

FERRAMENTAS DE PESQUISAS ESTRATÉGICAS

V.O.C.E. VÁ ONDE O CONSUMIDOR ESTÁ!

QUAL O DESAFIO?

Qual foi a última vez em que os **executivos** de sua empresa estiveram **cara a cara** com os seus **consumidores**?

A correria do dia a dia, a pressão por resultados, e mesmo as diferenças socioculturais do mundo corporativo com o Brasil de verdade, acabam criando um enorme distanciamento entre os profissionais de negócios e seus consumidores.

Em uma sociedade na qual o consumidor está cada vez mais empoderado, **aprimorar produtos e serviços passa necessariamente por entender como eles são percebidos e consumidos na ponta.**

A SOLUÇÃO

Por meio de uma **imersão na realidade do consumidor**, é possível compreender questões relacionadas à empresa sob o ponto de vista do público-alvo, **observando como produtos e categorias são percebidos no contexto de escolha, compra e uso.**

V.O.C.E. tem como objetivo **romper a dissonância cognitiva** que existe entre os **executivos** e o **brasileiro comum**, inserindo **o consumidor no centro das decisões empresariais.**

VOCE VÁ ONDE O CONSUMIDOR ESTÁ!

PASSO A PASSO



1. O QUE JÁ SE SABE SOBRE O TARGET:

sistematizamos todas as informações já disponíveis sobre o segmento, como seu tamanho, seus valores, preferências etc.



2. ORIENTANDO O OLHAR: para otimizar a visita ao público-alvo, é preciso saber o que observar.



3. A VIVÊNCIA: a imersão no cotidiano do consumidor tem inspiração etnográfica e permite ao executivo visitar a casa, local de compra e vivenciar as experiências de seus produtos e/ou serviços junto ao target.



4. CONSOLIDAÇÃO DO APRENDIZADO:

sistematização dos aprendizados de acordo com os objetivos da empresa, levantando, assim, oportunidades de negócio.



1. ANÁLISE INTEGRADA: Releitura de pesquisas já realizadas (pelo cliente, Locomotiva e estudos públicos), sistematizando em um documento analítico o conhecimento prévio sobre o target;



2. WORKSHOP DE TREINAMENTO: Apresentação de dados preliminares e guia para orientar o olhar dos executivos;



3. IMERSÕES ETNOGRÁFICAS: Visita aos ambientes de consumo e sociabilidade do público-alvo;



4. WORKSHOP TROCA DE OLHARES: Dinâmica de sistematização da experiência e levantamento de oportunidades de negócio;



5. RELATÓRIO ANALÍTICO: Sistematização de todo o conhecimento e oportunidades de negócio levantado nas diferentes etapas do estudo.



Essa aproximação entre os dois universos traz **conhecimento e engajamento entre empresa e público-alvo**, permite **aprimorar produtos, serviços e comunicação**. Com isso, a sua empresa conhecerá, **de forma profunda**, o que pensam e como agem os seus consumidores na prática.



QUEM SOMOS

O Instituto Locomotiva trabalha para mostrar que **existem pessoas e histórias por trás de cada número**. Transformamos resultados de pesquisas em **conhecimento e estratégia**, ampliando as possibilidades de empresas, instituições públicas e organizações do terceiro setor, contribuindo para a **construção de identidade** entre elas e seus públicos.

RENATO MEIRELLES
Sócio e presidente

CARLOS ALBERTO JÚLIO
Sócio e head de estratégia

FALE CONOSCO! (11) 3881-2591



✉ contato@ilocomotiva.com.br 🌐 ilocomotiva.com.br

Rua Haddock Lobo, 746 · 11º andar · São Paulo/SP · CEP: 01414-000

📱 [ilocomotiva](https://www.instagram.com/ilocomotiva) 📺 bit.ly/youtube-ilocomotiva 📄 [instituto-locomotiva](https://www.linkedin.com/company/instituto-locomotiva)

LOCOMOTIVA
PESQUISA & ESTRATÉGIA