



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

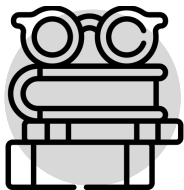
Marketing Digital



GLOSSÁRIO



Pesquisa de marketing digital



Dica: para encontrar rapidamente a palavra que procura aperte o comando CTRL+F e digite o termo que deseja achar.

- Conheça a pesquisa de marketing
- Entenda a pesquisa quantitativa
- Entenda a pesquisa qualitativa
- Utilize metodologias digitais
- Faça coolhunting
- Aprenda com cases



Conheça a pesquisa de marketing



Conheça a pesquisa de marketing

Glossário

Coleta de dados

Processo de agrupar informações relevantes e necessárias para responder a uma pergunta de pesquisa específica ou para alcançar os objetivos de um estudo.

Metodologia

Conjunto de métodos, técnicas, abordagens e procedimentos utilizados em um estudo ou pesquisa, que descreve como os dados serão coletados, organizados, analisados e interpretados para responder à pergunta proposta.

Pesquisa

Processo sistemático de investigação para obter informações, conhecimentos ou *insights* sobre um determinado tópico.



Entenda a pesquisa quantitativa



Entenda a pesquisa quantitativa

Glossário

• **Budget (Orçamento)**

Valor financeiro disponível para ser investido na pesquisa.

• **Estatística**

Coleta, análise, interpretação e apresentação de dados numéricos por meio dos quais é possível compreender e tirar informações significativas para uma pesquisa.

• **Market share (Quota de mercado)**

Parcela de mercado que uma empresa possui em relação aos seus concorrentes. Pode ser avaliado considerando a participação nas vendas *online*, alcance de audiência, tráfego do *site*, entre outros indicadores.

• **Outlines (Contornos)**

Dados que se desviam ou se afastam do padrão esperado. Esses dados podem indicar anomalias nos resultados de uma campanha ou comportamento do público-alvo, exigindo uma análise mais aprofundada.



Entenda a pesquisa quantitativa

Glossário

● **Perfil macro**

Visão geral ou ampla do público-alvo, considerando características demográficas, comportamentais, entre outras. Ajuda a entender o contexto em que o público está inserido e a direcionar estratégias de marketing de forma mais efetiva.

● **Perfil sociodemográfico**

Características de um grupo de pessoas, como idade, gênero, nível de educação, renda, ocupação, localização geográfica, entre outros.

● **Planejamento de mídia**

Processo de definição das estratégias e canais de comunicação para promover uma marca, produto ou serviço no ambiente digital.

● **Share of mind (Participação na mente)**

Consciência, lembrança ou preferência que os consumidores têm de uma marca em comparação com as marcas concorrentes.



Entenda a pesquisa quantitativa

Glossário

Tabulação de dados

Processo de organizar e resumir os dados coletados por meio de pesquisas, questionários ou outras fontes. Permite a análise e interpretação dos resultados, facilitando a obtenção de *insights*.



Entenda a pesquisa qualitativa



Entenda a pesquisa qualitativa

Glossário

Amostragem

Seleção de uma parte representativa da população-alvo para participar da pesquisa. Por meio dela é possível obter informações e *insights* sobre o público-alvo e seus comportamentos.

Gaps (Lacunas)

Lacunas ou diferenças identificadas durante uma pesquisa. Podem se referir à discrepância entre percepção e realidade, falta de informações ou *insights*, ou oportunidades não exploradas.

Moderador

Profissional responsável por conduzir entrevistas, grupos focais ou outras atividades de pesquisa. É encarregado de guiar e facilitar as discussões, manter o foco e obter *insights* relevantes dos participantes da pesquisa.

Triangulação

Técnica de pesquisa que envolve o uso de múltiplos métodos, fontes de dados ou perspectivas para abordar uma questão de pesquisa.



Utilize metodologias digitais



Utilize metodologias digitais

Glossário

- **Dados primários**
Informações originais e específicas coletadas diretamente para os fins da pesquisa. São obtidos por meio de questionários, entrevistas, observações diretas etc.
- **Desk research (pesquisa secundária)**
Coleta de informações e dados já existentes, disponíveis em fontes secundárias, como relatórios, artigos científicos, entre outros.
- **Dados secundários**
Dados coletados por terceiros ou fontes externas que não foram originalmente coletados para atender aos objetivos da pesquisa em questão.
- **Digitalização**
Coleta, análise e interpretação de dados digitais para obter *insights* sobre o comportamento do consumidor, preferências de compra, desempenho de campanhas, entre outros aspectos.



Faça coolhunting



Faça coolhunting

Glossário

Antropologia

Disciplina que estuda a cultura, o comportamento humano e as relações sociais. No contexto do marketing, é utilizada para compreender as motivações, valores e crenças dos consumidores.

Coolhunting

Prática de identificar e antecipar tendências emergentes, especialmente no campo da moda, *design* e cultura popular.

Futurismo

Estudo e análise das tendências e possíveis cenários de futuro. Os futuristas examinam os avanços tecnológicos, mudanças sociais, demográficas e econômicas para prever como esses fatores podem influenciar o comportamento do consumidor.

Zeitgeist (Espírito do tempo)

Palavra alemã que refere-se ao estado geral de pensamento, sentimentos e atitudes de uma determinada época ou sociedade.



Aprenda com cases



Aprenda com cases

Glossário

• Direcional estratégico

Envolve a definição de objetivos, a identificação do público-alvo, a escolha de canais de comunicação e a criação de mensagens adequadas para atingir esses objetivos.

• Out of home (Fora de casa)

Estratégias de publicidade e propaganda que são direcionadas para o público fora do ambiente doméstico, como *outdoors*, placas, telas digitais em locais públicos, transporte público, entre outros.

• Trend (Tendência)

Tendência ou direção geral observada em relação a comportamentos, preferências, estilos ou tecnologias.



Bons estudos!

