

PESQUISA DE MERCADO: ANÁLISE DO PERFIL DO CONSUMIDOR E POSICIONAMENTO DE MERCADO DE UMA EMPRESA DE MÓVEIS NO MUNICÍPIO DE BAGÉ/RS



DELGADO, Melissa Tavares¹
meltavares2003@gmail.com

FAGUNDES, Sarah Victoria Rodrigues¹
sarahfavundesjh@gmail.com

MORAES, Érick de Leão¹
moraerick623@gmail.com

PRESTES, Caroline Soares²
caroline.prestes.rh@hotmail.com

SAGGIONO, Dirnei Kaupp²
THIEL, Geruza²

¹Discentes do Curso de Administração, 4º semestre 2024/4- Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

²Docentes do Curso de Administração, 4º semestre 2024/4 - Faculdade IDEAU – Bagé/RS.



INTRODUÇÃO

Como muitos dizem, marketing é a alma do negócio, e sem ele não há empresa que tenha sucesso para se manter de pé. Para que essa área tenha êxito e trabalhe com eficiência é necessário conhecer a fundo as variáveis internas e externas e isso é possível por meio do levantamento das estratégias da empresa e da pesquisa de mercado no marketing (GOMES, FIACO, 2019).

Sendo assim, pretende-se analisar o posicionamento de mercado de uma empresa de móveis em relação aos seus concorrentes, através de um estudo de caso com distintas unidades de análise. A observação direta de elementos como site e redes sociais da empresa, visita a loja observando os produtos e atendimento além do ambiente de marketing geral. Também realizar uma pesquisa quantitativa com os consumidores da cidade, proporcionando um maior conhecimento do posicionamento de marketing e também levantar os custos de investimento em marketing.

METODOLOGIA

Para obter conhecimento, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para embasamento teórico em marketing e uma pesquisa quali-quantitativa para análise completa e detalhada do mercado, combinando dados descritivos e numéricos.

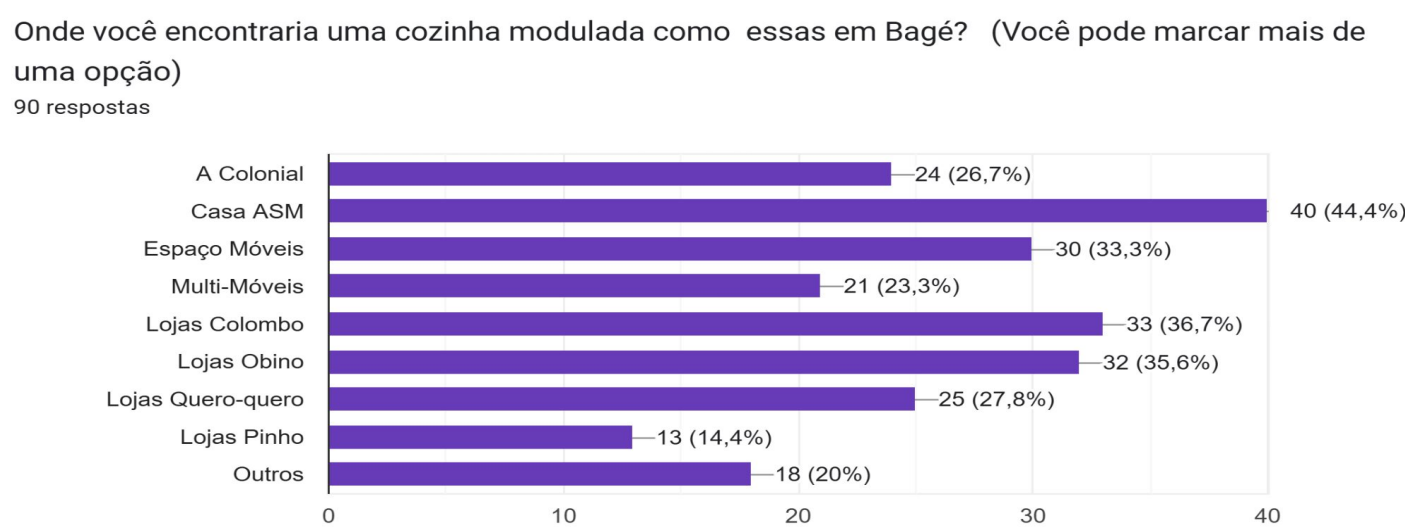
Foi usado um metodo de caso único com múltiplas análises para mapear o perfil dos consumidores de móveis em Bagé/RS e o posicionamento de uma empresa no mercado. Foi usada uma observação direta para definir ambiente de marketing, composto de marketing, matriz swot através de análise das redes sociais da empresa, site e histórico da empresa obtendo dados através de uma entrevista com a gestora de marketing da empresa e pesquisa quantitativa com consumidores (questionário online), buscando referências de marca e perfil do público.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos tópicos mais importantes da pesquisa era descobrir onde a empresa se encontrava em seu posicionamento de mercado para identificar se a empresa seria citada como referência e preferência dos correspondentes.

Foi constatado como resultado através da análise do gráfico que a empresa pesquisada em questão foi a mais citada no setor de móveis como referência de mercado no município de Bagé com a diferença disparada a mais de 7,7% sobre o segundo mais citado na pesquisa.

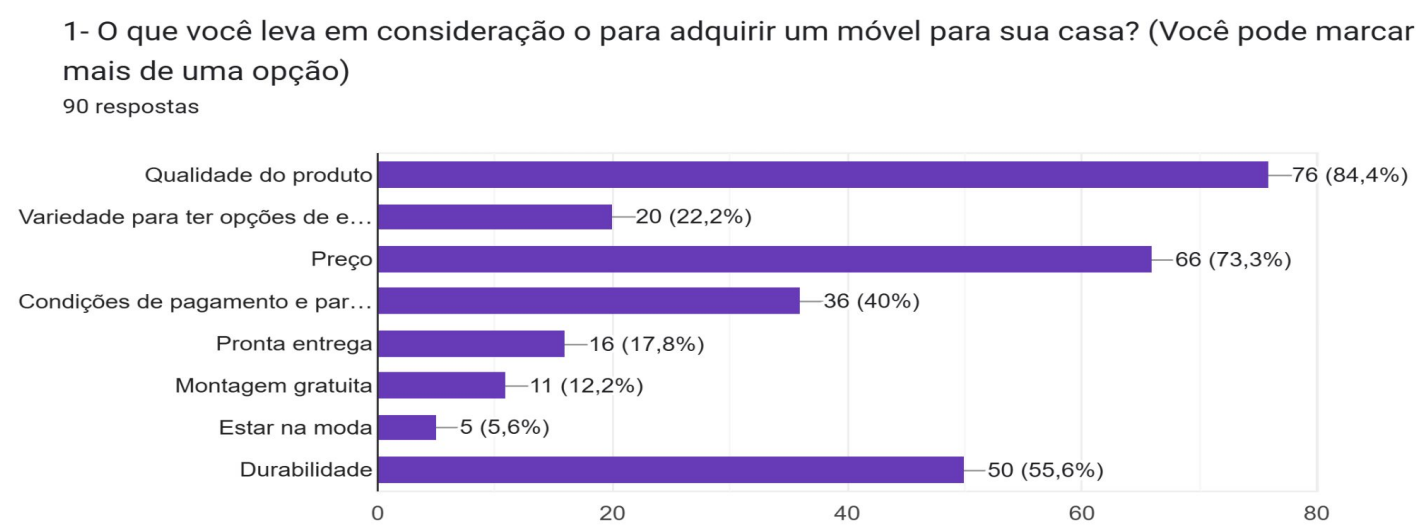
Gráfico 01: Resultados da pesquisa de posicionamento de mercado no setor de móveis.



Fonte: Autores (2024).

Foi feita uma análise para saber o perfil do consumidor dos correspondentes da pesquisa e o que eles levam em consideração na hora de comprar seus móveis.

Gráfico 02: Resultado da pesquisa do perfil do consumidor de móveis



Fonte: Autores (2024).

Com a análise foi possível obter o resultado que os público-alvo têm procurado e dado preferência por adquirir móveis com a melhor qualidade do produto acima de tudo, tendo em vista que secundamente para escolha da compra o público que prioriza móveis pelo preço

CONCLUSÃO

O artigo destaca a necessidade de uma abordagem estratégica para a empresa de móveis em Bagé/RS, considerando o perfil econômico local, com foco em famílias de baixa renda. A empresa deve oferecer produtos acessíveis, opções de parcelamento e investir em qualidade, inovação e marketing digital para se diferenciar da concorrência. A integração de métodos qualitativos e quantitativos proporcionou uma análise detalhada das preferências dos consumidores, reforçando a importância da presença digital e do fortalecimento das redes sociais.

A análise SWOT revelou desafios, como alta competitividade e baixo engajamento online, e oportunidades, como expansão no mercado digital e parcerias estratégicas. Apesar das limitações na coleta de dados, os resultados fornecem insights valiosos para o crescimento sustentável da empresa, com foco no atendimento ao cliente e inovação.

REFERÊNCIAS

GOMES, Lucas Andrade. A importância da pesquisa de marketing nas micro e pequenas empresas. 2019. Disponível em:<https://rincon061.org/bitstream/acc/8346/1/TCC%20LUCAS%20PRONTO%20PARA%20IMPRESSAO%201902-convertido.pdf> Acesso em: 19 de setembro de 2024