

IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO EXIGE PESQUISA E CONHECIMENTO

Conhecer o perfil do cliente é importante para planejar ações e realizar um atendimento adequado.

Para acertar em cheio na abertura de um negócio, um dos pontos essenciais é saber com qual público se vai trabalhar.

Conhecer o perfil de quem será atendido é importante para garantir que o produto ou o serviço a ser oferecido está adequado á demanda.

Dependendo do negócio, características pessoais tais como sexo, idade e classe econômica fazem diferença na hora de criar o produto, fazer a abordagem do cliente, tanto para atraí-lo como para atendê-lo.

É importante identificar qual o perfil (sexo) do público que frequenta o segmento ou consome tal produto, qual o padrão socioeconômico, qual a faixa etária, quais são os seus hábitos e necessidades.

Saber se há quantidade suficiente de pessoas com esse perfil na região onde se pretende atuar também é um dado estratégico. É possível descobrir esses dados consultando associações comerciais, prefeituras, sites, bem como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Ter conhecimento sobre o perfil econômico do bairro ou da região também ajuda na pesquisa. É importante saber se a região é residencial ou comercial, além da renda da população local.

Qualquer pessoa pode fazer um breve levantamento de informações sobre o público-alvo, seja consultando pesquisas socioeconômicas de uma área ou mesmo perguntando às pessoas residentes ou frequentadoras de onde se pretende montar o negócio qual seria a aceitação e a necessidade delas em relação a um produto ou serviço.

DEPENDENDO DO TIPO DE ANÁLISE UM PROFISSIONAL ESPECIALIZADO DEVE SER CONSULTADO

No entanto, dependendo do grau de análise que se pretende, é recomendável a contratação de profissionais especializados. Se o objetivo é o lançamento de algo novo para um mercado novo, a sondagem é um pouco mais complexa. Neste caso, um profissional reúne grupos de pessoas com as características aproximadas das pessoas que representam o seu público-alvo.

Depois de identificado o público-alvo, fica mais fácil saber como atraí-lo e agradá-lo. Por exemplo, se o objetivo é atrair o público de um condomínio, o ideal é oferecer brindes, fazer promoções, entregas através do **delivery**, além de um trabalho de divulgação como na revista ou jornal do bairro.

E também é possível planejar não apenas ações para chamar a atenção, mas para trazer o consumidor para dentro do seu estabelecimento.

Todo empresário deve ter também a atenção ao Código de Defesa do Consumidor (CDC) no atendimento dos clientes. Até mesmo ações aparentemente inofensivas como o oferecimento de brindes e promoções exigem atenção do empresário. Mesmo sendo brinde, o produto deve seguir os códigos de segurança e qualidade como qualquer outro produto.

Nádia Januário

Bacharel Administração com Habilitação em Marketing

MBA em Gestão de Pessoas

Pós em Sociologia

AUTORA DO LIVRO: Tendências Globais em Gestão Treinamento e Desenvolvimento - 2020