

## Tema 2: Mercado

### Assunto 2: Conhecendo o mercado consumidor

#### Unidade 1: Muito prazer, cliente

Olá, caro(a) aluno(a). Este material destina-se ao seu uso como aluno(a) inscrito(a) no Curso Aprender a Empreender pela Internet, promovido pelo Sebrae. Conforme você já leu no Guia do curso, este é um recurso adicional do qual você dispõe para apoiá-lo(a) e está disponibilizado para download. Para facilitar o manuseio do material, seguir-se-á a sequência estabelecida para o curso em temas, assuntos e unidades. O material está disponibilizado por tema, na 1ª unidade de cada assunto, indicando-se as unidades a que se refere. **Nas atividades educacionais propostas e realizadas com recursos tecnológicos especiais, você deve navegar no curso pela internet.** Neste material, ao encontrar a palavra **Atenção!** vá ao ambiente do curso e localize a unidade e passo indicados. Você deve percorrer todos os passos e clicar em **Concluir** no final de cada unidade. Quando todas as unidades de um mesmo assunto estiverem concluídas no ambiente do curso na internet, você terá acesso aos textos do próximo assunto para download.

Olá, Bem-vindo ou Bem-vinda a esta unidade.

Estamos felizes por recebê-lo(a) aqui.

Você teve a oportunidade neste curso de estudar o conceito de mercado, a sua importância, como é preciso manter sempre o olho vivo no mercado. Nesta unidade, vamos estudar o tema mercado consumidor.



Saber muito bem que são seus clientes é fundamental porque permite oferecer-lhes exatamente os produtos de que mais necessitam ou gostam e, portanto, fazer com que eles comprem sempre e cada vez mais.

## Um desafio para você...

João é proprietário de uma lanchonete na cidade onde mora há muitos anos. Ele vende vários lanches rápidos, sem muita preocupação com o tipo dos itens oferecidos. Próximo à lanchonete, na esquina, há uma agência bancária com cerca de 50 funcionários, além de outros pequenos negócios como a mercearia de "Seu" Manoel. Observando melhor o movimento de sua casa comercial, João se deu conta de que era baixa a frequência dos jovens estudantes moradores do bairro, que costumavam se reunir na praça para bater papo, ouvir um som...

João passou a se perguntar: **POR QUE OS ESTUDANTES, POTENCIAIS CONSUMIDORES DA LANCHONETE, APARECEM TÃO POUCO?**

João deve se preocupar em descobrir do que este público gosta, para oferecer a ele os produtos que prefere e atrair a clientela da região.

**Atenção!** Esta é uma boa oportunidade de você ir ao ambiente do curso pela internet e no Fórum discutir com seus colegas sobre as questões acima. Esta troca de idéias vai lhe possibilitar a ampliação de seus conhecimentos e serve como um aquecimento para as próximas etapas deste encontro. Anime-se. Vá até lá e aproveite a oportunidade que a metodologia lhe oferece.

## TEORIA

O mercado consumidor é o mais importante para o seu empreendimento. É formado por todas as pessoas ou empresas interessadas nos produtos ou serviços que seu empreendimento oferece e, dessa forma, dela se tornam clientes. É no mercado consumidor que se encontra a fonte de receitas de qualquer negócio. O problema é que, atualmente, a competitividade aumenta a cada dia. Um número crescente de empresas tenta vender seus produtos para os mesmos consumidores.

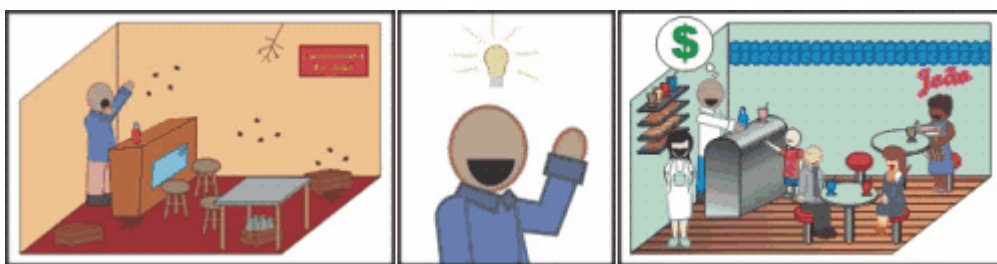
Mas como é possível conhecer bem o seu consumidor? Sabe-se que nem todas as pessoas ou empresas são seus consumidores potenciais, isto é, aqueles que podem comprar o produto ou contratar os serviços que você vende.

Mesmo que seu negócio interesse a vários tipos de consumidores, há sempre um grupo principal. O caso de João é um bom exemplo, pois ele descobriu que não tinha se preocupado com um bom grupo potencial de clientes: os estudantes.

Para garantir que o cliente escolha o seu empreendimento, é preciso conhecê-lo bem e saber o que ele quer. Dar ao cliente o produto que ele deseja, com o atendimento mais adequado, é o melhor meio de aumentar as vendas e crescer.

Você já participou da troca de idéias com seu(a) tutor(a) e colegas sobre o caso de João. Foram muitas as sugestões apontadas para solucionar o problema, originárias da grande experiência que cada um de vocês tem acumulado como empreendedores de pequenos negócios ou como pessoa interessada em montar um negócio.

Observe, na ilustração abaixo, esta proposta apresentada a João. Ela contempla vários aspectos apontados pelos alunos. Continue refletindo sobre o caso. Se ainda lhe interessar, acesse o Fórum indo ao ambiente do curso na Internet e fale com seus colegas.



Este curso lhe oferece a possibilidade de aprender com todas as pessoas que dele participam. Utilize sempre as oportunidades de discussão, procure tirar suas dúvidas sobre o seu negócio, as facilidades ou dificuldades que está enfrentando.

Aproveite! Leve, aos colegas no Fórum e ao(a) tutor(a) no Tira- Dúvidas, as questões do curso sobre as quais você deseja ser esclarecido ou esclarecida. (O Tira-Dúvidas e o Fórum se encontram nas lapelas superiores - em cinza).

## EXERCÍCIO SOLO

**Atenção!** Você tem agora a oportunidade de voltar ao ambiente do curso para realizar o exercício proposto. Ele se encontra no passo 5 desta unidade que estamos estudando (Muito Prazer, cliente!) e do assunto “Conhecendo o mercado consumidor”. Você vai poder imprimir a sua resposta para conferir depois.

Você conhece seu cliente? Quais as características que ele tem? Registre aqui pelo menos 3 características que você encontra com mais frequência em seus clientes.

Caso deseje, poderá, também, utilizar o espaço abaixo para guardar a sua resposta. Dessa forma, ao manusear este material, fora do ambiente da internet, ele estará à sua disposição.

## EXERCÍCIO DE RELAXAMENTO

**Atenção!** Deseja fazer um exercício de relaxamento? Vá até ao ambiente do curso na Internet no passo 5 desta mesma unidade (Muito prazer, cliente!) e assunto (Conhecendo o mercado consumidor), onde você encontrará uma proposta muito legal. Temos certeza de que lhe fará bem esta parada. Transcrevemos abaixo o exercício para que você possa dispor das orientações quando estiver fora do ambiente da web.



Etapa 1 – Levante da cadeira, tire os sapatos e fique em pé.

Etapa 2 – Estique os braços para cima, o máximo que puder, girando-os, lentamente, em movimentos circulares. Repita esses movimentos três vezes. Em seguida, abaixe os braços, lentamente; suspenda um ombro e abaixe, suspenda o outro e abaixe, bem lentamente. Repita esta etapa três vezes.

Etapa 3 – Comece a caminhar lentamente pela sala, esticando todas as articulações; dê tantas voltas quantas julgar necessárias. Quando achar que caminhou o suficiente, volte para a sua mesa de trabalho e retorne as suas atividades.

## **EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO**

**Atenção!** Você tem uma atividade a realizar no ambiente do curso na web, no passo 6 da mesma unidade (Muito Prazer, cliente!) e assunto (Conhecendo o Mercado Consumidor) que estamos estudando.

Faça o exercício proposto na web. Aproveite esta nova oportunidade oferecida para relembrar itens do assunto.

## **RESUMO**

As empresas organizam-se em função dos clientes que podem ser reais ou em potencial. São representados por pessoas ou empresas, que se interessarão ou não, pelos produtos e/ou serviços que são comercializados. Na medida em que essas pessoas ou empresas consomem esses produtos/serviços, passam a gerar a receita de que a sua ou qualquer outra empresa necessita, para poder se manter e prosperar. Se você é dono de um negócio, precisa estar atento, porque existe um tipo de cliente principal, especial, que é responsável pelo seu maior faturamento e que, por isto, também merece uma atenção diferenciada de sua parte.

Na próxima unidade (Analisando o mercado consumidor), você receberá várias informações sobre como identificar o seu mercado consumidor.

**Um lembrete para você!** No ambiente do curso pela internet, você deve clicar em todos os passos da unidade e, no último passo (final da unidade), clicar no botão Concluir.

## **Assunto 2: Conhecendo o mercado consumidor**

### **Unidade 2: Analisando o mercado consumidor**

#### **TEORIA**

Sabemos que muitos de vocês trazem para este curso uma grande experiência prática. As informações que lhe passamos sobre os assuntos são, também, resultado de contatos com vários empreendedores, muitos deles vitoriosos em sua vida comercial.

Outros empreendedores não foram bem sucedidos, isto pode ter ocorrido porque não tiveram a oportunidade de refletir sobre temas relacionados ao seu negócio e a possibilidade de se capacitar para tomar as decisões acertadas ao crescimento de suas atividades.

Com base no seu conhecimento, responda, mentalmente, a estas perguntas.

**Atenção!** Retorne ao ambiente da web. No passo 1 desta unidade (Analisando o mercado consumidor) e do assunto (Conhecendo o mercado consumidor), há uma linda ilustração a sua espera. Não deixe de conferir.

#### **O estudo do Consumidor**

- Quem compõe seu mercado?
- O que esses clientes compram?
- Por que as pessoas compram o que você vende?
- Como você entrega aos consumidores seu produto ou serviço?
- Quando ocorrem seus maiores períodos de venda?

Para ajudá-lo(la) a obter respostas mais completas, aqui estão algumas informações adicionais que facilitam a identificação do mercado consumidor, permitindo-lhe desenvolver ações para atrair uma nova clientela.

Para identificar o mercado consumidor devemos levar em consideração os seguintes pontos lembrando que eles deverão ser direcionados conforme o tipo de negócio analisado:

#### **Aspectos Demográficos**

- Pessoa física: faixa etária, faixa de renda, sexo, profissão, estado civil, tamanho da família, grupo étnico, nível de escolaridade etc.
- Pessoa jurídica: setor, ramo de atividade, número de anos em operação, faturamento, número de empregados, de filiais, etc.

## Aspectos Geográficos

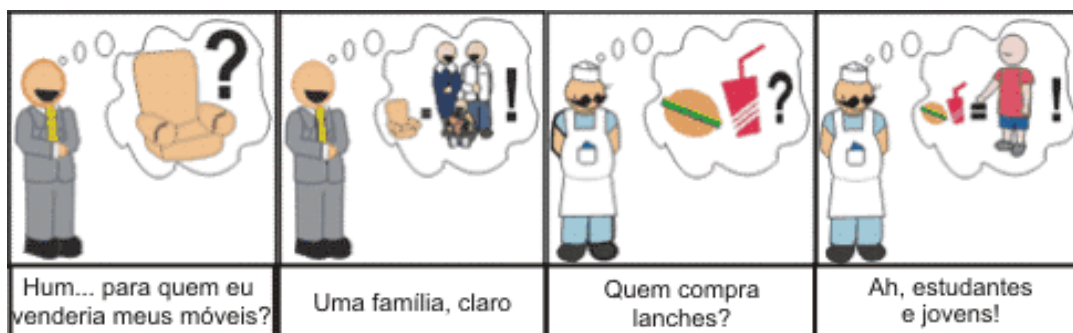
- A região que se pretende atender (área específica de uma cidade, uma região do Estado, todo o País ou parte do mercado internacional).

## Aspectos Psicológicos para motivação de compra

- As atividades: seus hábitos e lazer; os interesses: o que é importante para ele; as opiniões: o que pensam.

## Fatores decisivos para a compra

O que leva o cliente a tomar decisão: Preço? Prazo de pagamento? Descontos? Qualidade? Marca? Embalagem? Local da compra? Garantia? Atendimento ao cliente?



Aonde iremos?  
Qual é o nosso negócio?  
Quais são os nossos objetivos?

NÃO FAÇA COMO JOÃO!

Na unidade anterior, “Muito prazer, cliente!”, você registrou algumas observações sobre o seu cliente. Vamos lembrá-las agora. Você vai poder utilizar as informações que registrou e ampliá-las, para poder montar um formulário de avaliação de seus clientes.

Procure analisar cuidadosamente seu mercado consumidor, preenchendo o formulário abaixo.

**Atenção!** Esta atividade poderá também ser realizada na web. Para tanto, retorne ao ambiente do curso e, no passo 3 desta mesma unidade e assunto, você encontrará um espaço adequado para suas respostas.

Algumas pessoas pensam que só os grandes ou médios empreendedores devem se preocupar com a análise de seus negócios. Este mito tem levado grande número de negociantes à falência. Acompanhar o que se passa com os clientes, conhecer as suas exigências e necessidades é uma providência fundamental para o sucesso.

1. Qual é o principal produto e/ou serviço que sua empresa vende?

2. Para conhecer melhor as características do consumidor deste produto e/ou serviço, liste abaixo as seguintes informações sobre ele (a):

Sexo

Idade

Bairro onde mora

Ele tem família?

Quantas pessoas existem na família?

Qual é a posição dele na família? (pai, mãe, filho etc.)

Ele trabalha?



Bairro onde trabalha

Renda média aproximada por mês

Ele estuda?

Bairro onde estuda

Nível médio de escolaridade

O que ele mais gosta de fazer?

Ele possui televisão?

Ele lê algum jornal? Qual?

Ele assina alguma revista? Qual?

O que ele faz nas horas vagas?

3. Por que esse cliente compra os produtos / serviços da sua empresa?

4. Onde mais os clientes costumam comprar este tipo de produto / serviço?

5. Como o seu cliente avalia o preço e formas de pagamento da sua empresa?

6. Como ele avalia a qualidade do seu produto? E o prazo de entrega?

7. Como ele avalia a qualidade do seu atendimento?

8. Pontos que o seu cliente acha que você poderia melhorar na empresa:

Agora você já possui um instrumento apropriado para aplicar sempre que for preciso atualizar a análise do seu mercado consumidor. Com a sua experiência, poderá acrescentar outros itens que achar mais adequados ao seu negócio. Estar atento ao jogo do mercado faz parte das tarefas do(a) empreendedor(a). Boa sorte!

## CURIOSIDADE

Observe agora o quadro do pintor José Maria. Ele retrata uma atividade comercial, presente em qualquer cidade brasileira, e se intitula Armazém. Foi pintado em 1982.



## REVISÃO PANORÂMICA

**Atenção!** Volte ao ambiente do curso na internet. Há uma linda animação a sua espera no passo 5 desta mesma unidade e assunto. Não deixe de vê-la!

Vamos recapitular...

Para identificar o mercado consumidor devemos levar em consideração...

- Aspectos demográficos: pessoa física e pessoa jurídica.
- Aspectos geográficos: região que se pretende atender.
- Aspectos psicológicos para motivação de compras: as atividades, os interesses, as opiniões.
- Fatores decisivos para a compra: preços, prazo de pagamento, descontos, qualidade, marca, embalagem, local da compra, garantia.

## EXERCÍCIOS DE FIXAÇÃO

**Atenção!** Você tem uma atividade a realizar no ambiente do curso na web, no passo 6 e 7 da mesma unidade (Analisando o mercado consumidor) e assunto (Conhecendo o mercado consumidor) que estamos estudando.

Faça os exercícios propostos na web que vão ajudá-lo a fixar o conteúdo.

## RESUMO

Para identificar o mercado consumidor devemos levar em consideração os aspectos demográficos, geográficos, psicológicos para motivação de compra e os fatores decisivos para a compra. O que leva o cliente a tomar decisão? Preço? Prazo de pagamento? Descontos? Qualidade? Marca? Embalagem? Local da compra? Garantia?

**Um lembrete para você!** No ambiente do curso pela internet, você deve clicar em todos os passos da unidade que está estudando e, no último passo (final da unidade), clicar no botão **Concluir**. Você está cumprindo um procedimento que lhe permitirá ter acesso a uma nova unidade, dentro deste assunto e à possibilidade de fazer o download deste novo conteúdo.