



DE OLHO NO LANCE

**Pesquisa de Mercado
baseada em dados para
Novos e Pequenos Negócios**

TOME BOAS DECISÕES BASEADAS EM DADOS!

No mundo competitivo de hoje, **os pequenos negócios precisam de estratégias inteligentes para se destacar e crescer de forma sustentável**. E uma das melhores maneiras de fazer isso é usando uma abordagem de negócios baseada em dados! Isso significa que, quando for planejar e tomar decisões, você vai se apoiar em dados e informações concretas, que mostram o que realmente está acontecendo no mercado e no seu segmento.

SAIA DO SEU CAMINHO COMUM E AVANCE COM OS DADOS

No começo, pode parecer complicado, e muitas dúvidas podem surgir, mas isso é normal! Você pode até estar se perguntando **“Como eu posso começar a buscar dados se eu ainda nem tenho certeza se a ideia de negócio que eu tenho irá funcionar?”**. Mas a pesquisa de mercado é justamente a ferramenta que você precisa para responder essas e muitas outras que vão surgir no começo da sua caminhada como empreendedor!

OS DADOS SÃO A SUA BÚSSOLA

Pense na **pesquisa de mercado como uma bússola**, que orienta em qual direção o seu negócio vai seguir. Ela ajuda você a entender o que seus clientes realmente querem, quais são as últimas tendências e como seus concorrentes estão se posicionando. **Ter essas informações te fará tomar decisões melhores e reduzirá os riscos para o seu negócio.**



PRIMEIRO PASSO: DEFINA SEU PÚBLICO-ALVO E OS OBJETIVOS DA SUA PESQUISA

VOCÊ SABE QUEM É O SEU PÚBLICO?

Entender quem é o seu público-alvo é o primeiro passo, fundamental para qualquer pesquisa de mercado. Saber quem são seus potenciais clientes, quais são suas características, como se comportam e o que preferem é crucial para o sucesso de qualquer estratégia! Assim, você pode ajustar suas mensagens de marketing para chegar no seu público de maneira mais eficaz, e até criar novas oportunidades, que antes você nem enxergava.

AGORA, PENSE NOS SEUS OBJETIVOS...

Também é essencial definir quais são os objetivos da sua pesquisa. Eles podem ser vários, desde escolher o melhor produto ou serviço para ofertar, até criar estratégias para aumentar as vendas de um produto que você já oferece! Definir os objetivos vai ajudar a guiar todo o processo da pesquisa, e cada etapa estará alinhada às suas metas.

OLHA A DICA:

Se você ainda não possui um negócio e não tem certeza de quem é seu público alvo ou quais dúvidas você quer solucionar, comece explorando suas experiências e habilidades: **Você costura bem? Sabe cozinar? Faz trabalhos manuais ou artesanais?**

Use essa informação como ponto de partida e busque dados sobre esses segmentos, e o público alvo deles. Analise se essas experiências podem se tornar boas oportunidades de negócio para você, e se existe demanda para esse tipo de serviço ou produto na região.

E lembre-se, o mais importante de uma pesquisa não é que ela mostre que a sua ideia estava certa, mas sim que ela responda, de maneira real, se a sua ideia é comercialmente viável!

COLETANDO E ANALISANDO OS DADOS

Quando você coletar dados para responder às suas perguntas, você pode ter duas opções: usar dados primários e dados secundários.

VAMOS COMEÇAR COM OS DADOS PRIMÁRIOS:

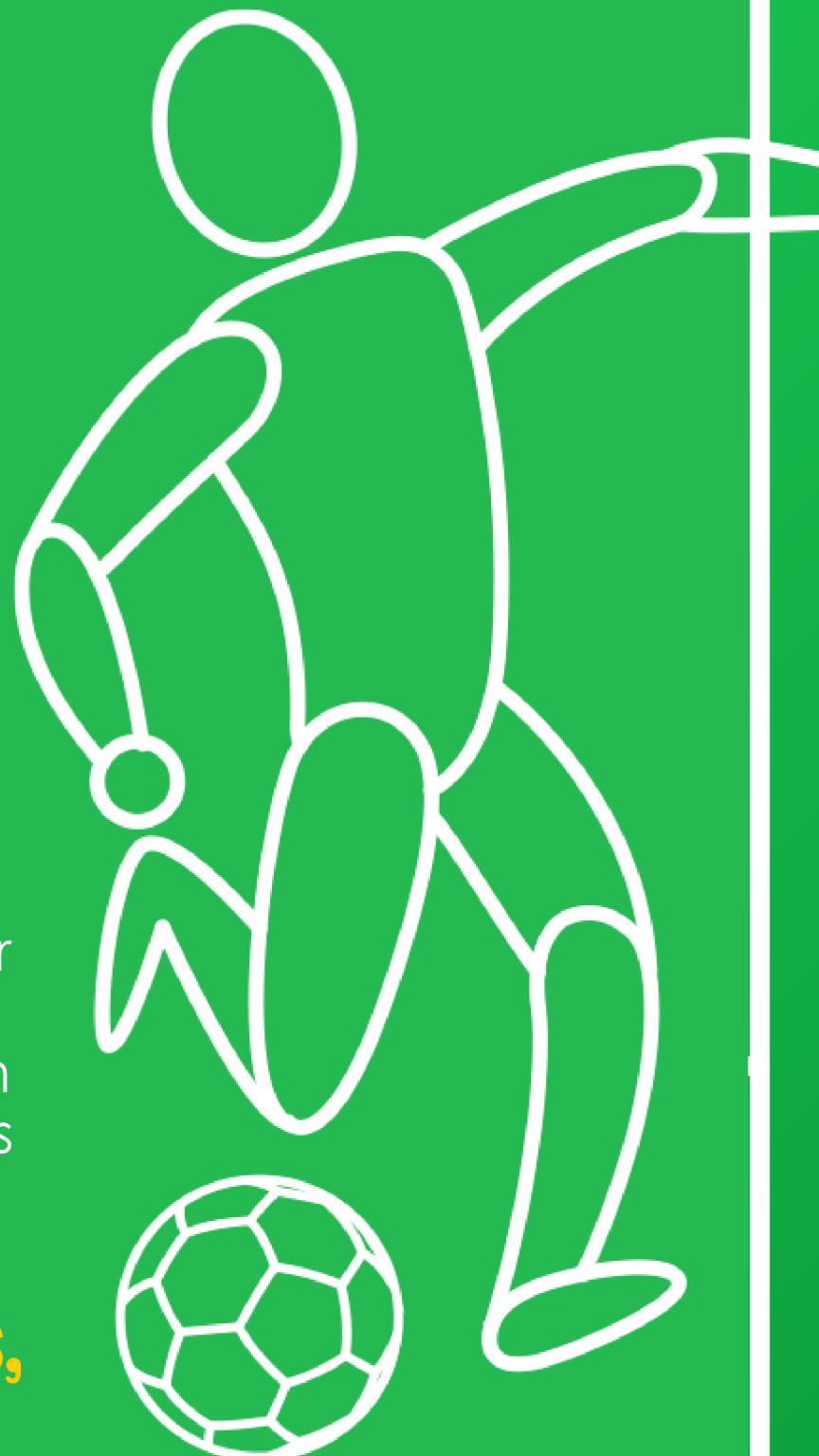
Esses são os dados que você coleta diretamente do seu público-alvo, por meio de questionários ou entrevistas. É como ter uma conversa direta com as pessoas, para entender o que elas precisam e qual a opinião delas.

FAÇA UMA BOA COLETA DE DADOS, LOGO NO COMEÇO

Esse processo pode parecer trabalhoso no começo, levando em conta a quantidade de pessoas que temos de entrevistar para ter assertividade e escapar de opiniões de alguns indivíduos, que pensam muito diferente do resto do público. Mas em entrevistas, formulários e testes como esses podem surgir ideias e dados muito valiosos para o seu negócio!

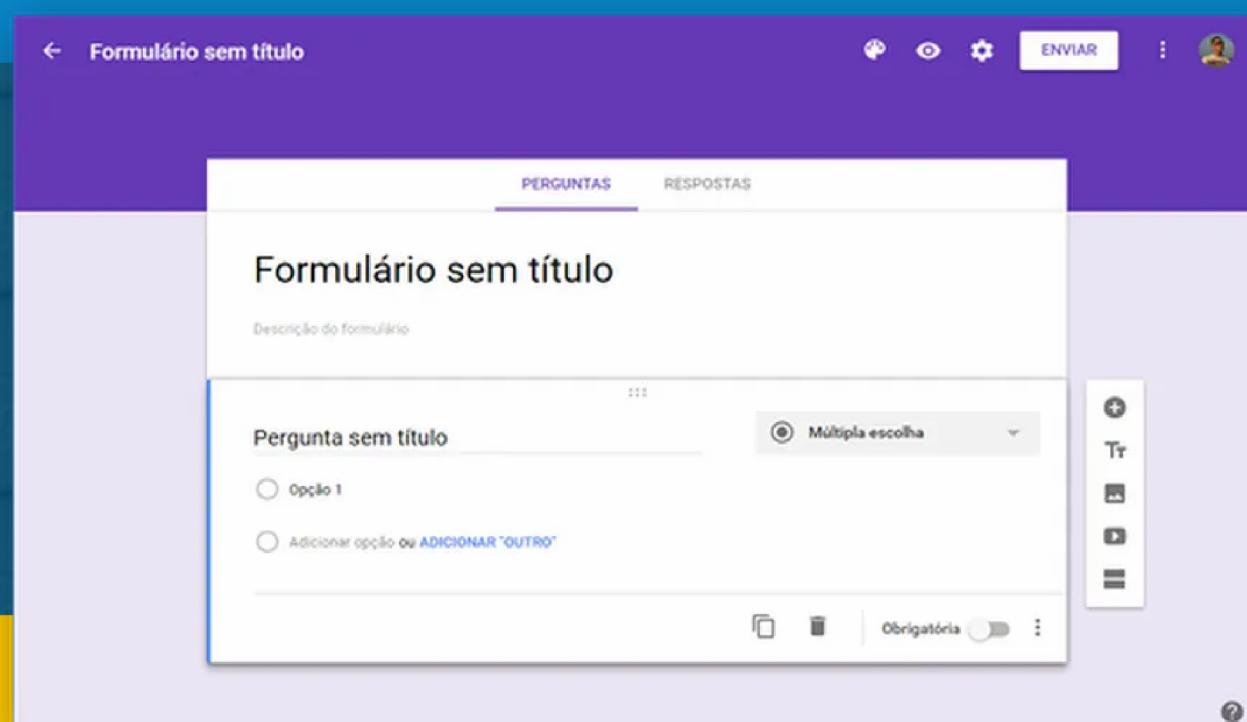
FERRAMENTA: USANDO O GOOGLE FORMS

Uma ferramenta simples e gratuita para criar questionários online é [Google Forms](#).



PASSO A PASSO:

Para usar, basta que você possua um email do google pelo gmail (gratuito) e acesse a página do serviço, clicando em “Acesse o Forms”. Para criar um novo formulário, clique em “Formulário em branco”.

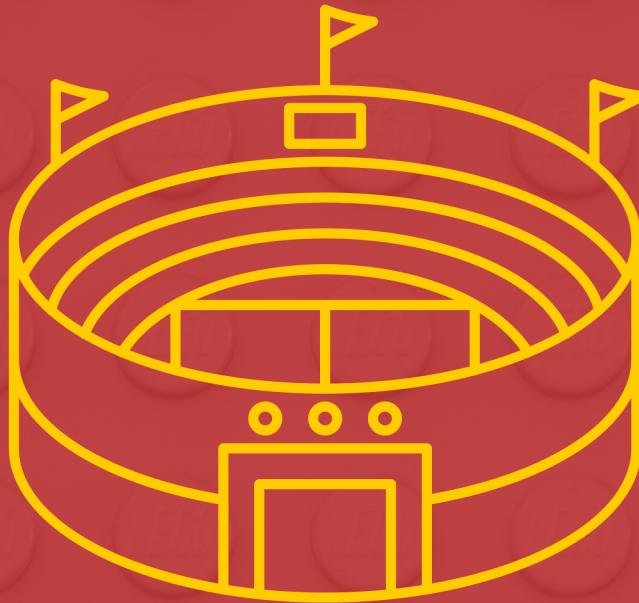


- Depois, você poderá mudar o título e descrição do seu formulário, além de adicionar novas perguntas, com vários formatos diferentes.
- Quando estiver pronto, basta clicar no botão “Enviar”. Uma janela se abrirá para que você digite o endereço de email das pessoas para as quais o formulário será enviado, ou para copiar o link do formulário!
- Para ver os resultados da sua pesquisa, basta acessar novamente o seu formulário e selecionar a aba "Respostas".

E AGORA, VAMOS ENTENDER OS DADOS SECUNDÁRIOS:

Esses dados já foram coletados por outras pessoas e estão disponíveis em estudos de mercado, relatórios ou bases de dados públicas. Eles são muito úteis para **construir uma base sólida de conhecimento, sem ter que começar do zero.**

FERRAMENTA: APROVEITE OS BENEFÍCIOS DO RADAR SEBRAE



Uma ótima ferramenta para isso é o Radar Sebrae! Nele, você pode selecionar sua região ou estado no Brasil e descobrir quais os tipos de negócio que estão em alta na sua cidade. Além disso, o Radar Sebrae ajuda você a entender a concorrência local e os riscos associados a cada tipo de negócio.

É uma forma prática e muito eficiente de planejar e se preparar para o mercado.



UM PEQUENO EXEMPLO:

Patrícia sempre teve vontade de empreender e abrir seu próprio negócio. Ela mora na região metropolitana de Natal/RN e tem a ideia de investir no sonho de ter seu próprio negócio, abrindo uma lanchonete. Ao acessar o site do Radar Sebrae em www.radarsebrae.com.br, ela seleciona a sua localização e logo de cara já consegue enxergar as diversas opções que a ferramenta oferece para pessoas que estão pensando em empreender, assim como ela.

MELHORES NEGÓCIOS

Esta seção mostra os tipos de negócios que estão prosperando em Natal. Patrícia pode procurar por "lanchonete" para entender a mortalidade das empresas, tendências de mercado e hábitos de consumo.

LOCAL IDEAL

Fornecendo dados sobre demanda e concorrência, esta seção sugere os melhores bairros para abrir uma lanchonete com base no perfil de negócio que Patrícia deseja estabelecer.



DOMÍNIO DIGITAL

Aqui, ela pode aprender como configurar sua presença online, seja através de redes sociais, Google Meu Negócio, WhatsApp Business ou estudar a possibilidade de oferecer seus produtos em sites de marketplaces.



POSICIONE SEU DELIVERY

Se Patrícia considerar oferecer serviço de entrega, esta parte do Radar dará a ela mais informações sobre quais áreas teriam maior demanda para tal serviço.



FERRAMENTA: ENTENDA AS TENDÊNCIAS COM GOOGLE TRENDS E GETDAYTRENDS

O **Google Trends** e **GetDayTrends** são ferramentas que ajudam você a ver como certos temas estão sendo procurados ao longo do tempo. Isso é ótimo para identificar novas tendências e ajudar no planejamento do seu estoque, por exemplo, ou até nas suas estratégias de marketing! É uma ótima maneira de se manter atualizado, sempre um passo à frente.



UM PEQUENO EXEMPLO:

Júlio é dono de uma pequena loja online, onde vende camisetas estampadas. Ele está sempre em busca de novas ideias para manter seus produtos atualizados e alinhados com as tendências do momento.

Por isso, ele olha mensalmente o Google Trends (<https://trends.google.com.br/>). Ele digita palavras-chave relacionadas à música, cinema, eventos culturais e temas populares nas redes sociais, analisando os gráficos de tendência e as consultas relacionadas, para entender melhor os interesses de seu público-alvo.

Além do Google Trends, Júlio também usa o site do GetDayTrends (<https://getdaytrends.com/pt/brazil/>), que oferece dados sobre os tópicos mais comentados no X (antigo Twitter), em diferentes regiões do Brasil e do mundo. Ao acessar o site do GetDayTrends, ele seleciona sua localidade e observa os tópicos que dominam as conversas online.



FIQUE SEMPRE UM PASSO À FRENTES PARA AGRADAR OS CLIENTES!

A análise cuidadosa de todos esses dados transforma números brutos em ideias que podem ser usadas para definir a melhor forma da sua empresa se posicionar, permitindo a você, dono de um pequeno negócio entender melhor o seu segmento, identificar tendências e se antecipar em relação a mudanças de comportamento dos seus potenciais clientes.

OLHA A DICA

A decisão de empreender é um passo muito importante, mas envolve diversos aspectos e variáveis. Analise muito bem todos os dados disponíveis e reduza seus riscos, sempre agindo com calma e levando em conta todos os dados que puder, antes de tomar uma decisão. Seu sonho merece esse cuidado e paciência!

VALIDAÇÃO DE IDEIAS E ESTRATÉGIAS

UM PASSO DE CADA VEZ!

Quando você finalmente tem uma nova ideia para um produto ou serviço, é muito importante resistir à vontade de simplesmente começar de qualquer jeito, para alcançar logo o sucesso tão esperado. Nesse momento, é crucial não pular etapas, fazer pequenos testes de mercado e lançamentos piloto, que podem fazer toda a diferença. **Assim, você valida sua ideia de acordo com o retorno real dos seus consumidores.** E aí, você pode fazer ajustes e mudar o que for necessário para que o produto seja um sucesso, reduzindo riscos antes de investir quantias maiores na produção ou oferta de seus serviços.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Andréia, é dona de um pequeno negócio de venda de salgados, e está em busca de inovações para surpreender seus clientes e aumentar suas vendas. Ela teve a ideia de um novo sabor de coxinha, de carne seca com requeijão. Ela então decide fazer alguns testes antes de fazer a mudança. Ela envia pequenas amostras grátis para clientes habituais e novos clientes, para que eles experimentem o novo salgado gratuitamente. Com a reação dos clientes, ela agora sabe se a ideia é um sucesso ou um fracasso, antes de investir dinheiro mudando a sua produção.



OLHA A DICA

Esse processo não se limita apenas ao cenário de oferta de produtos, mas pode ser aplicado também a qualquer nova ideia que você queira pôr em prática no seu negócio: **começar pequeno e ajustar os detalhes, de acordo com o Dados coletados, é sempre mais seguro e assertivo do que se jogar com tudo em novas ideias que ainda não se sabe se serão bem aceitas pelo público-alvo.**

**UMA PRESENÇA DIGITAL EFICAZ É TAMBÉM
UMA FONTE VALIOSA DE DADOS NA ERA
DIGITAL DE HOJE, É ESSENCIAL QUE OS
PEQUENOS NEGÓCIOS MARQUEM SUA
PRESENÇA ONLINE DE MANEIRA ROBUSTA.**

FERRAMENTA: VOCÊ JÁ ESTÁ CADASTRADO NO "GOOGLE MEU NEGÓCIO"?

Para começar, é fundamental estar listado no Google Meu Negócio. Estar cadastrado neste serviço permite que seu negócio apareça no Google Maps quando alguém próximo na sua região buscar um determinado tipo de produto ou serviço que você oferta. Isso não só garante que você seja encontrado em buscas locais, mas também facilita que clientes em potencial descubram mais sobre seu negócio.



PASSO A PASSO

O Google Meu Negócio é uma ferramenta gratuita! Para iniciar, acesse o site google.com.br/business e clique no botão "Gerenciar agora", localizado no canto superior direito da tela.

- Você vai precisar fazer login com sua conta do Google (ela é gratuita e é a mesma que você utiliza para acessar seu Gmail ou formulários do Google Forms).
- Depois, na nova tela, digite o nome da sua empresa e clique em "Próxima".
- Agora, você vai adicionar o endereço físico da sua empresa. Após inserir o endereço, você será solicitado a posicionar um marcador no mapa para indicar exatamente onde sua empresa está localizada.

- Caso sua empresa atenda os clientes em suas próprias localizações, como serviços de entrega ou atendimento domiciliar, marque a opção "Entrego produtos e presto serviços para meus clientes" e, se necessário, selecione "Ocultar meu endereço (não é uma loja) – Mostrar somente a região".
- Por fim, adicione o número de telefone e/ou o site da sua empresa caso possua para facilitar o contato dos clientes.
- Assim que o cadastro for concluído e verificado, sua empresa estará pronta para ser descoberta por novos clientes, aumentando a visibilidade e potencialmente ampliando seu mercado de atuação.

APROVEITE TODAS AS PLATAFORMAS POPULARES PARA O SEU NEGÓCIO

Lembre-se que **plataformas como Instagram e WhatsApp Business são incrivelmente valiosas!** No Instagram, você pode não só compartilhar novidades sobre a sua empresa e produtos, mas também engajar diretamente com sua comunidade, criando uma base fiel de seguidores. Já o WhatsApp Business permite um contato direto e personalizado com seus clientes, além de oferecer recursos para automatizar, organizar e responder mensagens rapidamente.

ENTENDA QUEM SÃO SEUS SEGUIDORES E CLIENTES

O mais interessante dessas ferramentas digitais é que elas permitem coletar e analisar dados sobre seu público. Ao entender quem são seus seguidores, suas preferências e comportamentos, **você pode adaptar suas estratégias e comunicação para serem ainda mais eficazes.** Assim, além de estabelecer uma presença online, você utiliza essa presença para tomar decisões baseadas em dados reais, otimizando suas ações de marketing e vendas.



PESQUISA DE MERCADO COMO FERRAMENTA DE MELHORIA CONTÍNUA

FIQUE DE OLHO NAS MUDANÇAS DO SEU MERCADO

Por fim, é essencial entender que a pesquisa de mercado não é algo que se faz uma vez e pronto; o pensamento por trás dela deve ser constante e precisa fazer parte do dia a dia da sua empresa, viu?

O mercado não para de mudar, e o mesmo acontece com os o que os consumidores querem. Por isso, manter um olhar atento e proativo às pesquisas de mercado é essencial para que sua empresa não só acompanhe a concorrência, mas se destaque!

OLHA A DICA

A pesquisa de mercado vai muito além de uma simples fase de preparação! Ela é uma parte fundamental do crescimento e da estratégia de qualquer pequeno negócio.

Com as ferramentas apresentadas no ebook e um método bem definido, você pode se orientar com mais segurança no mercado, reduzindo riscos e aumentando as chances de que seu sucesso chegue ainda mais rápido!