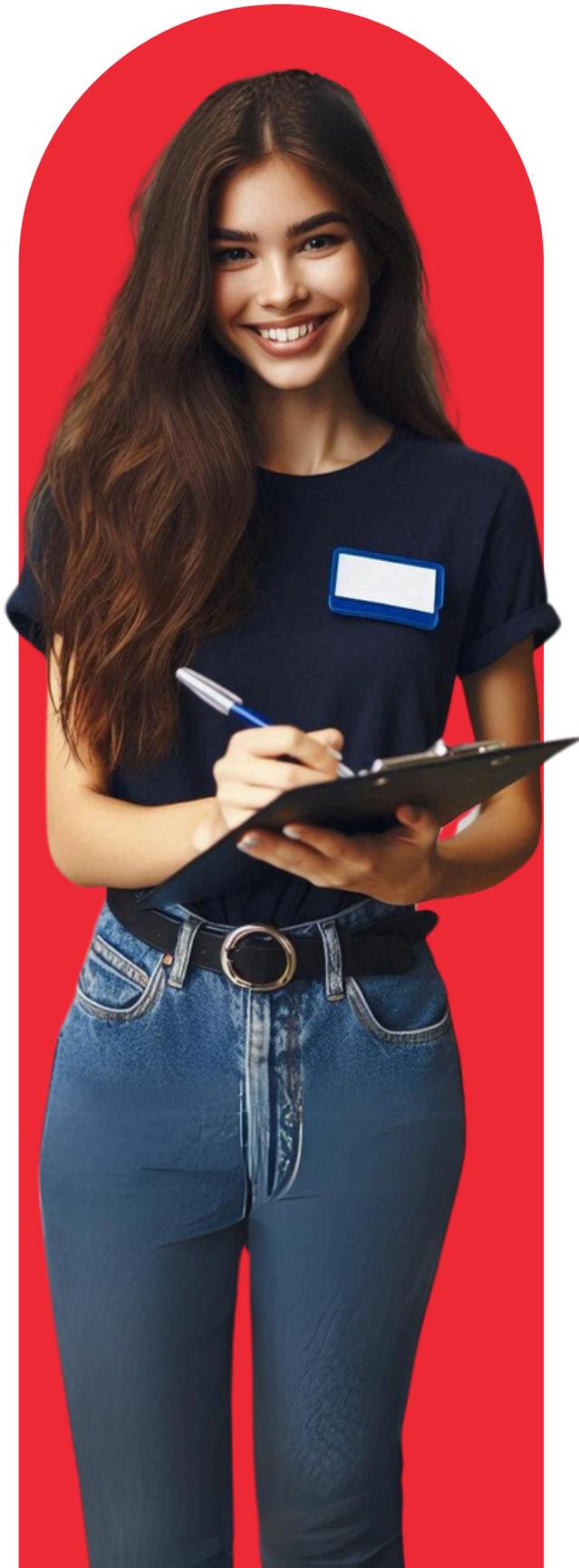
A ideia é **observar** tudo de **pertinho** para entender como as coisas **realmente** funcionam no dia a dia. Isso ajuda a pegar **detalhes** e contextos que vocês não conseguiriam só olhando de **longe** ou fazendo **testes**.

É como **mergulhar** de cabeça na **realidade** para sacar tudo o que está **acontecendo** de verdade!



Como Funciona a Pesquisa de Campo?

A pesquisa de campo envolve **observar**, **conversar** e **coletar** dados diretamente no lugar onde a **ação** acontece. Isso pode incluir:



- **Visitar lojas e supermercados:** Dá pra ver como os produtos estão organizados, quais vendem mais e descobrir o porquê.
- **Entrevistar clientes:** Perguntar diretamente o que eles acham dos produtos e serviços, o que eles gostam, o que esperam e o que acham que pode melhorar.
- **Observar comportamentos na loja:** Ficar de olho em como os clientes circulam, quais produtos chamam mais atenção e quanto tempo eles gastam em cada seção.

Tipos de Dados Coletados

Na pesquisa de campo, vocês vão atuar com dois **tipos** principais de dados:

- **Quantitativos:** Esses são os dados numéricos, como estatísticas e métricas. Por exemplo, vocês podem descobrir quantos clientes compram um determinado produto, quantos preferem uma marca específica ou até mesmo quanto tempo, em média, eles ficam em cada seção da loja.
- **Qualitativos:** Já esses são mais sobre as opiniões e sentimentos das pessoas. Aqui, vocês vão coletar informações como a experiência de compra dos clientes, o que eles acham das marcas ou o que os motiva a comprar certos produtos.

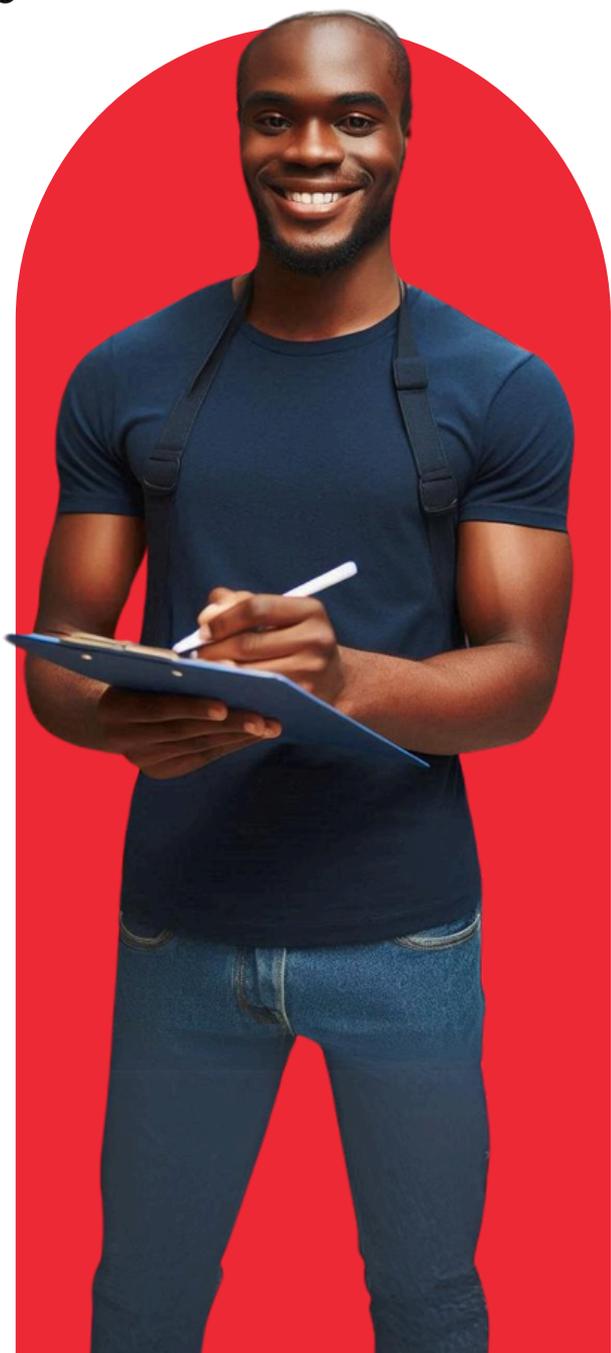


Aplicações da Pesquisa de Campo no Supermercado

A pesquisa de campo pode ser uma bauta **ferramenta** para entender melhor quem são os clientes da loja e o que eles **curtem** comprar. Aqui estão algumas **utilidades** da pesquisa no dia a dia de vocês:

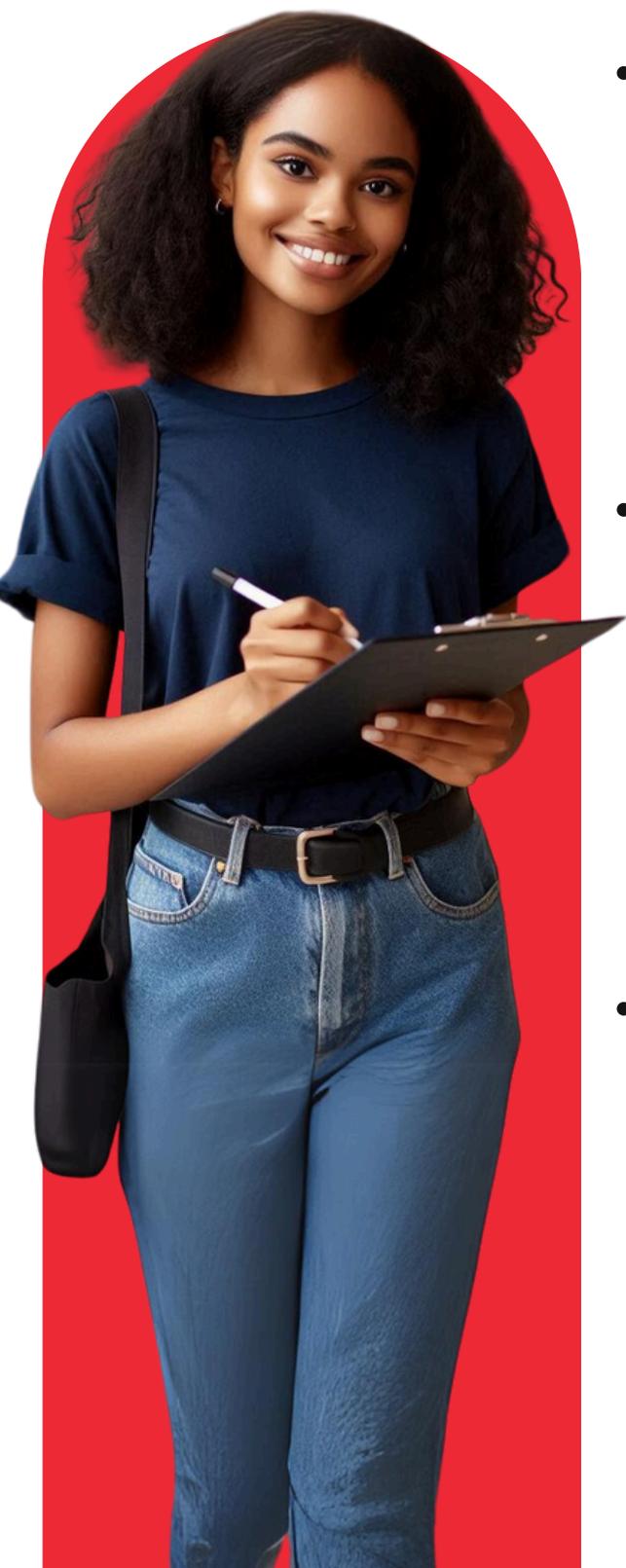
- **Analisar o comportamento dos clientes na loja:** Dá pra ver quais seções estão sempre cheias e quais produtos são os queridinhos da galera.
- **Entender as demandas locais:** Por exemplo, se o pessoal da região gosta mais de produtos orgânicos ou dietéticos, você pode ajustar o estoque e até criar promoções voltadas para essas preferências.
- **Avaliar o sucesso das promoções:** Descobrir se os descontos ou campanhas de marketing realmente estão fazendo diferença nas vendas.

Com essas informações, vocês conseguem ajudar a loja a oferecer o que os clientes realmente querem, do jeito certo!



Vantagens da Pesquisa de Campo

Com a pesquisa de campo vocês podem entender de verdade o que os clientes **querem** e como eles se **comportam** na loja. Explore a seguir as **vantagens** desse tipo de pesquisa e como ela pode fazer a **diferença** no dia a dia do seu estágio!



- **Dados reais e fresquinhos:** Como vocês pegam as informações direto da galera que compra, os dados são superprecisos e mostram o que está rolando no mercado agora.
- **Decisões mais certas:** Quando vocês entendem melhor o que os clientes querem e precisam, fica mais fácil ajustar as estratégias de vendas e marketing para dar aquele match perfeito com o público.
- **Ficar por dentro das tendências:** Uma boa pesquisa de campo ajuda a sacar o que tá bombando ou vai bombar, o que permite que o supermercado se antecipe e esteja pronto para pegar essa onda de consumo antes dos outros!

Passos Para Realizar Uma Pesquisa de Campo

- ➔ **Defina o objetivo da pesquisa:** Antes de tudo, é preciso saber por que vocês vão fazer a pesquisa. Que informações querem coletar? Pode ser entender se os clientes estão satisfeitos, descobrir novos produtos que podem ser introduzidos ou até analisar o que os concorrentes estão fazendo.
- ➔ **Escolha o método de coleta de dados:** Vocês vão fazer isso observando, entrevistando ou usando formulários? Escolham o jeito que vai ajudar a conseguir as respostas que vocês precisam.
- ➔ **Coleta dos dados:** Agora é hora de ir pra ação! Vão a campo, observem tudo ao redor, façam entrevistas ou colem as informações conforme as suas metas.
- ➔ **Análise dos dados:** Depois de juntar as informações, organizem tudo e analisem. Comparem os resultados, identifiquem padrões e tirem conclusões que vão ajudar nas decisões da gestão.
- ➔ **Ação com base nos resultados:** Usem os dados que vocês coletaram para dar um upgrade nas suas estratégias de vendas e marketing. Se perceber que os clientes estão buscando mais produtos sustentáveis, por exemplo, a loja pode caprichar na oferta desses itens e focar suas campanhas de marketing nesse nicho.

A pesquisa de campo é uma **ferramenta** incrível para sacar o que está **rolando** de verdade no mercado e entender o que os clientes **realmente** querem. Indo direto ao ponto, vocês conseguem **captar** informações precisas e **fresquinhas**, que ajudam a **ajustar** as estratégias de marketing e vendas.



Com esses **dados** na mão, fica muito mais fácil tomar **decisões** certas e se **antecipar** às tendências, garantindo que o supermercado esteja sempre um passo à **frente**. Assim, a pesquisa de campo não só **mostra** o que está acontecendo, mas também dá aquele **empurrãozinho** para a galera agir de forma **proativa** e arrasar nas estratégias!



Para quem está **interessado** em entender **melhor** a pesquisa de campo, aqui estão algumas **sugestões** de conteúdo que abordam o tema de maneira **prática** e didática:

Canal: Professor Hernán

Vídeo: Pesquisa de Campo: O que é? | Como Fazer a Metodologia Científica

Canal: Monografia do Triunfo

Vídeo: O que é Pesquisa de Campo? Vantagens e Desvantagens



A young woman with short brown hair, wearing a dark blue t-shirt and a black apron, stands in a brightly lit supermarket aisle. She is smiling slightly and holding a white sign with a black border. The background shows shelves stocked with various products and other shoppers in the distance.

**Pesquisa de
Campo na
Estratégia de
Marketing**

A pesquisa de campo é uma **peça-chave** nas estratégias de marketing e vai muito além de só **coletar** dados; é uma forma de usar essas informações para **turbinar** as ações de marketing e vendas, garantindo que a loja esteja sempre na **vibe** dos clientes!

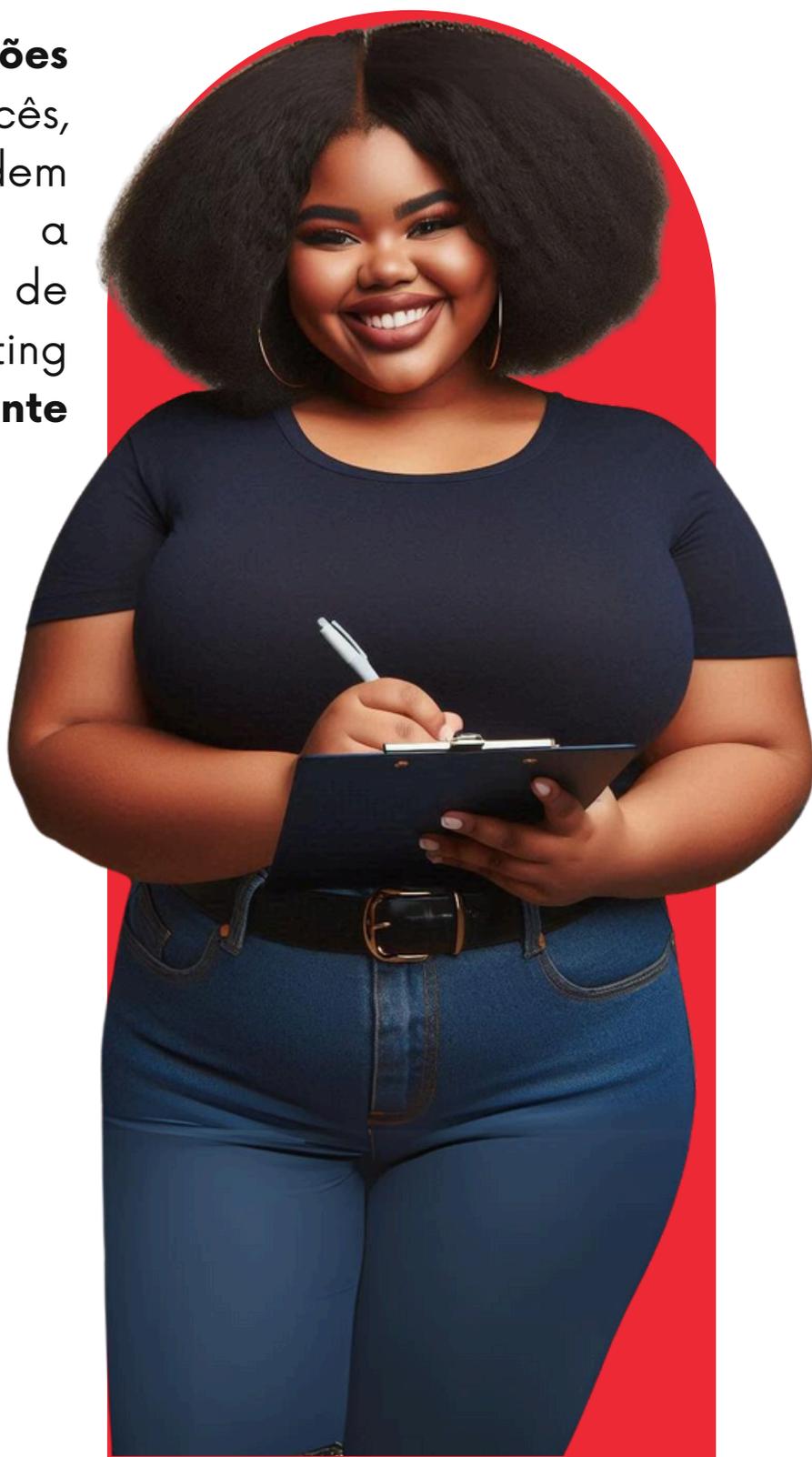


Entendendo a Galera que Frequenta a Loja

Fazer uma pesquisa de campo é como fazer uma **missão** para conhecer de **verdade** quem são os clientes que passam pela loja. Isso ajuda a **descobrir** diferentes perfis de **consumidores**, como a galera jovem, famílias ou pessoas em busca de produtos saudáveis.

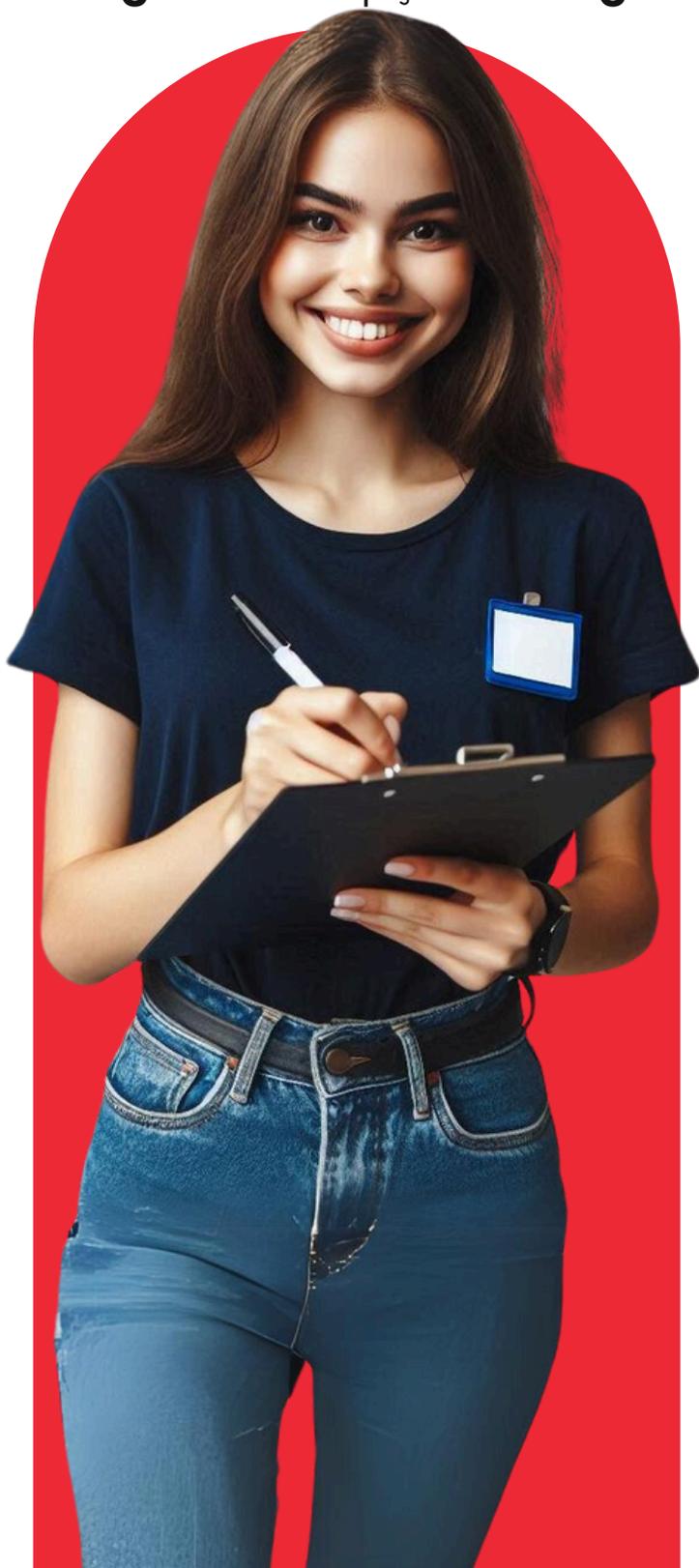
Com essas **informações** em mãos, vocês, estagiários, podem **colaborar** com a liderança na **criação** de campanhas de marketing que falem **diretamente** com o público!

Por exemplo, se rolar uma **demanda** de jovens buscando snacks **saudáveis**, a equipe pode bolar promoções que **atendam** esse nicho.



Desenvolvimento de Produtos e Serviços

A pesquisa de campo é legal também para **descobrir** o que tá **faltando** no mercado. Durante as visitas e as conversas com os clientes, vocês podem **perceber** que a galera está **procurando** coisas novas, como snacks **veganos** ou opções sem **glúten**.



Essas descobertas são **ouro!** Vocês podem **repassar** essas informações para a **liderança**, contribuindo para **incluir** novos produtos nas prateleiras, garantindo que o estoque esteja **alinhado** com o que a galera realmente **quer**, não se esqueçam da última aula, uma boa **gestão** de estoque é o segredo do **sucesso!**

Melhoria da Experiência de Compra

As informações que vocês **coletam** na pesquisa de campo ajudam a deixar a **experiência** de compra muito mais legal!

Por exemplo, ao **observar** como os clientes se movem pela loja, vocês podem sugerir **mudanças** na disposição dos produtos ou na **sinalização**, tornando tudo mais fácil e **intuitivo**.

Isso não só deixa os clientes **felizes**, mas também pode **aumentar** as vendas, já que produtos bem **posicionados** têm muito mais **chances** de serem comprados.



Avaliação da Eficácia de Campanhas

Depois que uma **campanha** de marketing entra em ação, a pesquisa de campo é o **caminho** para descobrir se ela tá **bombando** ou não!

Vocês podem fazer **entrevistas** ou só observar para entender se as campanhas realmente estão **atraindo** a galera e aumentando as **vendas**.

Essa análise é **superimportante** para ajustar as estratégias de marketing e **garantir** que a loja esteja sempre na mesma **sintonia** das necessidades do consumidor.



Comunicação e Relacionamento com o Cliente

A pesquisa de campo também dá uma **mãozinha** para entender como a galera se **sente** em relação à **comunicação** da loja.

Por exemplo, vocês podem **descobrir** que muitos clientes preferem **interagir** pelas redes sociais ou **aplicativos** em vez de receber e-mails.

Com essas **informações**, a equipe de marketing pode **adaptar** sua comunicação, melhorando o relacionamento com os clientes e, de quebra, aumentando a **fidelização**.



Além de **aprender** a coletar dados, ao **entender** como a pesquisa de campo se **encaixa** nas estratégias de marketing vocês também vão saber **analisar** e aplicar essas informações para **moldar** as ações da loja.

Assim, vocês podem **contribuir** ativamente para o sucesso das vendas, melhorar a **experiência** de compra e ainda desenvolver **habilidades** valiosas para a futura **carreira** de vocês no mercado de trabalho!



A young woman with dark, curly hair, wearing a dark blue t-shirt and a denim apron with brown leather straps, stands in a grocery store aisle. She is smiling warmly at the camera. She holds a white rectangular sign with a black border in front of her chest. The sign contains the text 'Tipos de Pesquisas de Campo'. The background shows shelves stocked with various products and green signs with white text, including 'depanmita' and 'comprador'.

Tipos de

Pesquisas de

Campo

Quando se fala de pesquisa de campo, é legal **saber** que existem várias **maneiras** de fazer isso, **dependendo** do que se quer descobrir.

No mundo dos supermercados, entender os **tipos** de pesquisas pode dar uma **força** enorme nas estratégias de marketing e vendas. Então, preparados para conferir os **cinco** principais tipos?

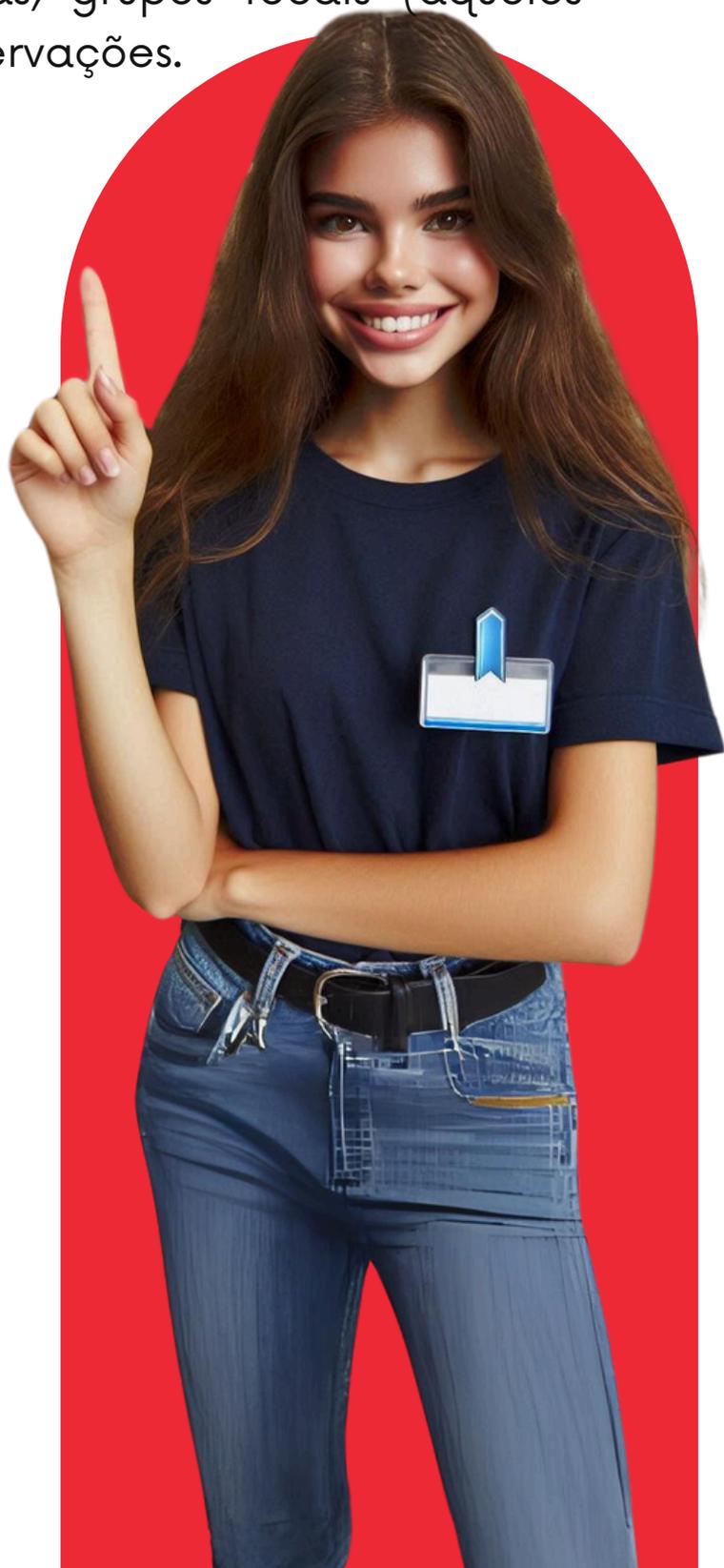


Pesquisa Qualitativa

A pesquisa **qualitativa** é tipo uma **conversa** de verdade! Aqui, a ideia é **entender** as opiniões e **comportamentos** dos consumidores de um jeito mais **profundo**.

Métodos Comuns: Entrevistas, grupos focais (aqueles bate-papos em grupo) e observações.

Aplicações: No supermercado, isso ajuda a sacar como os clientes veem a marca, quais produtos eles amam e como eles se sentem com o layout da loja. Ou seja, dá pra entender tudo que rola na cabeça da galera!



Pesquisa Quantitativa

Agora, se a vibe é **medir** tudo e fazer contas, entra a pesquisa **quantitativa**! Esse tipo foca em **números** e **estatísticas** para entender o que a galera **pensa** e faz.

Métodos Comuns: Questionários e enquetes, que podem ser online ou na loja.

Aplicações: No supermercado, vocês podem usar isso para descobrir a satisfação dos clientes, quais produtos estão bombando e como as promoções impactam as vendas. É ver o que a galera realmente está achando!



Pesquisa Descritiva

A pesquisa **descritiva** é uma **mistura** das duas anteriores! Aqui, a gente tenta **descrever** as características de um grupo ou situação.

Métodos Comuns: Questionários bem estruturados e análise de dados de vendas.

Aplicações: Isso pode rolar para entender o perfil dos clientes que frequentam o supermercado e como isso se relaciona com as vendas de certos produtos. Assim, dá pra sacar quem é a galera que compra!

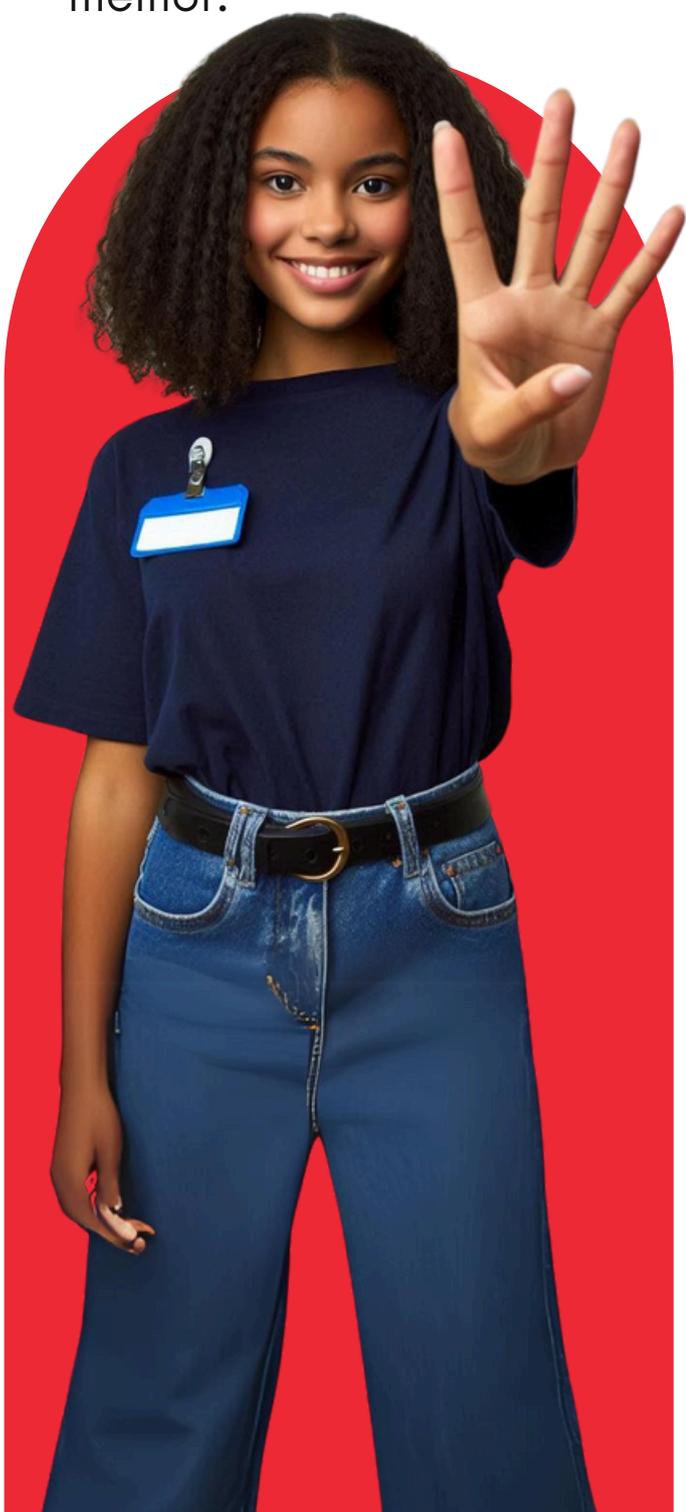


Pesquisa Experimental

Com a pesquisa **experimental**, vocês entram no campo da **experiência**! Aqui, vocês podem **mudar** algumas coisas para **ver** como a galera **reage**.

Métodos Comuns: Testes A/B, onde vocês testam duas versões de uma promoção ou layout para ver qual é a melhor.

Aplicações: Supermercados podem usar isso para entender qual exibição de produtos bomba mais ou qual promoção faz a galera correr para comprar.



Observação

A pesquisa de **observação** é bem legal porque vocês só ficam de **olho** no que a galera faz! Aqui, vocês **observam** os clientes sem **interagir** muito com eles.

Métodos Comuns: Observações diretas na loja, ver como os clientes se movem pelos corredores.

Aplicações: Isso ajuda a identificar quais partes da loja chamam mais atenção e como a galera interage com os produtos. É como ser um detetive no supermercado!



Saber sobre os diferentes **tipos** de pesquisas de campo é um **superpoder** que vocês, estagiários, podem usar para coletar dados e **percepções** para o supermercado.

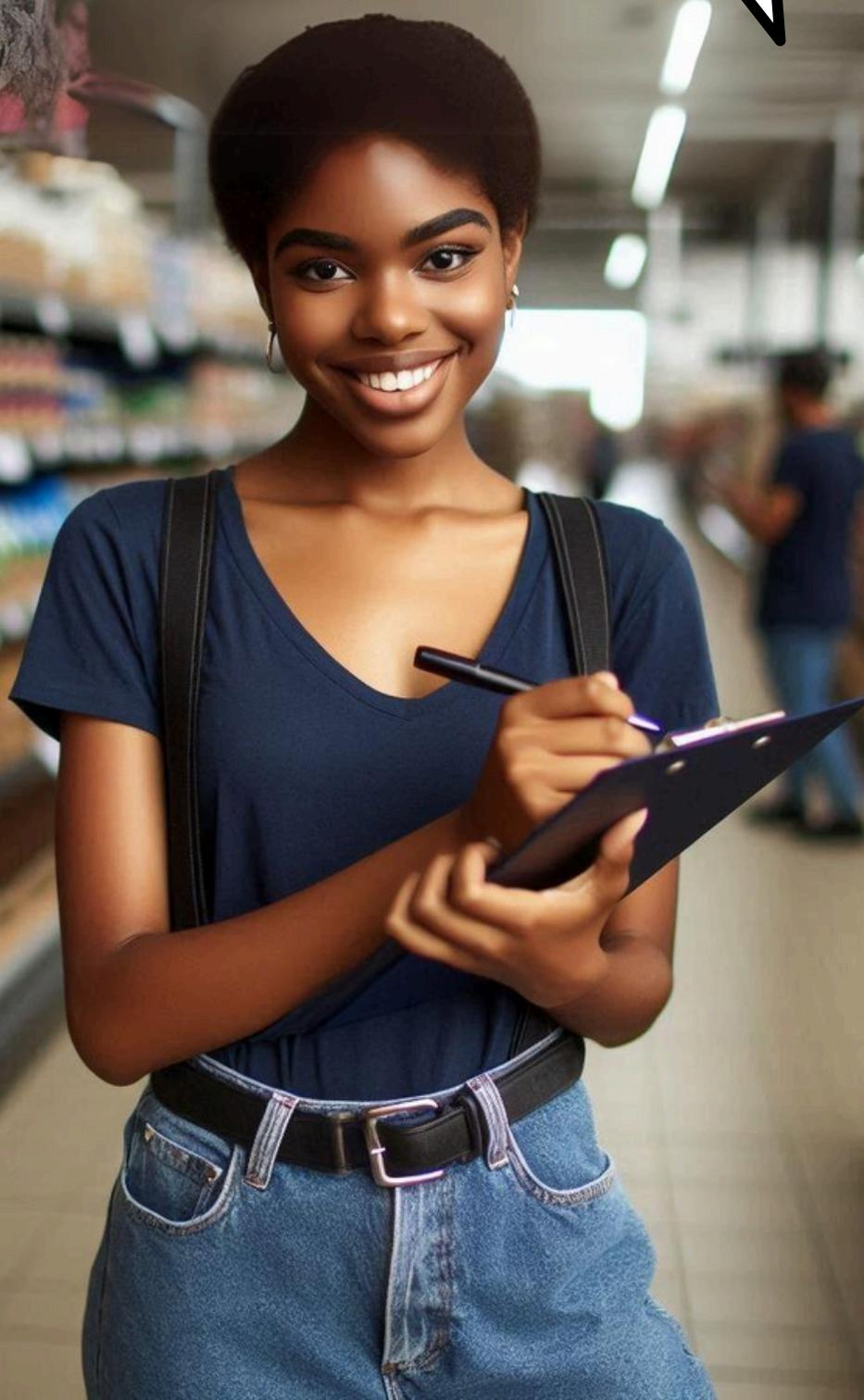
Cada tipo tem suas **vantagens** e pode ser **aplicado** de maneiras bem legais para **melhorar** a experiência do cliente, **otimizar** campanhas e, claro, **aumentar** as vendas!



A smiling Black woman with short dark hair, wearing a dark blue t-shirt and a brown apron, stands in a kitchen or bar setting. She is holding a whiteboard with a light-colored wooden frame. The whiteboard contains the text "Como aplicar na prática" written in a black, sans-serif font. In the background, there are shelves with various bottles, likely in a bar or restaurant.

**Como aplicar
na prática**

A pesquisa de campo é uma **ferramenta** para entender melhor os clientes e ajudar o supermercado a melhorar. Aqui estão seis **exemplos** de como vocês, estagiários, podem **contribuir** com sugestões legais!



Entrevistas com Clientes

O que é? Conversar com os clientes para saber o que eles acham do supermercado.

Como fazer? Vocês podem acompanhar um funcionário mais experiente que faça essas entrevistas ou até mesmo pedirem para participar de conversas informais com os clientes. Se permitido, vocês podem, por exemplo, perguntar o que eles gostaram da experiência de compra e se têm alguma sugestão.



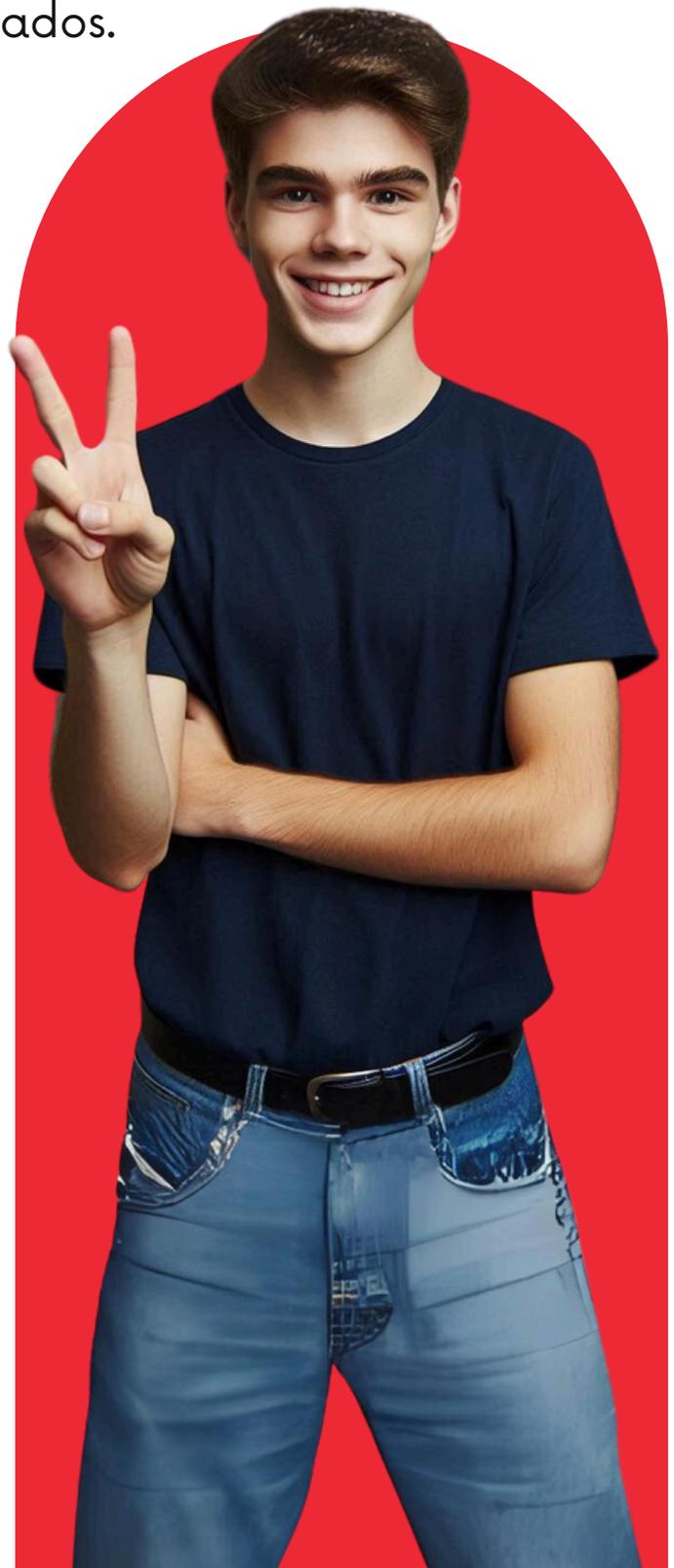
Como sugerir? Depois, compartilhem suas observações com suas lideranças. Digam o que vocês ouviram e como acham que poderia melhorar.

Pesquisas de Satisfação

O que é? Avaliar se os clientes estão satisfeitos com os produtos e serviços.

Como fazer? Vejam se há um questionário disponível na loja. Vocês podem ajudar a distribuir esses questionários ou até mesmo compilar os resultados.

Como sugerir? Após coletar os dados, conversem com suas lideranças sobre os resultados e sugiram melhorias baseadas nas respostas que você leu.



Observação Direta

O que é? Observar o comportamento dos clientes na loja.

Como fazer? Fiquem atentos a como os clientes se movem pelas prateleiras e quais produtos chamam mais a atenção. Tomem notas discretas, sempre respeitando o espaço pessoal dos clientes.

Como sugerir? Não se esqueçam de compartilhar suas anotações com suas lideranças e sugiram, por exemplo, que produtos sejam reposicionados para facilitar a visualização ou que promoções sejam colocadas em áreas com mais movimento.



Grupos Focais

O que é? Conversar com um grupo de clientes sobre suas opiniões e sugestões.

Como fazer? Perguntem se sua liderança pode organizar um grupo focal com clientes regulares. Vocês podem ajudar a criar as perguntas e acompanhar a conversa.

Como sugerir? Após a reunião, levem suas impressões a sua liderança. Falem sobre as ideias que surgiram e como elas podem ser aplicadas no supermercado.

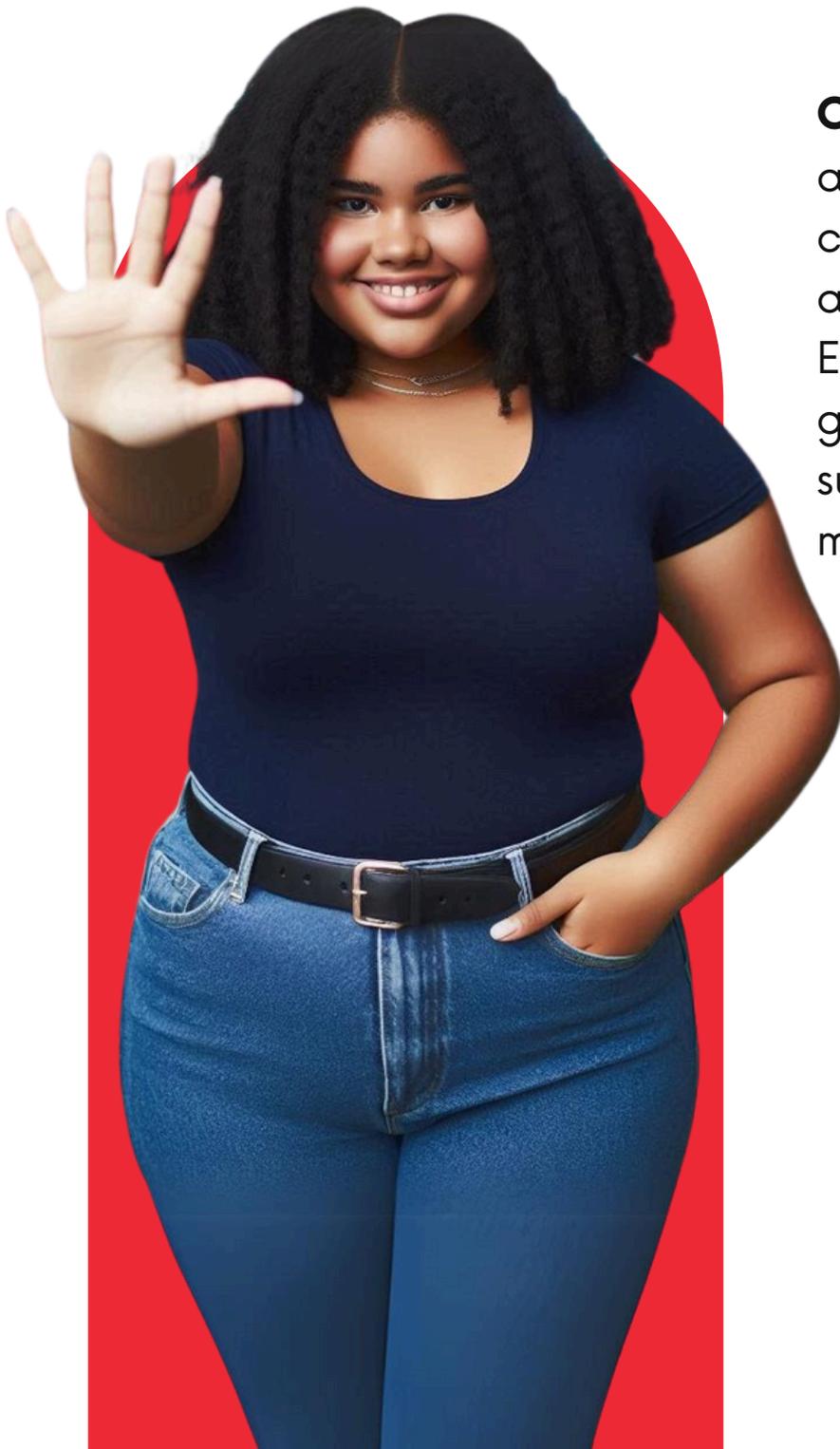


Testes de Produto

O que é? Experimentar novos produtos antes de serem lançados.

Como fazer? Se vocês ouvirem que um novo produto vai ser testado, peçam para participar da experiência. Ajudem a coletar feedback dos clientes que testarem.

Como sugerir? Juntem as opiniões que vocês coletaram e apresentem as suas lideranças. Expliquem se os clientes gostaram ou se tinham sugestões para melhorias.



Mapas de Calor

O que é? Analisar as áreas mais movimentadas da loja.

Como fazer? Se houver tecnologia disponível, perguntem se vocês podem ajudar a analisar os dados de movimento dos clientes. Caso contrário, façam uma observação manual.

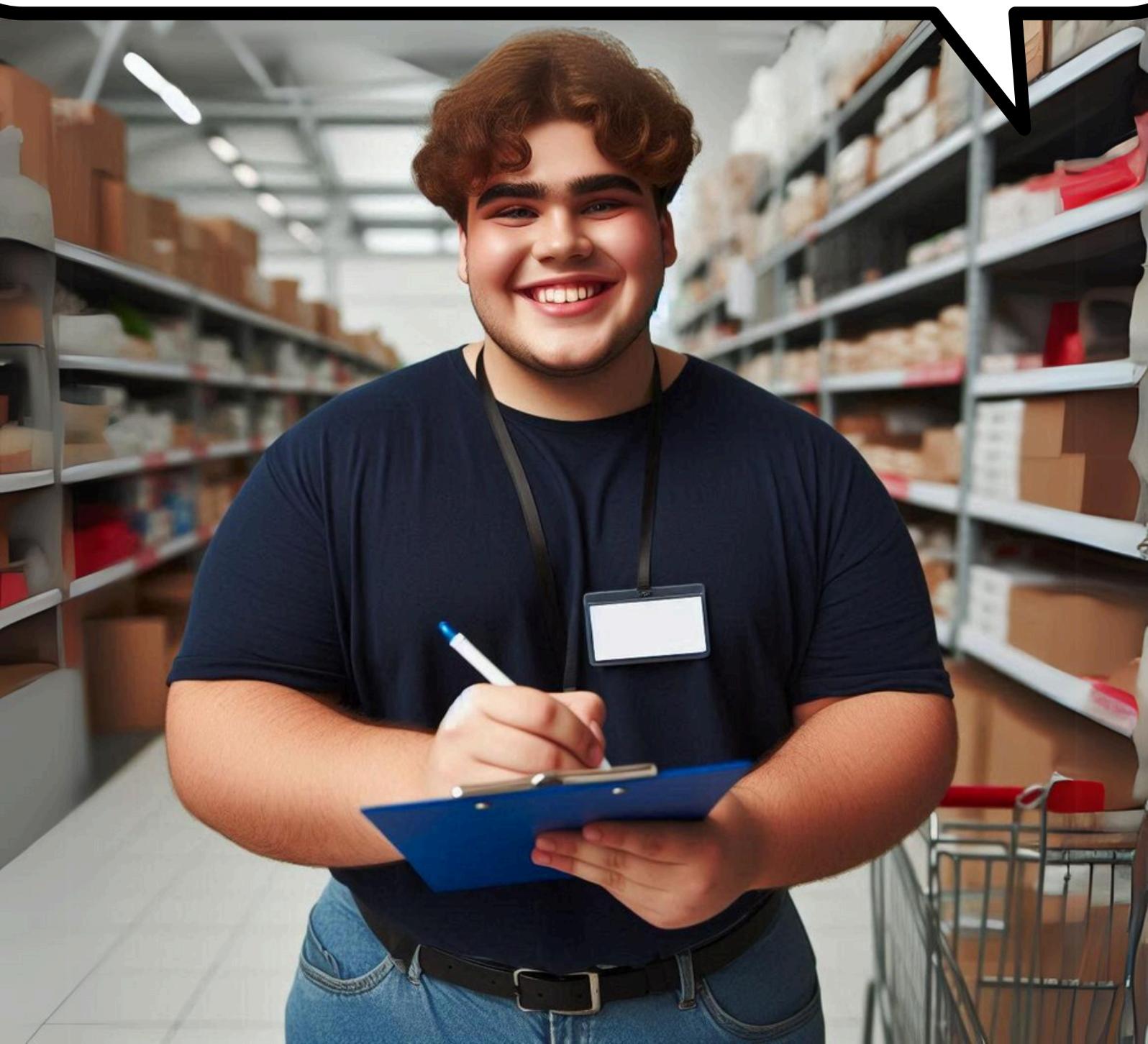
Como sugerir? Comentem sobre quais áreas têm mais movimento e onde os produtos não estão sendo notados. Sua liderança pode usar essas informações para melhorar a disposição da loja.



Esses exemplos mostram como a pesquisa de campo é **essencial** para entender os clientes e melhorar a **experiência** de compra no supermercado.

Mesmo sem ter grande autonomia, vocês podem fazer a **diferença** ao compartilhar suas observações e **sugestões** com suas lideranças.

Lembrem-se: cada **ideia** pode contribuir para o **desenvolvimento** de vocês e para tornar a loja um lugar ainda **melhor** para todos!



Para quem está **interessado** em conhecer **mais** sobre o assunto, seguem algumas dicas de conteúdos **extras** que abordam o tema de maneira **prática** e didática:

Canal: Prof Martins

Vídeo: Resumo: Pesquisa de campo

Canal: Guia da Monografia

Vídeo: Pesquisa de campo? Você sabe O que é?



AGRADECEMOS A ATENÇÃO

checkout ^{RH}

