

Qualificação na compra de Vinhos

Estudo sobre a Qualificação da compra de vinhos de mesa

No mês de Junho e Julho realizaram-se 104 telefonemas para algumas pessoas escolhidas aleatoriamente nas listas telefónicas, nas regiões de **Braga, Porto, Coimbra, Lisboa e Faro**.

Pretendemos com este estudo, perceber quais as razões e motivos que estão por detrás, na hora de comprar Vinho para consumo (Refeições)

Para o efeito, foi escolhida uma metodologia quantitativa “CATI”, para efeitos de recolha de informação junto de consumidores e compradores de Vinho de Mesa para consumo.

Foi igualmente considerado um filtro no questionário de forma a ventilarmos que efectivamente os entrevistados consumiam e compravam vinho de mesa para consumo pelo menos 2 x por semana.

Um estudo realizado por alunas do Curso de Formação “Técnica de Vendas” da Fundação da Juventude. Estágio realizado em contexto de trabalho na (Egri- Estudos de Mercado).

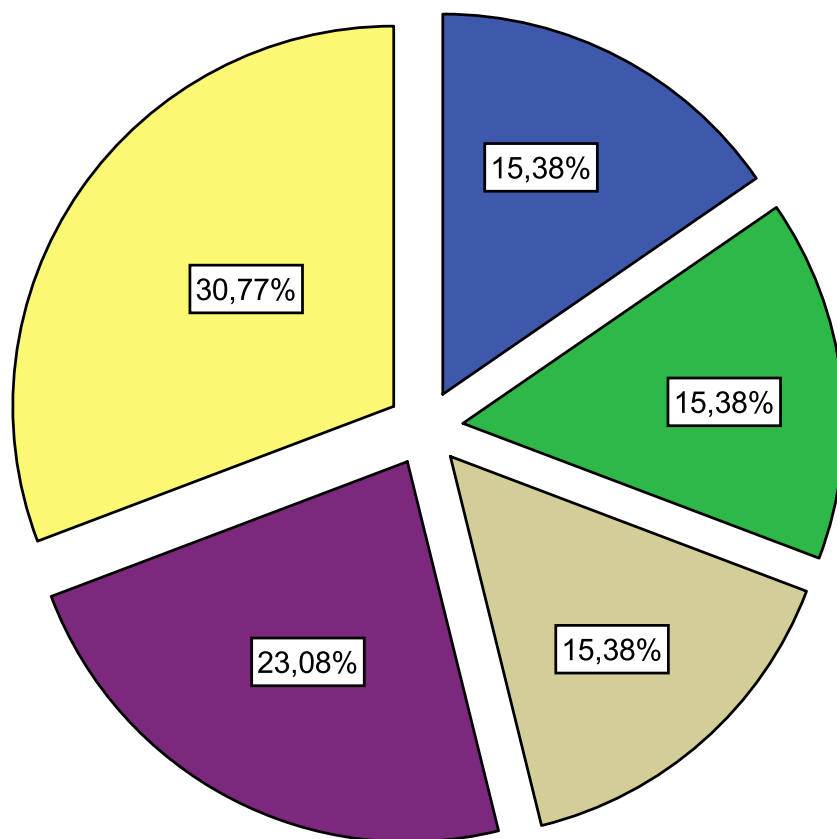
Factor mais importante na escolha da marca do vinho de mesa

Neste estudo alcançamos e aferimos qual é o factor mais importante que os consumidores dão na escolha da marca do vinho de mesa. Temos então em conta vários factores tais como: **qualidade do produto; preço em ser o mais barato; região onde é produzido; nome pelo que é conhecido no mercado; local de venda; habito e rotina na escolha da mesma marca.**

AMOSTRA REPRESENTATIVA POR REGIÃO

Região

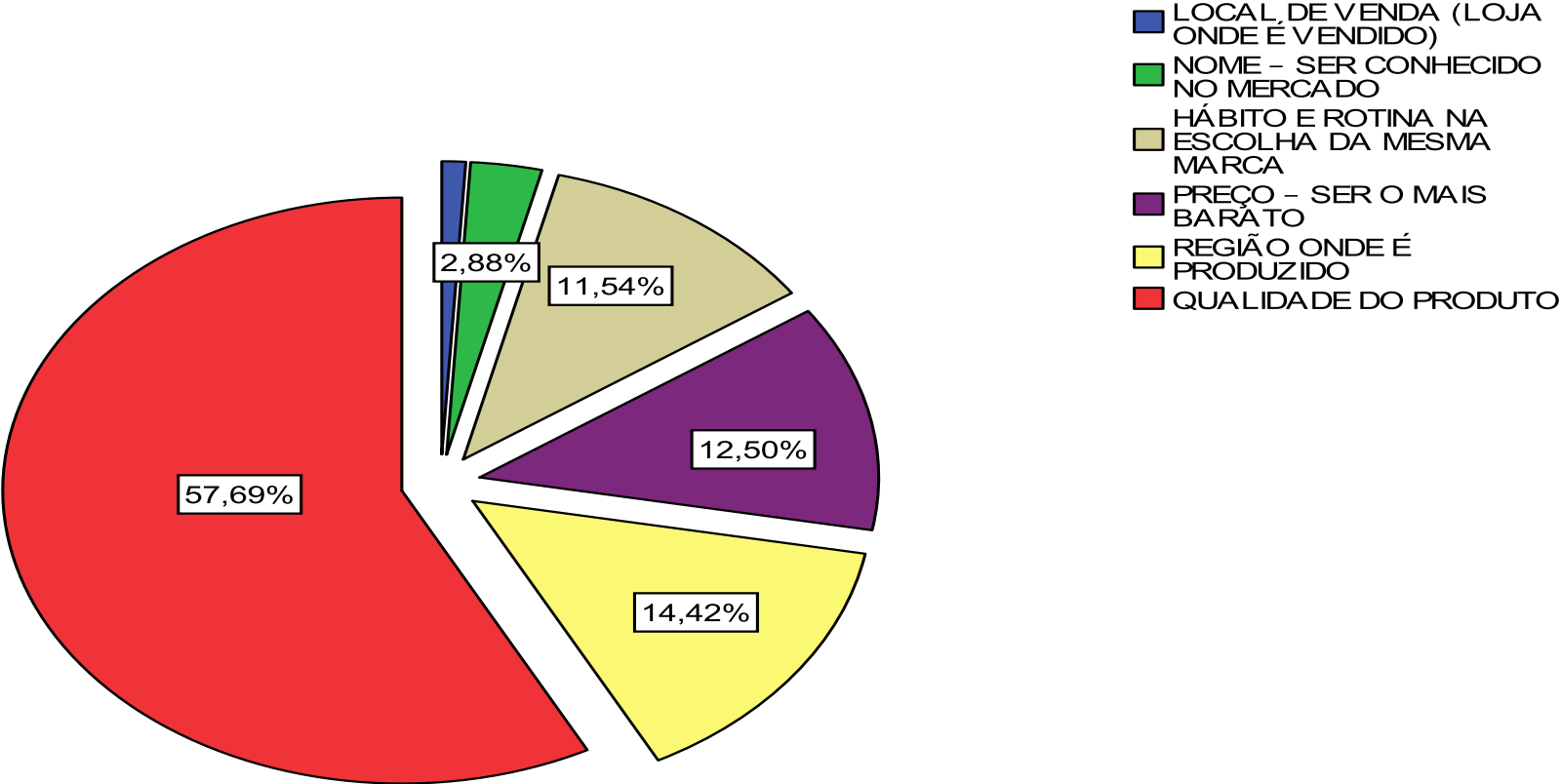
- BRAGA
- PORTO
- COIMBRA
- LISBOA
- FARO



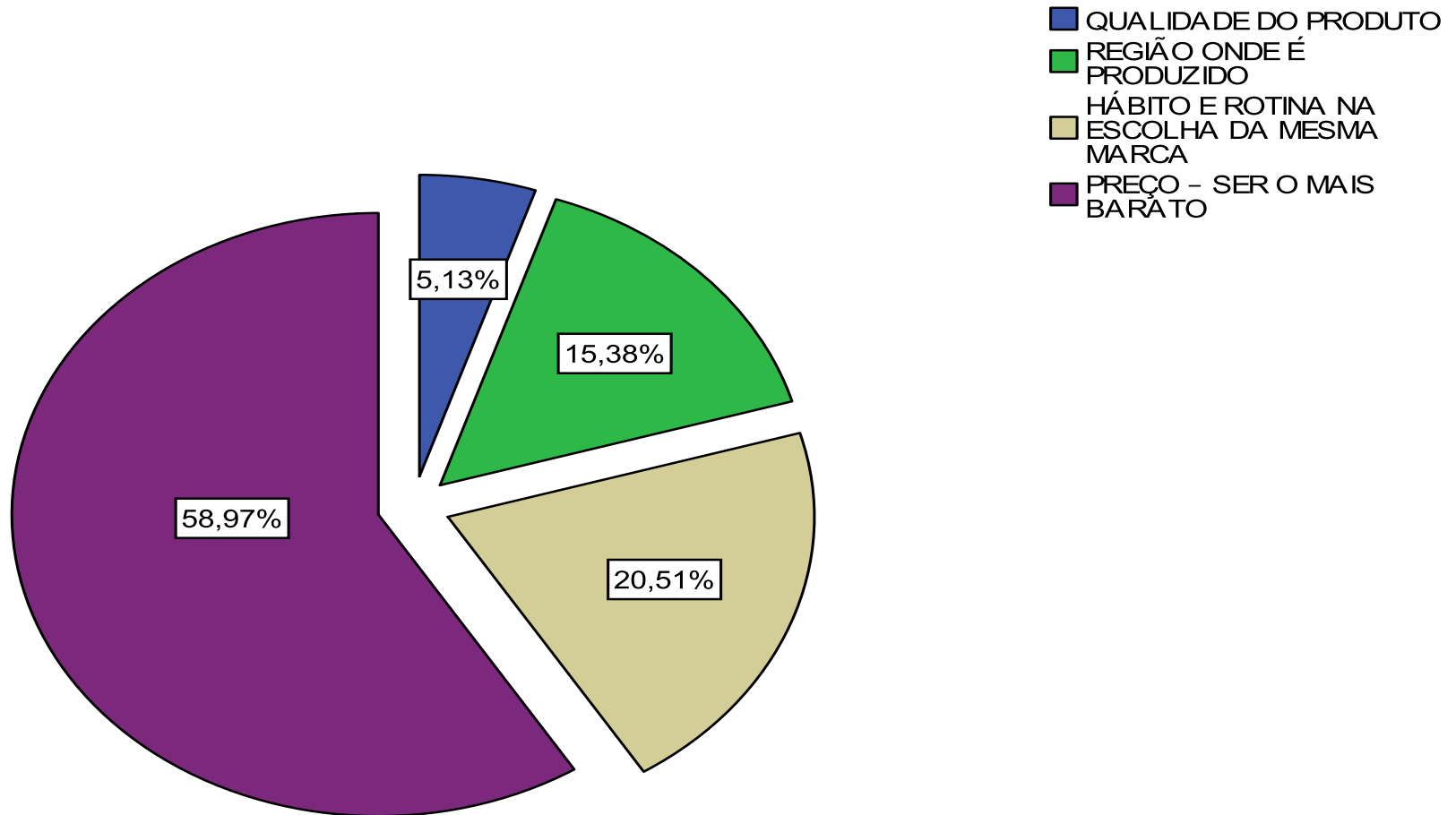
Índice de contagem da 1ª Resposta:

Neste Gráfico refere as primeiras respostas dadas pelos consumidores e as suas percentagens. Com estas respostas obtivemos uma visão sobre as várias opiniões dadas pelos clientes quanto a escolha do vinho de mesa para consumo.

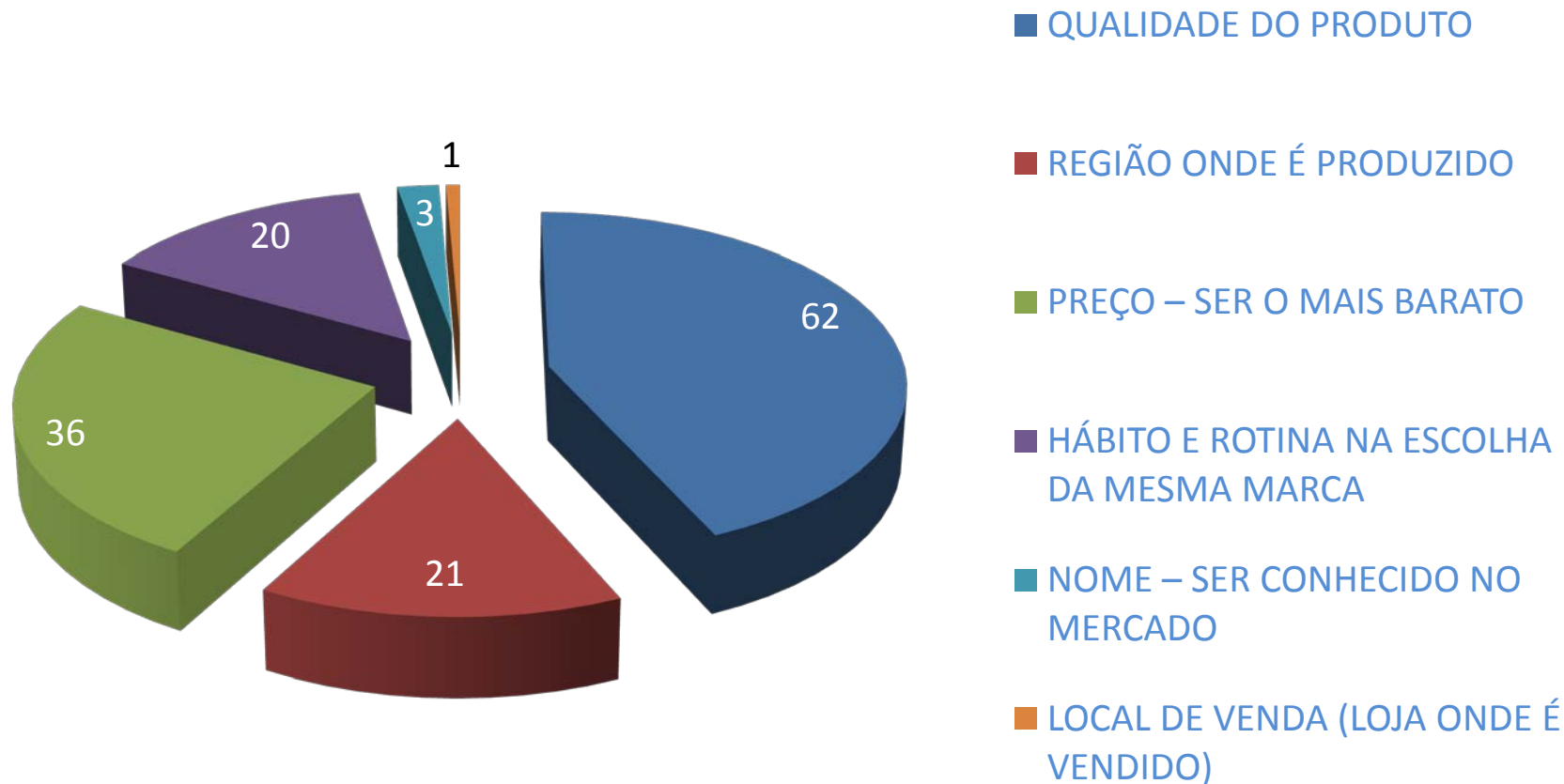
Qual é para si o factor mais importante, na escolha da marca de um Vinho de Mesa



Qual é para si o factor mais importante, na escolha da marca de um Vinho de Mesa



TOTAIS DE RESPOSTAS INCLUINDO A 1ª e 2ª CITAÇÃO



Visualizamos assim neste diagrama as respostas mais dadas e as que mais foram apuradas para valorizar o factor que lhes agradava mais quando adquiriam o vinho de mesa para consumo.

Conclusões

Verificamos que o factor mais referido e seleccionado pelos consumidores foi o factor **da qualidade do produto** com **(62 respostas)** de seguida temos **o preço – de ser o mais barato** com **(36 respostas)** dadas, segue se **a região onde é produzido** com **(21 respostas)** e temos também com **(20 respostas)** **o habito e rotina na escolha da mesma marca**. Neste estudo temos que ter em conta que alguns dos consumidores nos referiram duas soluções quando lhes era apresentado as variadas escolhas sobre a condição que lhes era mais latente quanto a causa que se guiavam para a compra do produto em questão. Sendo assim concluimos que a resposta mais dada e a qual os cliente contactados mais valorizam é o factor da (Qualidade do Produto), Podemos retirar assim deste estudo que a qualidade do produto é a causa mais escolhida e analisada pelos clientes para o seu consumo diário.

Sair

Ficha Técnica

Objectivo: Apurar qual o factor mais relevante, na escolha da marca de um vinho de mesa referido pelos consumidores.

Universo: Realização de 104 telefonemas a consumidores residentes em várias regiões como Braga, Porto, Coimbra, Lisboa e Faro. Foram chamadas realizadas entre o mês Junho e Julho de 2011.

Técnica: Entrevista telefónica e preenchimento dos questionários realizado pelas alunas da fundação da juventude em contexto de trabalho

Técnica de análise de informação: A informação foi efectuada com recurso a listas telefónicas das diversas zonas e técnicas de software e informação estatística.

Trabalho de campo: Sucedeu entre o mês de Junho e Julho de 2011.