

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Tijucas

PESQUISA DE MARKETING PARA A EMPRESA ALL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

Kevin Dos Santos Pacheco¹

Renata Silva²

RESUMO

No atual cenário competitivo, as empresas buscam alcançar o sucesso e para isso, pode-se utilizar ferramentas como a pesquisa de marketing para analisar o mercado e, por meio dos dados coletados, identificar oportunidades ou solucionar problemas. Com base nisto, este estudo teve como objetivo desenvolver uma pesquisa de marketing para que a empresa All Publicidade e Propaganda Ltda pudesse conhecer o segmento da construção civil e imobiliária na cidade de Itapema. Assim, os objetivos específicos foram: identificar o perfil e a expectativa dos consumidores referente a publicidade e propaganda do segmento da construção civil e imobiliária, analisar a percepção dos empresários da construção civil e imobiliária quanto aos serviços de uma agência e verificar o interesse da gestora na prospecção do mercado neste segmento. A metodologia utilizada foi a pesquisa diagnóstica, exploratória, qualitativa e quantitativa, bibliográfica e de levantamento. Com base nisto, os dados foram coletados por meio de um questionário com os consumidores para identificar o perfil e expectativas sobre os serviços de uma agência. Foram aplicadas entrevistas estruturadas com os gestores das empresas do segmento de construção e imobiliária para analisar a percepção sobre os serviços prestados por uma agência, e entrevista com a proprietária da empresa para verificar o interesse na prospecção do segmento. O resultado da análise desta pesquisa possibilitou identificar uma oportunidade, pois, a maioria dos entrevistados não possuem o conhecimento dos serviços prestados por uma agência de publicidade e propaganda e acreditam que uma agência influenciaria positivamente nas atividades da empresa. Com isso, algumas empresas, principalmente do segmento imobiliário, afirmaram ter interesse em negociar contrato de prestação de serviço com uma agência de publicidade e propaganda. Para o segmento, é interessante, pois os consumidores sentem-se influenciados na hora da compra ou aluguel de um imóvel, e buscam informações de construtoras e imobiliárias através das redes sociais. A partir destes resultados, foi realizada uma sugestão, que contribuirá com o interesse da gestora na prospecção deste segmento.

Palavras-chave: Pesquisa de Marketing. Serviços. Expectativa. Percepção.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Tijucas/SC.
kevindossantospacheco@hotmail.com

² Prof^ª. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Tijucas/SC. renata@univali.br