

PORTIFÓLIO PARA SERVIÇOS DE PESQUISAS PÚBLICAS E MERCADO.

Técnicas de Pesquisa

As técnicas de investigação a serem utilizadas em um determinado estudo dependem das especificidades do objeto em análise. Dentre as principais metodologias utilizadas pela GERIR, destacam-se as seguintes técnicas: quantitativas, qualitativas e estudos exploratórios.

Avaliação administrativa municipal

Possibilita acompanhar durante todo o ano a opinião da população, suas percepções e expectativas em relação ao poder público. A ferramenta monitora a evolução da imagem da administração municipal e secretárias e da qualidade dos serviços prestados a população.

Avaliação da atuação da Administração Municipal;
Avaliação da atuação do Prefeito;
Grau de aprovação da maneira de administrar do Prefeito;
Avaliação do rumo político da cidade;
Pontos positivos e negativos da Administração municipal;
Grau de confiança nas instituições Municipais (Executivo, Legislativo, Judiciário entre outras);

Avaliação dos serviços públicos

A coleta de lixo;
O controle dos camelôs, mesas de bar e bancas de lojas;
A limpeza das ruas e calçadas;
As quadras, praças e espaços de lazer da cidade;
A iluminação das ruas e praças;
A manutenção das ruas e calçadas da cidade;
O serviço de água;
O policiamento/ segurança;
As escolas públicas;
O serviço de esgoto;
O serviço de saúde pública;
O serviço de saúde pública;

Pesquisa estratégica

Realiza um diagnóstico completo conforme as necessidades do estrategista da campanha ou do governo. Visa subsidiar o planejamento estratégico. Geralmente, é composta por quatro lógicas mínimas: estudo do cenário eleitoral, estudo da imagem do governo (federal, estadual e municipal) na base em questão e tendência de voto econômico, estudo das necessidades e desejos da população e avaliação de imagem do candidato em questão.

Pesquisa de potencial e avaliação de imagem

Monitoramento que permite uma avaliação do capital simbólico do candidato ou Gestores Públicos (e de seus concorrentes), em termos de potencial eleitoral, mapeando o mercado eleitoral e de imagem (positiva e negativa). Este tipo de teste mostra a base mínima e o teto de um candidato, demonstrando inclusive a posição de todos os eleitores de uma base eleitoral sobre seu nome ou candidatura.

Imagem Institucional

Avalia a marca de uma instituição pública, analisa opiniões e coleta percepções da população-alvo, a respeito de instituições públicas ou administração indireta. Este tipo de pesquisa pode ser realizado com a opinião pública e com a opinião política (formadores de opinião).

Pesquisa de percepção e avaliação de candidato

Este tipo de trabalho é realizado com o objetivo de avaliar questões simbólicas junto a um grupo de eleitores. Neste tipo de pesquisa extraem-se sentimentos, percepções e avaliações dos eleitores em relação a um candidato, a um partido, a uma administração ou, ainda, a uma dada situação política. Pode-se testar a eficiência de propagandas, discursos, imagens, peças publicitárias, slogans, jingles, etc.

Pesquisas sobre participação política

Estudo que objetiva monitorar o grau de participação política e associativismo de uma determinada comunidade, categoria, cidade ou região. Importante ferramenta para compreensão da cultura de participação e das possibilidades de motivação e mobilização.

- Pesquisa Eleitoral e Intenção de Votos

Avaliação de questões temáticas

Avaliação de projetos, programas de governo e/ou de políticas sociais aplicados na administração; Avaliação da viabilidade de programas, projetos ou metas a serem implementadas futuramente; Diagnóstico das necessidades e/ou experiências da população quanto a projetos, programas de governo e/ou políticas sociais a serem aplicadas.

Avaliação de desempenho e/ou de satisfação

Avaliação do desempenho da Assembléia Legislativa, de cada Bancada e de cada Parlamentar (com análise comparativa entre a avaliação da Assembléia, das Bancadas e dos Parlamentares e diagnóstico das variáveis que sustentam as avaliações dos eleitores). Análise do grau de confiança nas Instituições (Executivo, Legislativo, Judiciário) e correlação entre os indicadores de confiança com a avaliação de desempenho e grau de satisfação com o poder Legislativo.

GERIR CONSULTORIA

PORTIFÓLIO PARA SERVIÇOS DE ESTUDOS E PESQUISAS DE MERCADO.

Pesquisa de marketing

Pesquisa que visa à coleta de informações sobre determinado mercado. A sistematização da informação é vital para a tomada de decisão e a pesquisa de marketing subsidia a compreensão do mix de marketing, investigando, por exemplo, a avaliação do consumidor em potencial: pelo produto, preço, praça, promoção... Este tipo de estudo pode ser realizado de forma descritiva e explicativa e é uma ferramenta importante do plano de marketing.

Pesquisa de potencialidade de mercado

Procura diagnosticar o potencial de expansão do mercado de um produto ou marca, as características e o perfil dos consumidores. Investiga os segmentos não atendidos ou os segmentos descontentes com determinado tipo de produto ou serviço.

Análise da concorrência

Tem por objetivo o monitoramento dos concorrentes através de estudos contínuos (tipo painel) com consumidores destes concorrentes, como forma de compressão da leitura dos consumidores sobre o mercado. Este tipo de estudo permite ganhar vantagem competitiva, prever mudanças e reduzir incertezas no processo decisório.

Pesquisa de segmentação de mercado

Este tipo de pesquisa é composto por duas etapas: primeira em dados primários e a segunda em dados secundários. Procura mapear os possíveis segmentos (aplicando diferentes critérios) e identificar os fatores que diferenciam os vários grupos de consumidores.

Pesquisa de intenção de compra

Este tipo de estudo objetiva a análise de tendência ou predição de comportamentos as vésperas de atividades festivas (como natal, páscoa, dias das mães, pais, namorados...).

Também subsidia avaliação de campanhas promocionais, onde se prospecta as possíveis intenções de compra, após estímulos promocionais.

Pesquisa de motivações de compra e consumo

Este tipo de pesquisa procura compreender as motivações dos consumidores em relação a determinado produto ou prática. É especialmente indicado para novos produtos ou produtos que sofrem mudanças constantes em função de avanços tecnológicos.

Pesquisa de preferência por marca

Este tipo de pesquisa investiga o grau de inserção de uma marca no imaginário social dos consumidores e quais as marcas efetivamente são consumidas e os motivos que fomentam essa escolha. Identifica e correlaciona as marcas mais lembradas (Top of mind), com as marcas de preferência e as marcas mais procuradas pelos consumidores, verificando os fatores condicionantes de situações onde uma marca é líder em lembrança, mas não em vendas. Neste tipo de pesquisa testa-se a inserção da marca comparativamente a de seus principais concorrentes e realiza-se o diagnóstico das variáveis que compõem o mercado em análise.

Pesquisas de satisfação do cliente

Monitora o grau de satisfação dos clientes em relação a um determinado produto ou serviço. A pesquisa de satisfação pode ser realizada com os clientes de determinada empresa ou organização e com os clientes da concorrência, permitindo parâmetros de comparação. A pesquisa de satisfação é construída em módulos, ao passo que toda a empresa ou organização é avaliada de forma integrada, com análises segmentadas.

Pesquisa em ponto de venda (PDVs)

Este tipo de pesquisa pode ser realizado de várias formas. Pode ser realizado um estudo com os representantes do ponto de venda (gerentes ou responsáveis pela compra) para avaliar toda a relação entre o ponto de venda e a indústria (avaliando os produtos e serviços). Outro formato comum é a realização de entrevistas com consumidores no ponto de venda, avaliando determinado produto e seus concorrentes.

PESQUISAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO (PMI)

Pesquisa de Avaliação do mercado Imobiliário

- Levantamento de preços de imóveis do mesmo padrão por m².
- Levantamento de Lançamentos de novos empreendimentos
- Levantamento de empreendimentos a venda ou em construção
- Levantamento de intenção de compra junto a potenciais clientes
- Levantamento e segmentação de imóveis novos ou em construção por dormitórios

COMPRA E VENDA - *Ofertas de Imóveis Novos e Usados para Comercialização*

Pesquisa: Mensal, trimestral ou semestral por amostragem, de imóveis novos ou usados, por tipo, ofertados para venda.

LOCAÇÕES - *Ofertas para locação*

Entre em contato conosco e solicite orçamento para o seu projeto.

GERIR CONSULTORIA E ASSESSORIA

contato@gerirservicos.com.br

www.gerirservicos.com.br