

Proposta comercial

# Entrevistas em Profundidade + Pesquisa online



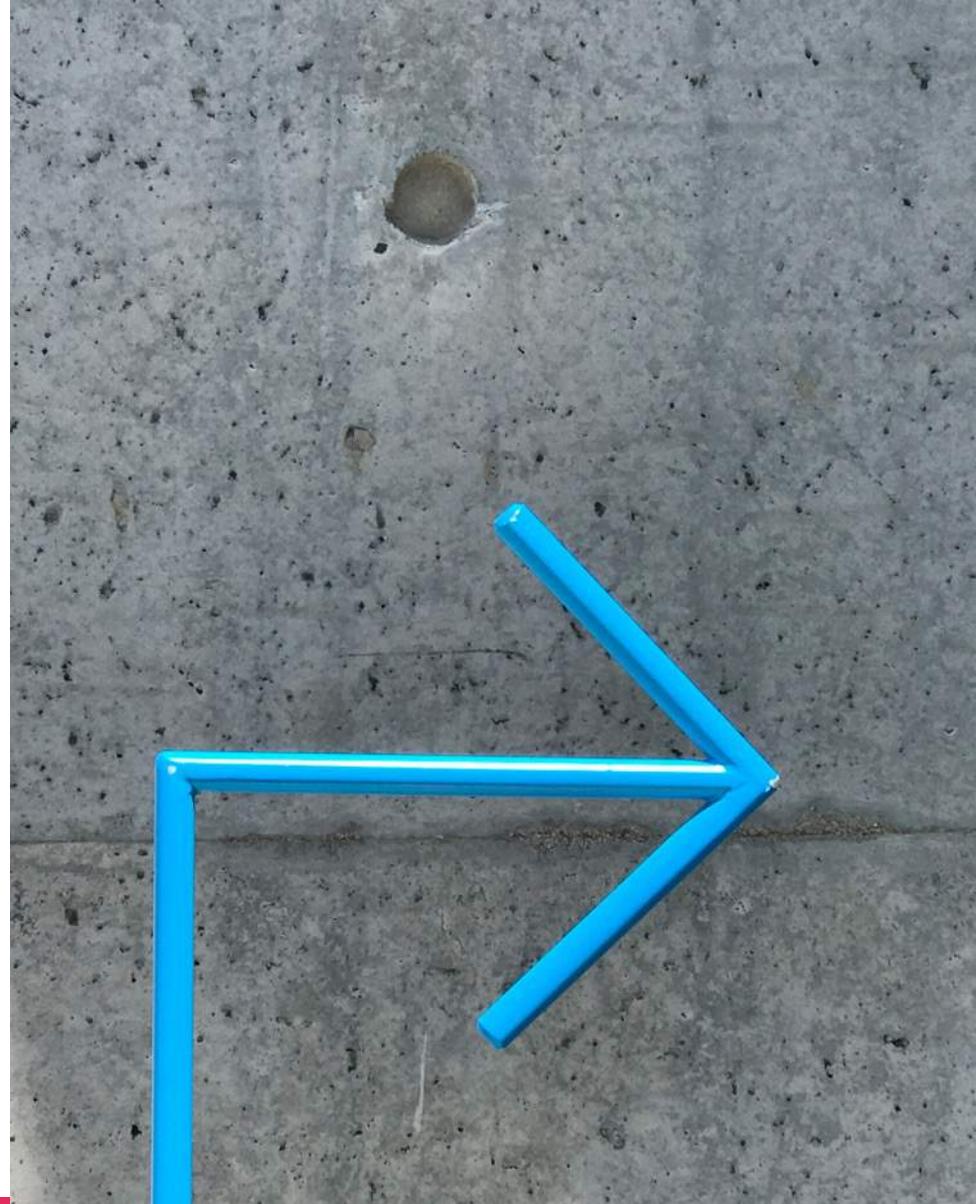
**Agência Cadaris / Etex Brasil**

JANEIRO/2019



# Objetivo

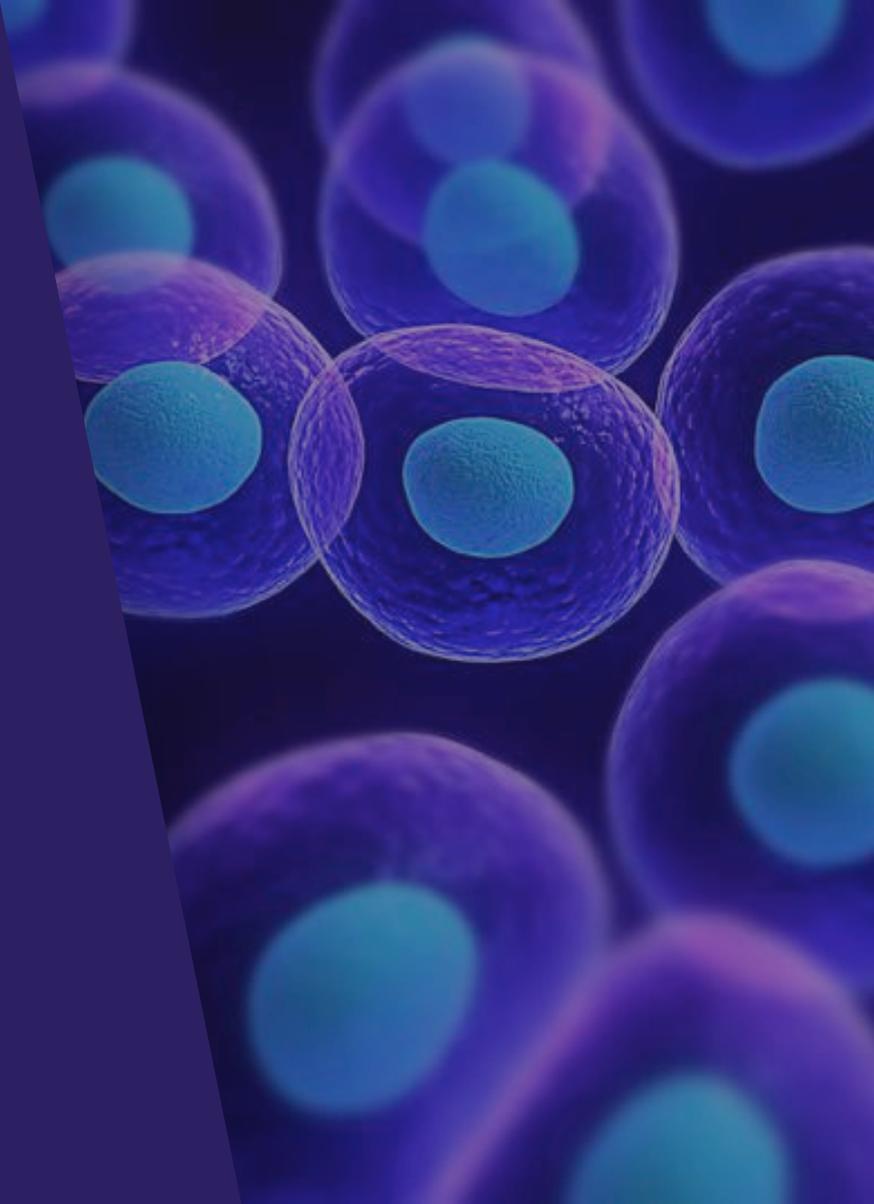
Mapear que são as **personas** das marcas Gypsum, Promat e Superboard, suas **dores** e **necessidades** não atendidas.



# Metodologia

Para entender a fundo os públicos das marcas da Etex Brasil, vamos fazer o seguinte estudo:

- Entrevistas com **stakeholders** com o objetivo de entender os **desafios** do projeto;
- Entrevistas com o **público-alvo** para entender como é a **jornada** de busca pelos produtos, qual o **papel das interfaces digitais** nesse processo, quais as **dúvidas, necessidades e oportunidades**;
- Uma **pesquisa online** com montadores para identificar se existem diferenças entre as marcas e aprofundar os achados das entrevistas;
- Após o mapeamento, vamos apresentar os resultados no formato de **personas**.



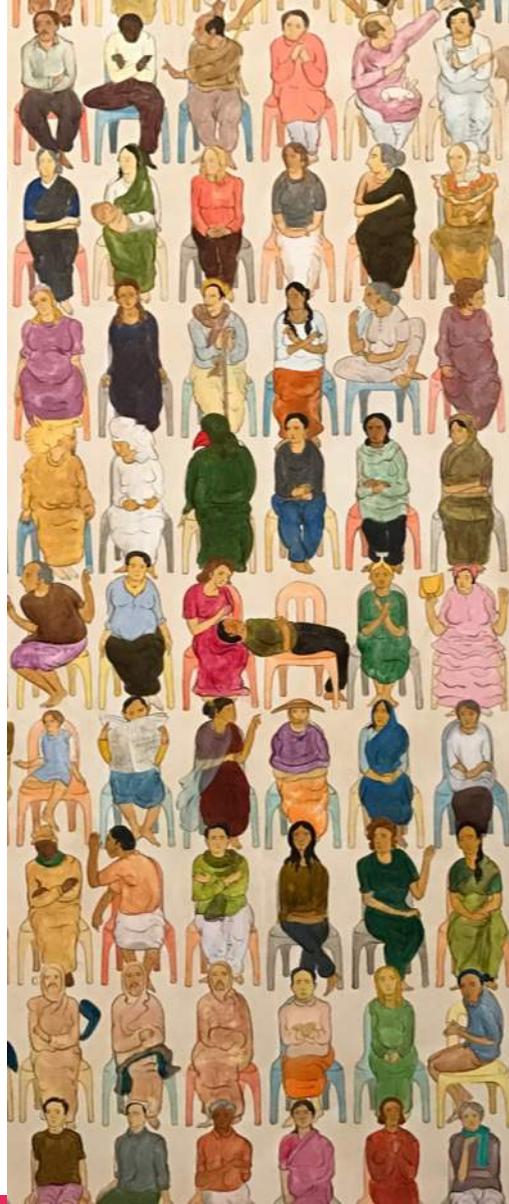
# Amostra

Entrevistas em Profundidade + Personas

**6 entrevistas**, com aproximadamente 1h30 de duração cada. Os participantes estarão assim divididos:

- ✓ 3 montadores;
- ✓ 3 engenheiros de especificação.

Outros critérios de recrutamento serão definidos na etapa de imersão.



# Etapas do trabalho

Entrevistas em Profundidade + Personas

## ✓ **Recrutamento**

A partir de um questionário detalhado, são selecionados participantes do público-alvo da interface.

## ✓ **Roteiro**

Elaboração do roteiro das entrevistas, com investigação dos pontos mapeados na imersão.

## ✓ **Moderação**

As entrevistas serão aplicadas pelo moderador e acompanhadas por um analista, em sala de espelho - e podem ser assistidas pela equipe do projeto.

## ✓ **Pesquisa online**

Elaboração dos questionários e análise (o envio ficará por conta da Etex Brasil).

## ✓ **Análise**

Análise dos resultados, lista de achados e elaboração das personas.

## ✓ **Apresentação**

Apresentação dos resultados e discussão com a equipe do projeto.

# Entregáveis

1. Relatório em PPT com o resultado das entrevistas e fichas das personas;
2. Trechos em vídeo com os melhores momentos das entrevistas;
3. Apresentação presencial e discussão das recomendações, com priorização dos achados da pesquisa.

## **Fora do escopo:**

- Desenho de telas

**Investimento**

# Investimento

Escopo	Valor
<b>Entrevistas em Profundidade</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 6 entrevistados</li></ul>	R\$ 17.000
<b>Pesquisa online</b>	R\$ 8.000
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 25.000</b>

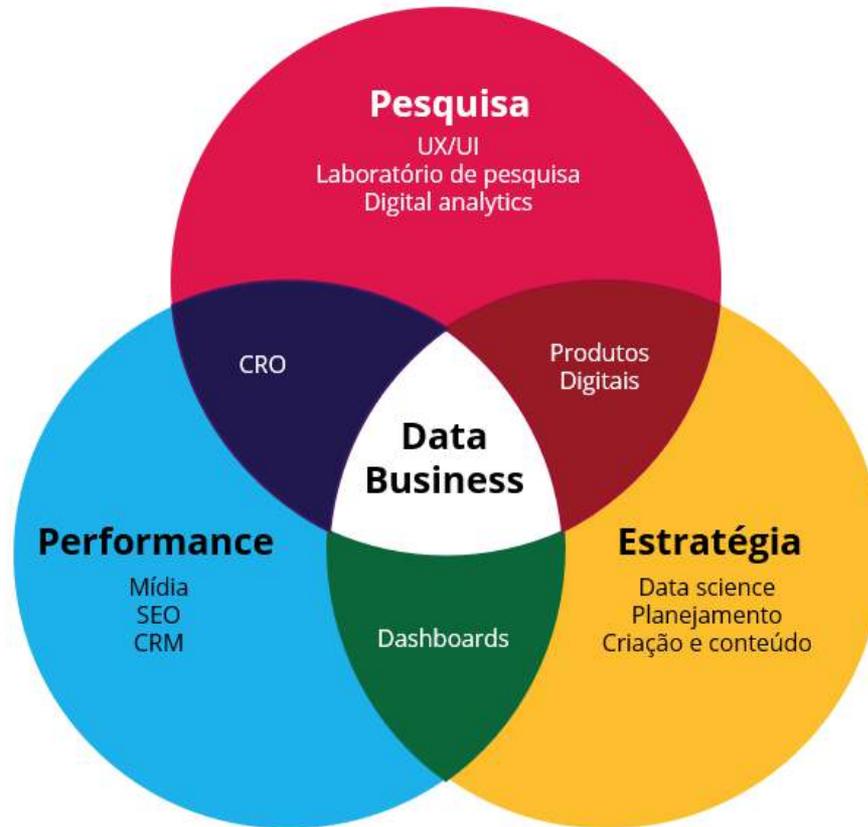
# Condições para a realização

- Valores para a realização das atividades no escritório da Zoly, em São Paulo.
- Inclui custos de recrutamento e incentivos para os clientes entrevistados.
- O pagamento deve ser realizado em duas parcelas, sendo a primeira nota emitida no aceite.
- Inclusos todos os impostos.
- Essa proposta tem validade de 60 dias.
- Após a contratação, as atividades devem ser realizadas em até seis meses.



**ZOLY**

# O que fazemos



# Cientes



VIVARA



SEPHORA

REVLON



McKinsey&Company

# Obrigada/o.

[zoly.com.br](http://zoly.com.br)

[facebook.com/zoly](https://facebook.com/zoly)

[@agenciazoly](https://twitter.com/agenciazoly)

[/in/zoly](https://www.linkedin.com/company/zoly)

[contato@zoly.com.br](mailto:contato@zoly.com.br)



**ZOLY**