

## **ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO - Nível introdutório**

### **Lição 1.2 - Análise ao público-alvo e às suas necessidades**

A análise de mercado trata de perceber qual é o potencial da sua empresa num determinado mercado e se esse mercado é efetivamente um bom mercado para si - por exemplo, se nesse mercado irá conseguir satisfazer as necessidades dos seus potenciais clientes.

Mas como identificar os nossos potenciais clientes, ou seja, o nosso público-alvo?

Em primeiro lugar, precisamos de realizar uma boa análise demográfica. Para o fazer, precisa de identificar quais são as questões que deve fazer a si mesmo, começando por "o que é ou quem é o público-alvo?".

Quando oferece um produto ou serviço, está a fazê-lo com os seus clientes em mente.

Quando pensa sobre as suas estratégias de marketing e de venda, utiliza uma linguagem específica para alcançar uma determinada parte do seu público.

Essa parte é o segmento de consumidores que já identificou e escolheu, porque sabe que são os mais prováveis a estarem recetivos à sua ideia e, acima de tudo, a querê-la.

Esta forma de pensar irá influenciar todas as suas decisões e irá ser o seu ponto de referência durante todo o projeto de desenvolvimento do seu negócio.

Definir o seu mercado-alvo irá dar-lhe três informações importantes:

- Já existe um mercado? Para que o seu negócio faça lucro e consiga durar, deve haver procura suficiente para o produto ou serviço que tem para oferecer.
- De que tipo de pessoas é constituído o mercado? Já percebeu que existem potenciais clientes para si. Agora precisa de perceber quem são essas pessoas e quais são os seus interesses.
- Qual é o seu grupo etário? Qual é o seu género? São pessoas com interesses ou hobbies específicos? São pessoas que preferem pagar mais para ter mais qualidade ou são pessoas que preferem poupar?

Vamos começar a criar o perfil do seu cliente alvo. Veja as nossas próximas lições neste curso para saber mais!