

Sem sair de casa? Não há problema!

O atual contexto de isolamento social está a atrasar o acesso a informação sobre o consumidor e/ou a bloquear o desenvolvimento de novas soluções? Mantenha os objetivos de research que tinha definido para este ano ou desenvolva novos objetivos através das nossas abordagens qualitativas online, que **permitem entregar insights qualitativos com rapidez e segurança, à distância de um clique.**



Video Focus Group

- Possibilitam **interagir com grupos de consumidores (4 a 5)** através de plataformas digitais, que permitem a partilha de **estímulos, cocriação, gravação áudio e vídeo** das conversas, bem como **acompanhamento in the moment** por parte da **equipa do cliente**.
- **Exemplo:** Uma marca do setor de energia testou um conjunto de novas ofertas de produto que tinha desenvolvido junto a diferentes segmentos de clientes, espalhados por todo o país.



Imersões Digitais

- Permitem “entrar” no ambiente natural do consumidor - a casa, percebendo a vivência direta na realidade onde se insere e a sua atual relação com algumas categorias.
- **Exemplo:** Uma marca de cereais utilizou as imersões digitais para acompanhar o pequeno almoço de crianças portuguesas, a fim de compreender o papel dos cereais no seu contexto real e as oportunidades de crescimento do negócio.



Workshops Virtuais

- Ideais para ajudar equipas a desbloquear e desenvolver novas ideias, definir um plano estratégico e transformar insights em ação. Os WV são dinamizados por moderador experiente e conduzidos em plataformas digitais que permitem a utilização de vídeo, chats, *softwares* de whiteboard para cocriação, entre outros. Uma maneira rápida e ágil de envolver a equipa, debater e partilhar ideias.
- **Exemplo:** A Ipsos Apeme ajudou a dinamizar um workshop virtual para uma equipa multinacional e com participantes em diferentes países, com o objetivo de ajudar a definir um plano estratégico da marca para 2021.



Aplicação Applife

- Uma App desenvolvida para recolher inputs do consumidor ao momento e em contexto. A utilização da App em smartphone, bem como o seu design intuitivo ajudam os consumidores a sentirem-se familiarizados e a partilharem as suas ideias e rotinas através de texto, vídeo, fotografia ou até áudio.
- **Exemplo:** Uma marca quis compreender a performance do seu produto de limpeza, recolhendo, através da Applife, o testemunho de diversas donas de casa.



Virtual Why Dive

- Tem como objetivo compreender mais a fundo resultados que surgem de questionários quantitativos e outros métodos de recolha de informação, encaminhando os participantes para entrevistas 1-1 moderadas em plataformas digitais.
- **Exemplo:** Uma marca quis perceber mais a fundo as razões para ter uma perceção de imagem menos positiva durante o período de isolamento social



Comunidades Online

- Aliam um conjunto de valências: a possibilidade de conversa 1-1 ou em comunidade, num ambiente online intuitivo e facilmente ativado pelos consumidores, durante um período curto de tempo (2 a 3 dias) ou que se pode estender por vários meses.
- **Exemplo:** A Ipsos Apeme seguiu um grupo de consumidores durante 9 meses, permitindo aos clientes aprofundarem conhecimento sobre a forma como o mercado e o *mood* dos consumidores ia evoluindo, bem como ativando questões de resposta rápida, por exemplo, reações a campanhas publicitárias.

Para mais informações, entre em contato com mariana.machado@ipsos.com