

Análise
de
500
Grupos

O Perfil
do Consumidor
Português


CONSUMIDOR
PERFIL DO CONSUMIDOR PORTUGUÊS

“O que
permite?”

Conhecer **quem são, quantos são e como são** os consumidores de um produto.

Conhecer em profundidade e de forma multi-dimensional o Consumidor de um Produto.

Caracterizar cada Grupo-Alvo ao nível dos seus hábitos de consumo, estilo de vida e preferências.

Conhecer o consumo de Média que um Grupo-Alvo tem e quais as respectivas afinidades.

Conhecer o consumo cruzado de outros produtos relativamente ao consumidor de um determinado produto.

www.marktest.com

Contactos:

Rua de S. José, 183 - 2º
1169-116 LISBOA
tel: 213 470 866 _ fax: 213 460 894
e-mail: dcomerc@marktest.pt


Marktest
INFORMAR COM RIGOR
PARA DECIDIR MELHOR


CONSUMIDOR



O Perfil
do Consumidor
Português

Edição 2006


Marktest
INFORMAR COM RIGOR
PARA DECIDIR MELHOR



O Perfil do Consumidor Português



CONSUMIDOR

1 Perfil do Consumidor de Produtos e Consumo de Media.

Permite quantificar e conhecer o perfil dos consumidores de cerca de 500 grupos-alvos. Inclui informação multi-dimensional sobre cada grupo de consumidores estudados.

Em resumo, o CONSUMIDOR fornece, para cada Grupo-Alvo, a seguinte informação:

- Penetração do Produto / Dimensão dos Consumidores
- Perfil Sócio-Demográfico
- Perfil de Consumo de MEDIA (TV, Rádio e Imprensa)
- Posse de Bens e Utilização de Serviços
- Hábitos de Consumo e de Estilo de Vida
- Perfil de Consumo de Outros Produtos

2 Cruzamento de Produtos com Produtos.

Este estudo inclui também o cruzamento do consumo de todos os produtos estudados entre si. Por exemplo, para os consumidores de iogurte é possível saber que outros produtos também consomem e como isso se diferencia. Para cada um dos 500 grupos-alvo estudados existe o cruzamento com os restantes produtos ou categorias incluídas no estudo.

Tópicos da Informação do estudo CONSUMIDOR 2006

- Consumo de Meios de C. Social
- Bancos e Cartões Bancários
- Automóvel e Transportes
- Equipamento Informático/ Internet Posse e Utilização
- Telecomunicações
- Maquina fotográfica; de Video e Consola de Jogos
- Ouro e Antiguidades
- Brinquedos
- Habitação
- Férias e Tempos Livres
- Sorteios e Lotarias
- Livros, CD's e DVD's
- Comportamentos
- Lactínicos (Leite; Queijo; Iogurte)
- Bebidas Com e Sem Álcool (várias)
- Outros Produtos Alimentares: Café; Cereais; Chocolate
- Produtos Alimentares no Lar (Gorduras; Congelados; Snacks)
- Produtos de Higiene Pessoal (vários)
- Produtos para Higiene e Limpeza do Lar
- Electrodomésticos e Equipamentos no Lar
- Posse de Animais Domésticos / Pet Food

Informação organizada por Categorias de Produto

Os dados são apresentados em suporte informático (Cd-Rom), em ficheiros Excel e Html. Inclui Análises Gráficas para os principais indicadores.

CONSUMIDOR 2006: Informação organizada por Categoria de Produto numa vasta base de dados que permite conhecer aprofundadamente os consumidores de 500 produtos ou grupos-alvos.



Marktest
INFORMAR COM RIGOR
PARA DECIDIR MELHOR

Ficha de Encomenda

Enviem-me o Estudo Consumidor 2006 pelo pre o de 1650 (+21% IVA)

Enviem-me ainda c plias suplementares pelo pre o de 500 / cada (+21% IVA)

Desejo a visita de um t cnico para informa es suplementares sobre o Estudo Consumidor 2006

Junto envio cheque N.º Sobre o Banco N.º Contribuinte

Agrade o o envio de recibo respectivo.

Nome:

Fun o: Empresa:

Morada:

Telefone: Data: / / Assinatura:

CONSUMIDOR



Marktest
INFORMAR COM RIGOR
PARA DECIDIR MELHOR

Enviar para:
Marktest
Rua de S. Jos , 183 - 2.º...
1169-116 LISBOA
tel: 213 470 866
fax: 213 460894
e-mail: dcomerc@mark-
test.pt