

# GERENCIAMENTO DE PROJETOS E OBRAS

## AULA 03 – ANÁLISE DE MERCADO

Faculdade Independente do Nordeste - FAINOR  
Colegiado de Arquitetura e Urbanismo  
Prof. Philipe do Prado Santos

# ANÁLISE DE MERCADO

## 2.1 – Estudo dos clientes

### O que é e como fazer

Esta é uma das etapas mais importantes da elaboração do seu plano. Afinal, sem clientes não há negócios. Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam. Você pode identificar essas soluções se conhecê-los melhor. Para isso, responda às perguntas e siga os passos a seguir:

### 1º passo: identificando as características gerais dos clientes

Se pessoas físicas

- Qual a faixa etária?
- Na maioria são homens ou mulheres?
- Têm família grande ou pequena?
- Qual é o seu trabalho?
- Quanto ganham?
- Qual é a sua escolaridade?
- Onde moram?

# O PLANO DE NEGÓCIOS

Se pessoas jurídicas (outras empresas)

- Em que ramo atuam?
- Que tipo de produtos ou serviços oferecem?
- Quantos empregados possuem?
- Há quanto tempo estão no mercado?
- Possuem filial? Onde?
- Qual a sua capacidade de pagamento?
- Têm uma boa imagem no mercado?

## 2º passo: identificando os interesses e comportamentos dos clientes

- Que quantidade e com qual frequência compram esse tipo de produto ou serviço?
- Onde costumam comprar?
- Que preço pagam atualmente por esse produto ou serviço similar?

# O PLANO DE NEGÓCIOS

## 3º passo: identificando o que leva essas pessoas a comprar

- O preço?
- A qualidade dos produtos e/ou serviços?
- A marca?
- O prazo de entrega?
- O prazo de pagamento?
- O atendimento da empresa?

## 4º passo: identificando onde estão os seus clientes

- Qual o tamanho do mercado em que você irá atuar?
- É apenas sua rua?
- O seu bairro?
- Todo o Estado?
- O País todo ou outros países?
- Seus clientes encontrarão sua empresa com facilidade?

# O PLANO DE NEGÓCIOS

Público-alvo (perfil dos clientes)

---

---

---

---

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

---

---

---

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

---

---

---

# O PLANO DE NEGÓCIOS

## 2.2 – Estudo dos concorrentes

### O que é e como fazer

Você pode aprender lições importantes observando a atuação da concorrência. Procure identificar quem são seus principais concorrentes. A partir daí, visite-os e examine suas boas práticas e deficiências.

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Sua Empresa							
Concorrente 1 (nome)							
Concorrente 2 (nome)							
Conclusões							

# O PLANO DE NEGÓCIOS

Após fazer essas comparações, tire algumas conclusões.

- Sua empresa poderá competir com as outras que já estão há mais tempo no ramo?
- O que fará com que as pessoas deixem de ir aos concorrentes para comprar de sua empresa?
- Há espaço para todos, incluindo você?
- Se a resposta for sim, explique os motivos disso. Caso contrário, que mudanças devem ser feitas para você concorrer em pé de igualdade com essas empresas?



## Fique de olho

- Lembre-se: a concorrência também deve ser vista como uma situação favorável. Bons concorrentes servem como parâmetro de comparação e de parceria, além de ser uma fonte de estímulo à melhoria.



## 2.3 – Estudo dos fornecedores

### O que é e como fazer

O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços. Inicie o estudo dos fornecedores levantando quem serão seus fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços.

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						