

2ª edição da pesquisa "O uso do SMS Marketing nas empresas"

Realização



WBI BRASIL

Bem-vindo ao mundo digital

www.wbibrasil.com.br

Agosto de 2006

Introdução

O desenvolvimento da Internet tem produzido mudanças na forma de comunicação das empresas com o Mercado.

A comunicação empresarial têm se modificado em busca de agilidade e eficiência.

A **WBI Brasil**, em parceria com a **Focal Pesquisas**, **Comunika** e **A2C Internet**, realizou a 2ª edição da pesquisa "**SMS MARKETING**" com a intenção de oferecer ao mercado brasileiro informações de como as empresas estão trabalhando com esta ferramenta, quais as expectativas e ações planejadas bem como entender como o cliente (consumidor) percebe e reage a este tipo de ação.

Organização da pesquisa

Objetivo:

Identificar como as empresas utilizam o SMS marketing como ferramenta de comunicação junto ao seu público-alvo e a percepção do consumidor com relação a este tipo de ação.

Universo da Pesquisa:

Empresas brasileiras

Amostragem:

386 respostas

Coleta de dados:

Realizada em março e julho de 2006

2ª edição da pesquisa sobre SMS Marketing

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS

- Sua empresa utiliza o SMS (mensagens curtas no celular) para se comunicar com os clientes?

2ª edição / 2006

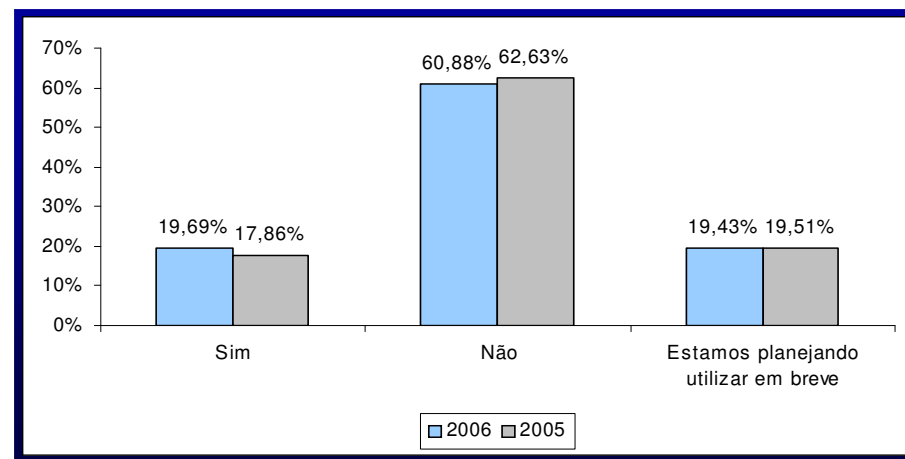
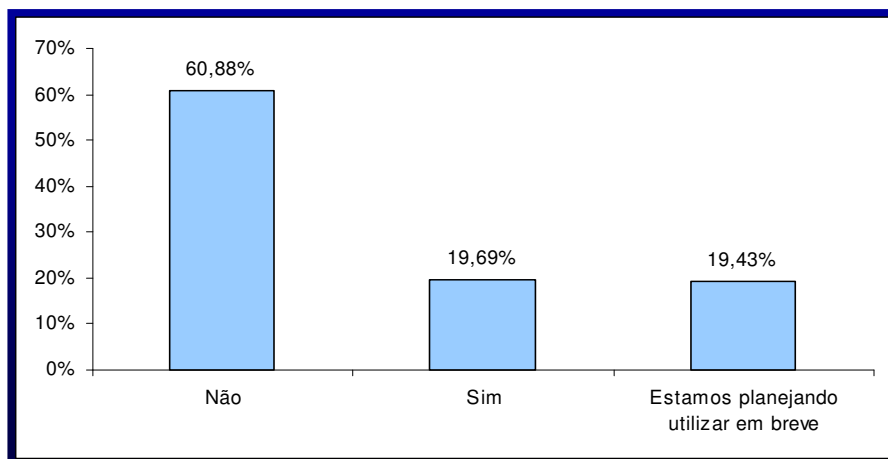
Utilização SMS	Cit.	%
Não	235	60,88%
Sim	76	19,69%
Estamos planejando utilizar em breve	75	19,43%
TOTAL	386	100,00%

Comparação 1ª e 2ª edição

Utilização SMS	2006	2005
Sim	19,69%	17,86%
Não	60,88%	62,63%
Estamos planejando utilizar em breve	19,43%	19,51%
TOTAL	100,00%	100,00%

6 Não-respostas

Observa-se que em relação à edição anterior, aumentou um pouco o percentual de empresas que utilizam SMS Marketing, de 17,86% em 2005 para 19,69% em 2006. O percentual de empresas que planejam utilizar em breve a ferramenta permaneceu praticamente a mesma, em torno de 19,47%.



Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Porque não utiliza

- Se ainda não utiliza, qual o principal motivo?

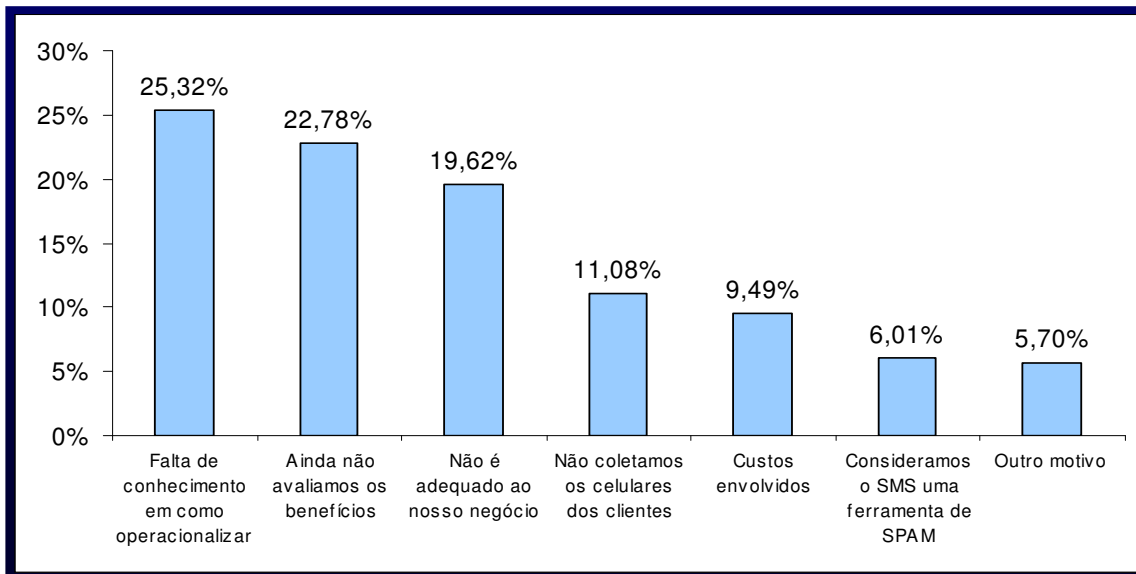
2ª edição / 2006

Não utiliza - qual motivo	Cit.	%
Falta de conhecimento em como operacionalizar	80	25,32%
Ainda não avaliamos os benefícios	72	22,78%
Não é adequado ao nosso negócio	62	19,62%
Não coletamos os celulares dos clientes	35	11,08%
Custos envolvidos	30	9,49%
Consideramos o SMS uma ferramenta de SPAM	19	6,01%
Outro motivo	18	5,70%
TOTAL	316	100,00%

Comparação 1ª e 2ª edição

Não teve essa pergunta na 1ª edição.

76 Não-respostas



Os três motivos mais citados para a empresa não utilizar o SMS Marketing é a falta de conhecimento em como operacionalizar, a não avaliação dos benefícios e porque não é adequado para seu negócio, que somam 67,72%.

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Porque não utiliza

Se ainda não utiliza, qual o principal motivo? Outro motivo

- falta de material explicativo de informações de como adquiri-lo, para que serve, quais benefícios para empresa e também para o cliente, quais as empresas que operam e quais os diretos (jurídico) que possa acarretar qualquer tipo de ação forense pelo envio sem autorização outro qualquer, além do mais nunca me enviaram nenhum tipo de proposta
- queremos levar solução ou informação, nunca incômodo.
- devido ao fato de sermos fornecedores ainda não usamos pois nenhum cliente necessitou ou optou por fazer este tipo de serviço
- está em fase de análise, para implantação
- acreditamos que o cliente não quer ser importunado em seu telefone pessoal por assuntos profissionais. O celular é utilizado apenas em caso de emergência. Ou seja, se ligamos no celular dele é por que alguma coisa importante deve ser resolvida. Não achamos interessante a banalização do uso do celular.
- não tenho celular. Pelo motivo de ainda não achar necessário o uso, principalmente no meu dia-dia. Trabalho com design gráfico e o e-mail e MSN, tem sido minhas principais ferramentas e são muito necessárias para meu trabalho.
- a empresa ainda está em fase de estruturação, não estando em plena atividade no mercado ainda.
- os clientes ainda não se acostumaram a ver o SMS como meio de comunicação, principalmente os mais velhos (idade) têm dificuldades operacionais quanto ao uso dos celulares. Os celulares também deveriam sair de fábrica com funções mais rápidas de uso do SMS, como textos modelo para agilizar o envio pelo usuário.
- nossa empresa não utiliza essa ferramenta em serviço.
- em desenvolvimento
- o departamento de marketing de nossa companhia vem se atualizando na forma de operar, mas não comunica seu planejamento a mim, o que torna impossível saber se esta questão está em pauta ou não no planejamento do departamento.

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Como sua empresa envia o SMS

- Se sim, como a sua empresa envia os SMS?

2ª edição / 2006

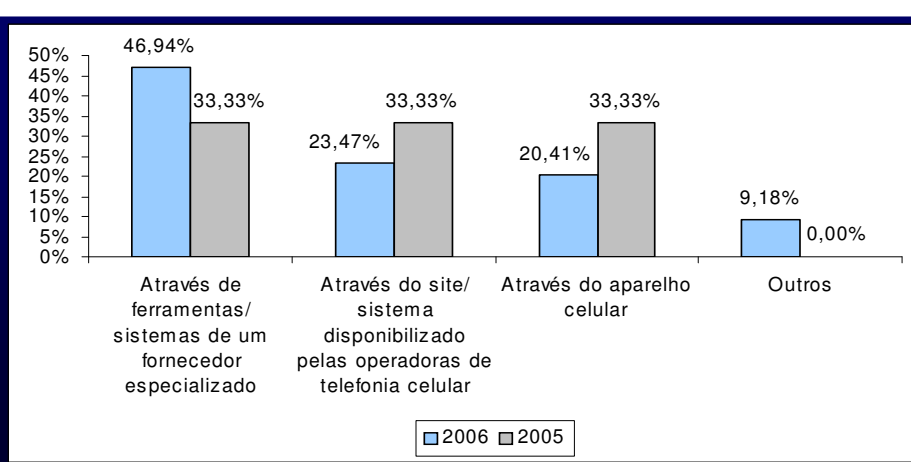
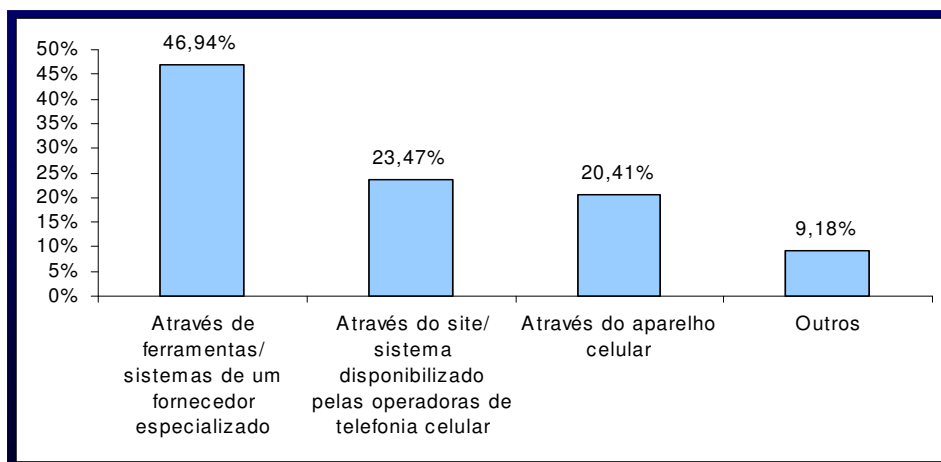
Como sua empresa envia os SMS	Cit.	%
Através de ferramentas/ sistemas de um fornecedor especializado	46	46,94%
Através do site/ sistema disponibilizado pelas operadoras de telefonia celular	23	23,47%
Através do aparelho celular	20	20,41%
Outros	9	9,18%
TOTAL	98	100,00%

294 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Como sua empresa envia os SMS	2006	2005
Através de ferramentas/ sistemas de um fornecedor especializado	46,94%	33,33%
Através do site/ sistema disponibilizado pelas operadoras de telefonia celular	23,47%	33,33%
Através do aparelho celular	20,41%	33,33%
Outros	9,18%	0,00%
TOTAL	100,00%	100,00%

Observa-se que aumentou 13,61% o percentual de empresas que enviam SMS através de ferramentas ou sistemas de um fornecedor especializado (de 33,33% em 2005 para 46,94% em 2006).



Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Principal motivo para utilizar o SMS

- Qual o principal motivo que levou a sua empresa a utilizar o SMS?

2ª edição / 2006

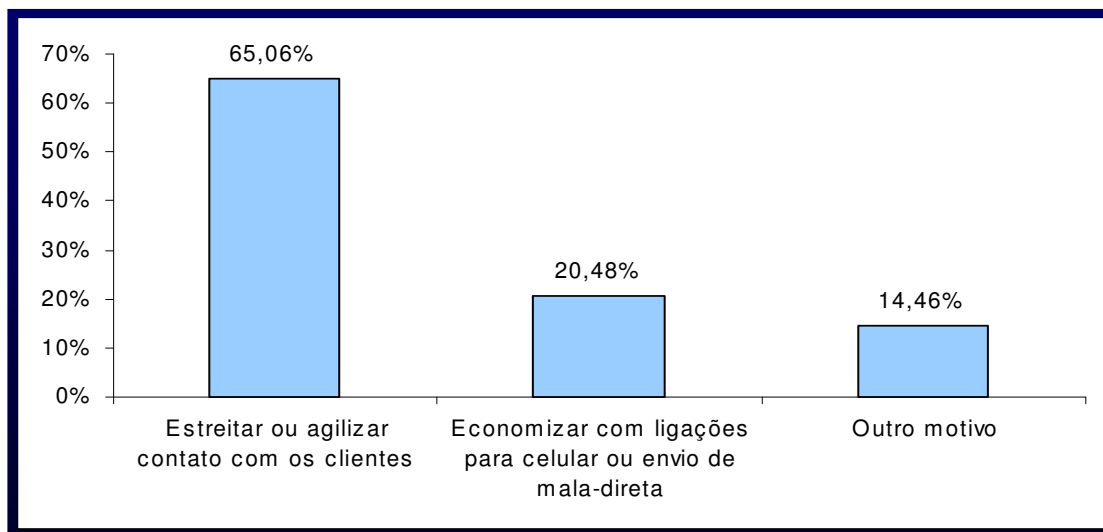
Principal motivo para utilizar SMS	Cit.	%
Estreitar ou agilizar contato com os clientes	54	65,06%
Economizar com ligações para celular ou envio de mala-direta	17	20,48%
Outro motivo	12	14,46%
TOTAL	83	100,00%

309 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Não teve essa pergunta na 1ª edição.

O principal motivo para a empresa utilizar o SMS Marketing é estreitar ou agilizar contato com os clientes, com 65,06%, seguido de economizar com ligações para celular ou envio de mala-direta.



Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Principal motivo para utilizar o SMS

- Qual o principal motivo que levou a sua empresa a utilizar o SMS?

- Outro motivo

- principalmente ganhar agilidade, e evitar que os clientes tenham que atender o celular em hora inconveniente desnecessariamente
- reduzir acessos à Internet
- modernidade, adequação ao cenário de comunicação atual
- vender informações (notícias)
- agilidade e não-invasão
- utilizamos entre os funcionários, o que tem sido um facilitador pois são informações objetivas, principalmente quando se trata de números, e ainda representando uma economia
- disparo de conteúdos de acordo com a necessidade do assinante
- levar conteúdo específico para os clientes
- não sei

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Avaliação dos resultados

- Como você avalia os resultados?

2ª edição / 2006

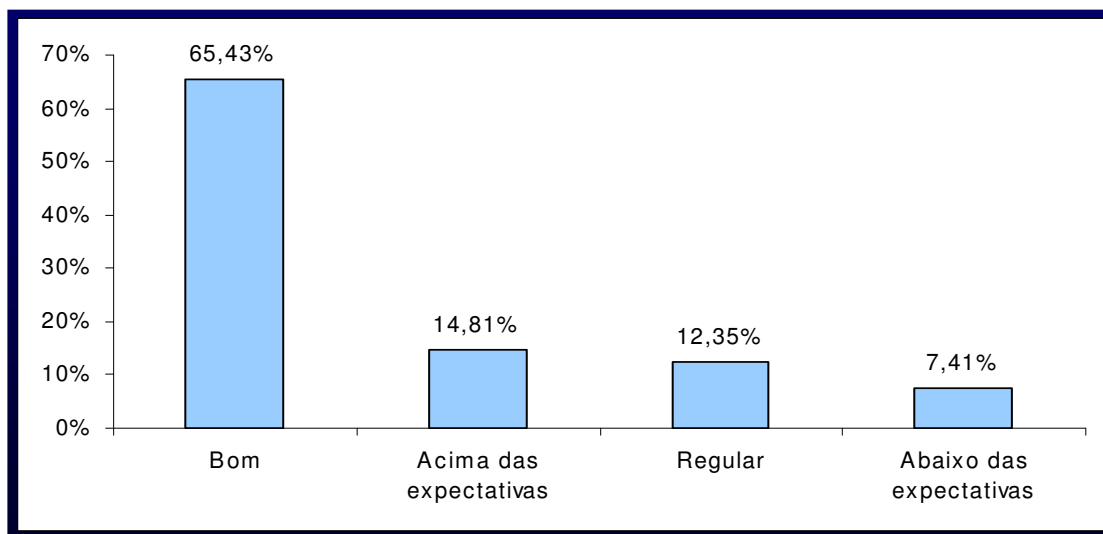
Avaliação dos resultados	Cit.	%
Bom	53	65,43%
Acima das expectativas	12	14,81%
Regular	10	12,35%
Abaixo das expectativas	6	7,41%
TOTAL	81	100,00%

Comparação 1ª e 2ª edição

Não teve essa pergunta na 1ª edição.

311 Não-respostas

A avaliação dos resultados de envio de SMS Marketing é positivo, pois 65,73% avaliaram como Bom e 14,81% consideraram o resultado acima das expectativas.



Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Informativos a respeito de Ordens de Serviços, dúvidas simples
- Ações de relacionamento
- Ações promocionais, divulgação, contato, fidelização.
- Alertas e informações
- Avisando o dia de início das aulas do curso de pós
- Avisar sobre os cursos da nossa empresa.
- Aviso de reuniões
- Avisos a clientes, comercialização de seguros, comercialização de cursos e seminários
- Avisos de emergência
- Avisos e respostas de contatos feitos por telefone.
- Avisos, agendamentos, recados ...
- Campanhas
- Campanhas de Incentivo
- Cobrança

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Comunicação e apresentação de produtos.
- Comunicação eficaz, limpa, barata e que o cliente/colaborador tenha clareza das informações obtidas
- Comunicação institucional / promocional
- Comunicação rápida com os clientes, agendamento/confirmação de aulas
- Conclusão de serviços, avisos promocionais
- Confirmações de reuniões, avisos, recados, parabenizações, etc...
- Contato com clientes e fornecedores (2)
- Contato com fornecedores
- Contato com os clientes do nosso programa de fidelidade
- Convite para participação em promoções
- CRM (2)
- Diariamente, para informativos e promoções.
- Divulgação de conteúdo dinâmico e promoções
- Divulgação de eventos para clientes

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Divulgação de resultado do vestibular. Aprovados, reprovados, lista de espera e instruções de como proceder em cada uma das situações.
- Divulgação de serviços.
- Divulgar alguma campanha promocional
- Em ações promocionais, do tipo eventos para divulgação e lembrança do mesmo em data/horário próximos de sua realização.
- Envio de extrato de conta corrente e fundos de investimentos.
- Envio de notícias para usuários cadastrados
- Envio de Saldo (Conta Corrente/ Investimentos/ Poupança)
- Estímulo ao uso de nossos serviços e conteúdo para celular
- Eventos e relacionamento com clientes
- Help Desk, Lembretes
- Informações financeiras aos clientes
- Informações para clientes e marketing
- Lançamentos de produtos

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Lembrete de um evento (2)
- Marcação e confirmações de reuniões estratégicas.
- Mensagem de Aniversário, Comunicados urgentes, Aviso de lançamentos. Aviso de entrega de mercadoria.
- Mensagens curtas como teasers para campanhas.
- O serviço é de conteúdo de notícias - produzidas pela redação do jornal O DIA Online. Todos os dias são disparados sms com frequência média de 2 mensagens por canal.
- Para aquisição de novos clientes e para cobrança
- Para assinaturas de canais de conteúdo, onde o cliente recebe apenas o que ele gosta e não precisa comprar todo o jornal para obter as principais notícias sobre a editoria desejada.
- Para comunicados especiais ou para alerta sobre atraso de pagamento.
- Para divulgação de cursos e palestras
- Para divulgar novas ações, metas, diretrizes, etc...
- Para empregados, de forma urgente
- Para enviar mensagens rápidas e importantes, principalmente quando estes contatos urgentes não se viabilizam via celular normal

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Para envio de valores gastos com a empresa e que devem ser pagos pela empresa.
- Para informar a nossa área de tecnologia algum problema do escopo deles. Ex: rede caiu, problemas na nossa plataforma de conteúdo, etc.
- Pedidos; Suporte; Agendamento de reuniões e visitas.
- Produtos da empresa.
- Promoções
- Publicidade (2)
- Quando estamos em viagens, obtendo dados, dando feed backs, horários de vôos, etc..
- Quando precisa ampliar o alcance de uma informação
- Quando realizada chamada em um celular e o mesmo encontra-se desligado ou não pode ser atendido
- Sempre que autorizado pelos clientes.
- Sempre que o cliente autorizar
- Só com o staff, pouco com clientes.
- Somente para funcionários em serviço externo
- Somos fornecedores de soluções para o mercado de marketing móvel

Relatório de pesquisa

Utilização do SMS – Aplicações ou situações de uso

- Em que aplicações/situações a sua empresa utiliza o SMS?

- Status das atualizações dos sistemas.
- Venda de informações (notícias). Comunicados e avisos para os assinantes dos nossos produtos.

Relatório de pesquisa

Quantidade de clientes com telefone celular

- Da base total de clientes de sua empresa, quanto você estima que possui telefone celular?

2ª edição / 2006

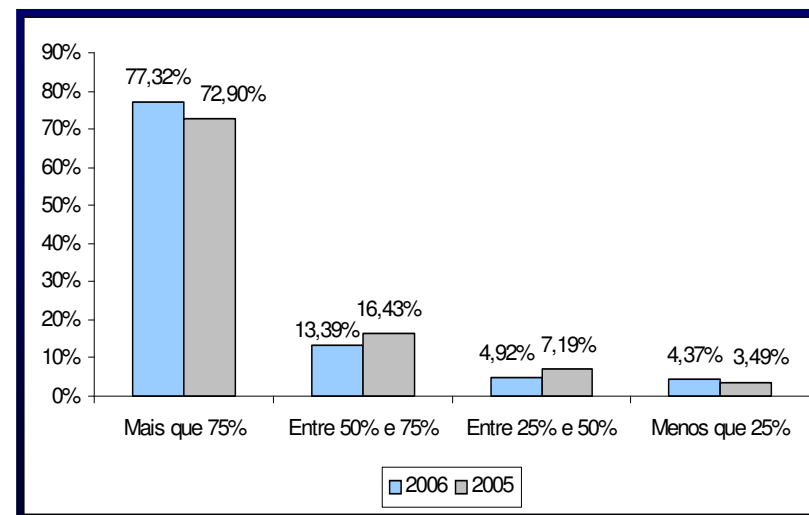
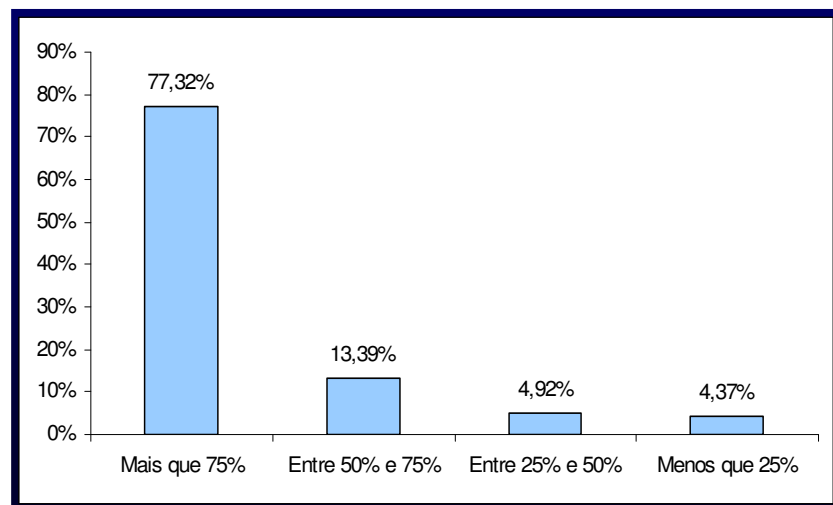
Cientes com telefone celular	Cit.	%
Mais que 75%	283	77,32%
Entre 50% e 75%	49	13,39%
Entre 25% e 50%	18	4,92%
Menos que 25%	16	4,37%
TOTAL	366	100,00%

Comparação 1ª e 2ª edição

Cientes com telefone celular	2006	2005
Mais que 75%	77,32%	72,90%
Entre 50% e 75%	13,39%	16,43%
Entre 25% e 50%	4,92%	7,19%
Menos que 25%	4,37%	3,49%
TOTAL	100,00%	100,00%

26 Não-respostas

Entre a 1ª e a 2ª edição da pesquisa aumentou o percentual da estimativa de clientes que possuem telefone celular, de 72,90% em 2005 para 77,32% em 2006.



Relatório de pesquisa

Empresa coleta número do telefone do celular dos clientes

- Sua empresa coleta o número do telefone celular dos clientes?

2ª edição / 2006

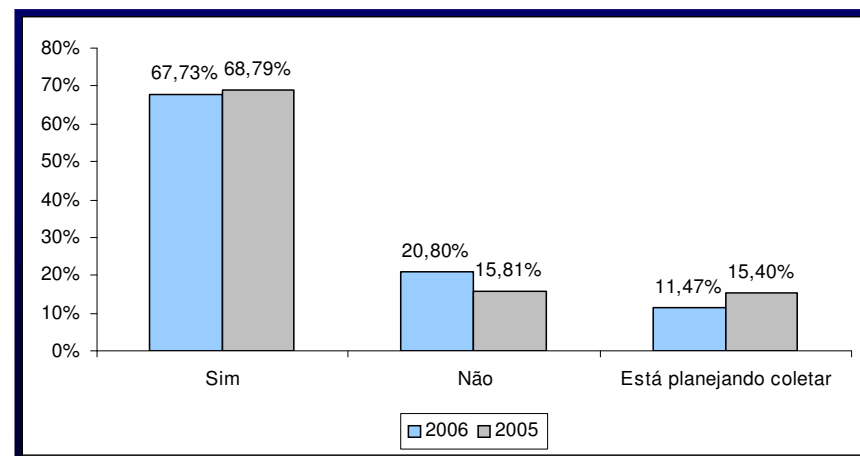
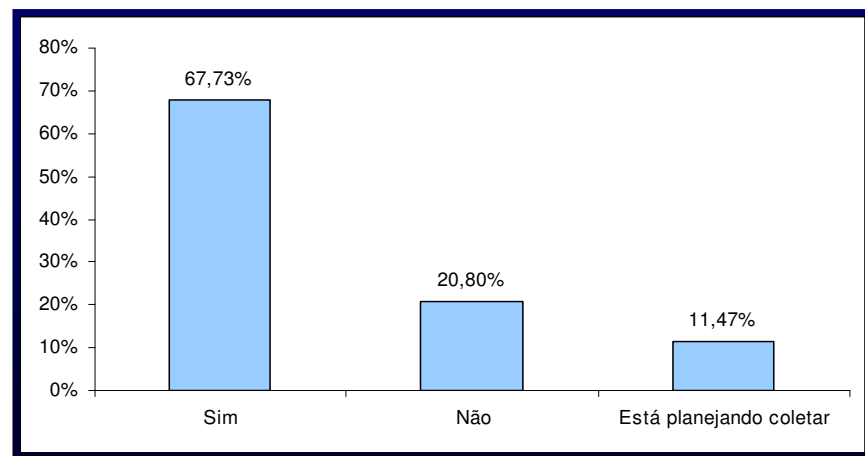
Empresa coleta número do celular dos clientes	Cit.	%
Sim	254	67,73%
Não	78	20,80%
Está planejando coletar	43	11,47%
TOTAL	375	100,00%

17 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Empresa coleta número do celular dos clientes	2006	2005
Sim	67,73%	68,79%
Não	20,80%	15,81%
Está planejando coletar	11,47%	15,40%
TOTAL	100,00%	100,00%

Comparando os resultados das duas edições da pesquisa observa-se que aumentou o percentual de empresas que não coletam o número do telefone celular dos clientes (de 15,81% em 2005 para 20,80% em 2006) e também diminuiu o percentual de empresas que planejam coletar o número dos celulares (de 15,40% em 2005 para 11,47% em 2006).



Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- 96 % dos SMS são lidos instantaneamente
- A agilidade da informação, a privacidade
- A forma rápida da mensagem chegar ao cliente
- A informação chegará ao destinatário sem intermediários.
- A informação vai direto para quem quero atingir, onde ele estiver
- A maior vantagem dentre todas para a nossa empresa é que podemos enviar uma mensagem específica para a pessoa que precisa recebê-la.
- A maior vantagem é que o celular está na mão de todos, então a informação chega com muito mais rapidez ao cliente.
- A mensuração dos resultados e a velocidade em que a ação pode ser realizada.
- A mesma do e-mail, você consegue passar a mensagem que necessita sem interromper o cliente. Como ponto desfavorável você fica sem um retorno imediato
- A proximidade, a certeza do contato efetivado (todos que recebem SMS lêem as mensagens).
- A rapidez na qual o cliente receberá a informação e um (estimável) maior índice de leitura que este serviço oferece.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- A surpresa
- A vantagem de se trabalhar diretamente com o público jovem, já que esse público é difícil de ser atingido.
- A velocidade e a principal vantagem, ademais os clientes sempre estão recebendo novidades sem poder bloquear como spams e outros.
- Abrangência e velocidade .
- Acertar o alvo
- Acesso direto e instantâneo com o cliente
- Acredito que o uso do sms melhoraria ainda mais a comunicação com nossos associados.
- Acredito que seria como um pager, ou até uma newsletter curtinha.
- Acredito que um mecanismo que pode ser bem utilizado por sua dinâmica e boa imagem que traz para as empresas que o utilizam para interação com seus clientes fornecedores e funcionários.
- Agilidade (4)
- Agilidade , custo e certeza do recebimento (leitura)
- Agilidade com os públicos- alvo

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Agilidade e acesso em tempo real
- Agilidade e custo frente ao material impresso.
- Agilidade e economia
- Agilidade e eficácia na leitura
- Agilidade e eficiência no envio.
- Agilidade e menor custo.
- Agilidade e mobilidade
- Agilidade e objetividade na sustentação da campanha e comunicação motivacional
- Agilidade e praticidade
- Agilidade e Redução de Custos
- Agilidade na comunicação, economia nos custos de telefone e comodidade para o cliente (sem urgência).
- Agilidade para transmitir informação aonde o cliente estiver.
- Agilidade, eficácia, tempo
- Agilidade, o receptor vê a mensagem mais rápido, direta...

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Agilidade, objetividade e menos custos de comunicação
- Agilidade, rapidez e, principalmente, a não invasão através de ligações que nunca se sabe se o cliente quer ou está em condições de responder naquele momento.
- Ainda é pela pouca quantidade de informações enviadas através deste sistema e pelo imediatismo da recepção da informação. Não sei se aumentando o volume de informações recebidas não gerará uma reação negativa do receptor, deletando antes de completar a leitura.
- Alternativa e objetividade.
- Alvo certo de leitura.
- Ampliação do relacionamento através de uma mídia moderna e de alto alcance.
- Amplitude cobertura.
- As pessoas se sentem lembradas, especiais porque recebe uma mensagem sobre promoção, concursos, enquetes e isso me parece criar um vínculo com seu consumidor
- Associar a marca da empresa a uma tendência tecnológica de ponta
- Atingir de fato o cliente, garantia de leitura da mensagem.
- Atingir nichos específicos e agregar serviço.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Atingir o cliente no momento que ele pode estar no PDV ou em frente ao computador.
- Atualmente SMS é a ferramenta que está mais próxima do usuário.
- Aumentar o grau de informação ao usuário
- Aumentar o share of mind
- Aumento nas respostas pois comunicação via SMS pode ser vista como um diálogo com o cliente. O celular é um objeto de uso pessoal e está sempre sob a atenção do usuário por isso as respostas são mais rápidas e quando bem planejadas possibilitam grande retorno, ainda mais quando combinadas com outros tipos de mídias. Outro fator importante é que o custo com criação, imagens entre outros diminui bastante por se tratar apenas de texto.
- Aviso em relação à futuras palestras/simpósios sobre um novo software que está finalizado e sendo comercializado.
- Baixo custo
- Baixo custo, alto índice de leitura.
- Baixo custo, recebimento imediato
- Baixo custo, taxa alta de retorno, comunicação rápida

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Como a empresa oferece cursos de Especialização, Pós-graduação e MBA, o SMS Mkt poderia ser utilizado para enviar informações sobre as aulas, eventos, seminários e provas. Além de outras aplicações.
- Como lidamos empresa x empresa, acredito que o celular comunica de forma mais pessoal
- Comunicação direta com o cliente em tempo real.
- Comunicação direta com o cliente sem ter que interromper o mesmo em nenhum momento.
- Comunicação direta com o cliente sem ter que interromper o mesmo em nenhum momento.
- Comunicação eficiente e barata.
- Comunicação imediata, deixa o cliente ciente do assunto, porém o aprofundamento maior se dá em Conjunto com outra ação onde o cliente possa ter uma explicação mais detalhada do que foi "instigado" pelo SMS.
- Comunicação imediata, maior proximidade.
- Comunicação instantânea. Inovação.
- Comunicação instantânea. Temos certeza que o cliente irá ler. Com mala direta, mesmo que online isso é pouco mais complicado.
- Comunicação mais personalizada, dirigida àquele cliente.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Comunicação objetiva e direta.
- Comunicação rápida e a certeza do recebimento pelo cliente
- Comunicação rápida e eficaz. Custo baixo
- Comunicação rápida e eficiente
- Comunicar com o mercado a fim de sedimentar imagem institucional.
- Conseguir passar a informação necessária a qualquer hora, de qualquer lugar, sem precisar que o cliente esteja disponível naquele momento.
- Contato direto com titular responsável.
- Contato direto e personalizado
- Contato mais direto com o cliente, maior agilidade no processo de envio-recebimento, atendimento mais personalizado aos clientes, entre outros...
- Custo (4)
- Custo / agilidade / imagem (desde que utilizado para prestação de serviço) / eficiência em serviços
- Custo / benefício
- Custo e a possibilidade de fazer um marketing direto.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Custo e acesso direto ao cliente
- Custo menor e relacionamento
- Custo, agilidade, modernidade
- Custo, inovação
- Custo, resposta imediata, fidelização, receptividade
- Custos envolvidos
- Diminuir o tempo do nosso cliente fora de nosso site
- Dinamismo, interatividade e custos
- Direcionar melhor as campanhas de mkt da empresa
- Diversificação
- Divulgação de conteúdo e marca
- Divulgar promoções de curta duração.
- É imediato e não é intrusivo.
- É rápido e com custo baixo

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

•É uma forma de comunicação imediata - hoje em dia ninguém sai mais de casa sem o celular - mas que não incomoda tanto o cliente, que não tem as suas atividades interrompidas por alguém "falando". Ao mesmo tempo, é uma forma breve e eficaz de mandar uma mensagem.

•Economia

•Economia de tempo e dinheiro

•Economia e agilidade (2)

•Economia e conquista mais clientes por um pequeno custo.

•Economia porque leva a informação direta ao cliente sem custos de ligações que muitas vezes ficamos passando de pessoa para pessoa até chegar no contato certo.

•Ele é obrigado a ler, pois dificilmente poderá simplesmente jogá-la fora.

•Ele pode ver em qualquer lugar, ou seja, não precisa estar em frente ao computador ou receber a correspondência. E se a informação não o for de interesse, ele apenas deleta e não fica incomodado.

•Em primeiro lugar a instantaneidade. Ninguém recebe um SMS e deixa pra ler amanhã, diferentemente do EMAIL ou de um correio de voz, que depende de se ter créditos para se poder acessar. E em segundo lugar o fato da mobilidade. Já que não é necessário estar em um computador e na Internet para se poder acessar. Basta estar perto de uma antena de celular para se ter acesso ao recebimento da mensagem!

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Este serviço não é adequado ao nosso target, pois somos uma multinacional que trabalha com soluções de refrigeração.
- Estreitar o relacionamento.
- Eu utilizo o SMS como ferramenta para ações de mkt
- Eu, pessoalmente, não gostaria de ser importunado por qualquer tipo de SMS que não fosse previamente autorizado. O celular "ainda" é visto como de uso privativo. O número só é fornecido por interesse pessoal do proprietário, não é divulgado em lista telefônicas e nem consultado via internet é o que "ainda" nos resta de privacidade. Comercialmente temos outros meios de comunicar promoções e lançamentos como exemplo para isso, temos vários e-mail's: os pessoais, os profissionais, os de relacionamentos de grupos e etc. que são divulgados de acordo com o interesse do proprietário do nº do celular. Não considero fundamental usar o SMS, como meio de divulgação comercial, no meu ponto de vista - posso vir a me surpreender ao receber o resultado desta pesquisa - os SMS indesejados são um incômodo e muitas vezes inoportunos.
- Eventualmente fazemos promoções relâmpago e o uso do SMS ajudaria bastante para agilizar e seria muito mais prático.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Facilidade de atingir um grande número de clientes ao mesmo tempo, com maior individualidade.
- Facilidade de localizar o cliente, baixo custo
- Facilidade de ver a mensagem na hora que chega
- Facilitar o acesso a notícia
- Falar com o cliente em qualquer lugar que ele esteja
- Ficar sempre ligado nas informações semanais ou quinzenais da empresa
- Fidelidade com o produto, no caso O DIA Mobile, e alavancar assinaturas para otimizar receita de uma forma mais atrativa e fora do convencional.
- Fixar a marca, oferecer um serviço rapidamente, fazer uma divulgação de produto ou serviços a um público específico
- Flexibilidade, rapidez e customização.
- Forma rápida de veicular informações, mantendo nossos cliente conectados com as oportunidades e inovações da empresa.
- Garantia de leitura da mensagem.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Hoje utilizamos a mídia impressa, de rádio e TV. Creio que um público maior é atingido dessa maneira.
- Imediatismo
- Imediatismo no envio e no retorno do cliente.
- Imediatismo, individualismo, retorno
- Informação é objetiva e direta sem necessidade de resposta.
- Informação simples e direta, mídia nova (chama a atenção, menos invasiva que outras)
- Informações e notícias móveis com maior eficiência e velocidade!
- Informações mais rápidas e de visibilidade imediata.
- Informar programação dos nossos cursos
- Informar promoções relâmpago, utilizar para mkt de relacionamento (aniversário, antes de evento, etc)
- informar sobre inovações
- Instantaneidade da leitura
- Instantaneidade, menor disputa pela atenção do cliente porque o SMS, ainda, é uma ferramenta de comunicação menos usada

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Instantaneidade, personalização, percepção de amizade
- Interação com os clientes que causa uma certa fidelidade na parte de ambos.
- Interesse em abrir o e-mail e visitar o site para serviço e conhecimento.
- Lembrar o cliente da necessidade de cumprir exigências legais
- Lembrar os pacientes das consultas marcadas e informar sobre campanhas e eventos realizadas pelo Hospital de Olhos Sadalla Amin Ghanem
- Maior atenção do cliente, praticamente todos vêem os SMS, diferente do e-mail que pode ir direto para a lixeira ou spam ...
- Mais rapidez na comunicação. E principalmente ter a certeza que a mensagem será recebida e lida.
- Mais uma forma de contato com o cliente.
- Manter a "lembrança" das atividades da empresa.
- Manter o nome da empresa sempre na "lembrança"...
- Menor custo e maior abrangência da base de clientes

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Menos invasivo que uma ligação celular fora de hora.
- Minha empresa usaria o SMS para chamar o público a acessarem o nosso site (temos um site de busca de imóveis), não para chamar novos clientes a anunciarem ao site. Acredito que é mais fácil (no momento) de se ler uma mensagem no celular do que um e-mail. Pelo motivo da crescente infestação por vírus.
- Mobilidade do acesso a qualquer hora e lugar.
- Mobilidade, agilidade e custo
- Mobilidade e proximidade com o cliente
- Mensagem super direta e pessoal
- Na verdade, o SMS é uma ferramenta complementar dentro do processo de comunicação da empresa.
- Não achamos vantajoso pelo tipo de negócio. Somente utilizamos o celular para comunicação direta entre as áreas comerciais da nossa empresa e do cliente (em forma de ligação). SMS é utilizado com a equipe de vendas (utilização interna).
- Não tenho noção de custo, por isso não sei dizer se esse seria um aspecto vantajoso. Penso que um aspecto bom é instantaneidade, o fácil acesso do usuário à mensagem e também o aspecto de que (como um email), a pessoa não é necessariamente interrompida, ela lê quando lhe for conveniente.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Não vejo vantagem, pelo contrário, penso ser mais um tipo de lixo inútil, que somente desgasta a imagem da empresa.
- Não vejo vantagens, uma vez que não existe essa cultura por parte dos clientes
- Não vemos vantagens nenhuma, uma vez que para nossos negócio B2B, é muito invasivo.
- No momento, não vejo vantagem. Mas o baixo custo certamente é um dado a favor.
- No nosso segmento ninguém está utilizando, excelente visibilidade
- Notificação de informações importantes e urgentes
- O baixo custo e a agilidade na informação
- O cliente recebe a mensagem a qualquer hora, em qualquer lugar que esteja, sem a necessidade de internet e não precisa ser interrompido, como seria com o uso de voz.
- O cliente recebe na hora.
- O cliente sempre lê...
- O custo menor e a praticidade.
- O e-mail ainda [e uma ferramenta poderosa e mais democrática. Quando mando um SMS para o celular de alguém a perda de tempo do mesmo poderá fazer-me percebê-lo quanto cliente.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- O imediatismo na hora de anunciar e a facilidade em se mensurar o retorno além de selecionar públicos
- O imediato acesso do cliente à mensagem, sem a possibilidade de exclusão antes da leitura
- O mercado de telefonia celular tem o crescimento maior que o virtual o que torna a aproximação mais estreita entre empresa e cliente.
- O SMS não é adequado para o nosso negócio. Também acreditamos que SMS é invasivo, um SPAM.
- O valor custo/benefício certamente seria outro.
- Objetividade, custos, elemento surpresa
- Oferecer mais um canal de comunicação, uma nova experiência para os clientes.
- Onipresença da informação
- Onipresença do meio de comunicação e custo baixo da ação.
- Para a empresa (Eletrobras) este não é um negócio que faça diferença no resultado das ações empresariais.
- Para fazer lembretes de reuniões, datas, etc.
- Para fornecer as datas e horas de audiências, o requerimento de documentos e quem sabe agendar reuniões.

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Para informar, promoções, campanhas!
- Para que rapidamente e sem incomodar ele se lembra da gente!
- Personalização e redução de custos.
- Personalização, velocidade e resposta
- Pode ser lido a qualquer hora, custo baixo
- Por ser meio eficiente de comunicação e instantâneo
- Portabilidade que a ferramenta oferece, no sentido de encontrar o cliente onde quer que ele esteja.
- Possibilidade de personalização
- Praticidade (4)
- Praticidade e precisão (a mensagem chega para quem deve realmente chegar)
- Preço e praticidade
- Presença constante na mente do cliente.
- Prestar um melhor serviço
- Rapidez, facilidade, disponibilidade

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Rapidez
- Rapidez com a mensagem
- Rapidez da informação.
- Rapidez de informações
- Rapidez e adequação
- Rapidez e alcance
- Rapidez e alto índice de leitura
- Rapidez e certeza do impacto
- Rapidez e custo baixo.
- Rapidez e objetividade
- Rapidez e praticidade
- Rapidez e segmentação
- Rapidez e segurança.
- Rapidez fundamentalmente

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Rapidez na comunicação e confirmação que foi feito o contato.
- Rapidez na entrega de um serviço requisitado pelo cliente.
- Rapidez no atendimento ao cliente.
- Rapidez no envio de informações
- Rapidez, agilidade, customização, acesso direto ao cliente
- Rapidez, custo da operação, facilidade na resposta do cliente
- Rapidez, eficácia, economia
- Rapidez, inovação e mostrar-se preocupado com sua satisfação.
- Rapidez, não ser tão intrusiva como telemarketing, compra por impulso
- Rapidez, pouco invasiva (pois o cliente abre a mensagem no momento que lhe desejar), específica e privativa.
- Rapidez, custo baixo, não interrupção do dia a dia do cliente
- Recados rápidos (cobrança, novos produtos)
- Redução de custo

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Redução de custos e agilidade na comunicação
- Redução de custos, contato rápido e bem direcionado, você não incomoda o cliente, maior acessibilidade a clientes (li que 95% dos brasileiros se utilizam de celulares) e no momento, um diferencial dos concorrentes.
- Redução de custos, maior proximidade com clientes, velocidade de informação.
- Reforço de campanha e divulgação de promoções.
- Registro da informação e contato imediato.
- Relação custo x benefício, inovação, objetividade, o cliente lê obrigatoriamente a mensagem
- Resposta imediata e baixo custo.
- Retenção e portabilidade da mensagem
- Retorno rápido devido a característica de personalidade dessa mídia.
- SMS não é adequado ao meu negócio.
- Ter maior efetividade de respostas
- Um e-mail diz tudo que somos, mas nem sempre é lido. O SMS pode ser lido diretamente na tela do celular, com aplicação mais prática

Relatório de pesquisa

Vantagens para a empresa em utilizar o SMS

- Comparando com outras formas de contato (voz, e-mail, mala-direta, etc.), na sua opinião, quais são/seriam as principais vantagens para a sua empresa de usar o SMS para se comunicar com os clientes?

- Uma melhor comunicação, certeza de recebimento e leitura.
- Utilização de mensagens curtas e informações mais rápidas de eventos.
- Utilização em casos específicos. Aniversário, datas importantes, algo que mexa com o pessoal não com o profissional da pessoa.
- Velocidade de contato e preservação da privacidade do cliente
- Velocidade e sutileza.
- Velocidade na comunicação, relacionamento com o Cliente
- Visibilidade, pois quando recebemos mensagens no telefone sentimos a necessidade de ler para saber do que se trata. Portanto, fica muito mais fácil mostrar meu produto para o cliente.

OBS: foram excluídas as respostas que não há vantagens, não avaliamos, não sei

Relatório de pesquisa

Recebimento de ofertas ou comunicados via SMS

- Você já recebeu ofertas ou comunicados de empresas via SMS?

2ª edição / 2006

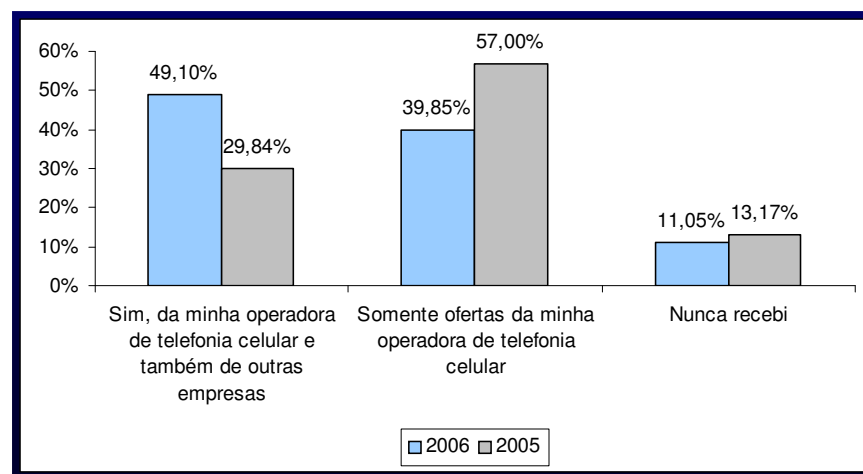
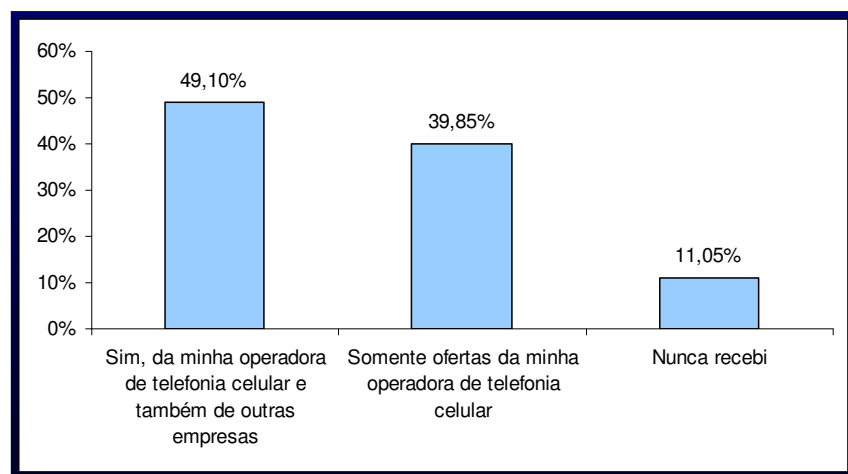
Recebimento de ofertas ou comunicados via SMS	Cit.	%
Sim, da minha operadora de telefonia celular e também de outras empresas	191	49,10%
Somente ofertas da minha operadora de telefonia celular	155	39,85%
Nunca recebi	43	11,05%
TOTAL	389	100,00%

3 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Recebimento de ofertas ou comunicados via SMS	2006	2005
Sim, da minha operadora de telefonia celular e também de outras empresas	49,10%	29,84%
Somente ofertas da minha operadora de telefonia celular	39,85%	57,00%
Nunca recebi	11,05%	13,17%
TOTAL	100,00%	100,00%

Em 2006 o percentual de pessoas que já receberam SMS da operadora de telefonia celular e de outras empresas foi de 49,10%, percentual maior que o da pesquisa anterior, de 29,84%. Isso mostra que empresas de outros ramos estão enviando SMS para seus clientes.



Relatório de pesquisa

Atitude após recebimento de SMS

- Se sim, você já assinou algum serviço, comprou algum produto, fez uma ligação, acessou algum site ou tomou alguma atitude após receber um SMS?

2ª edição / 2006

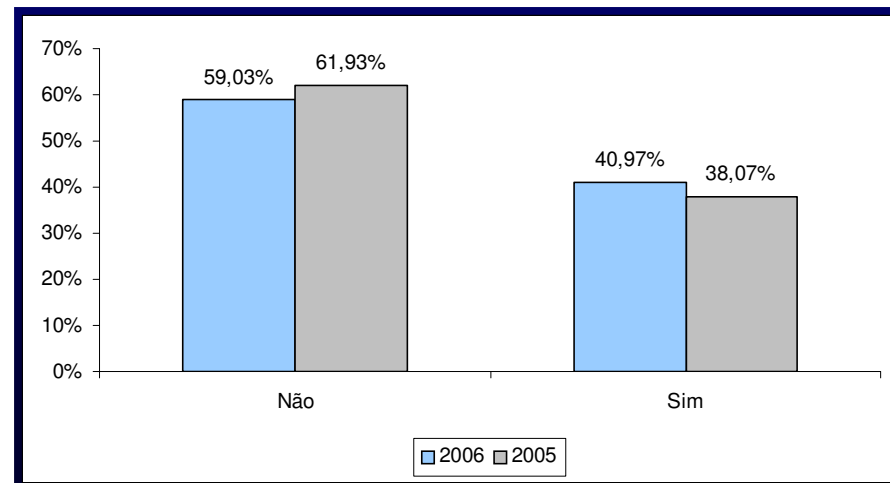
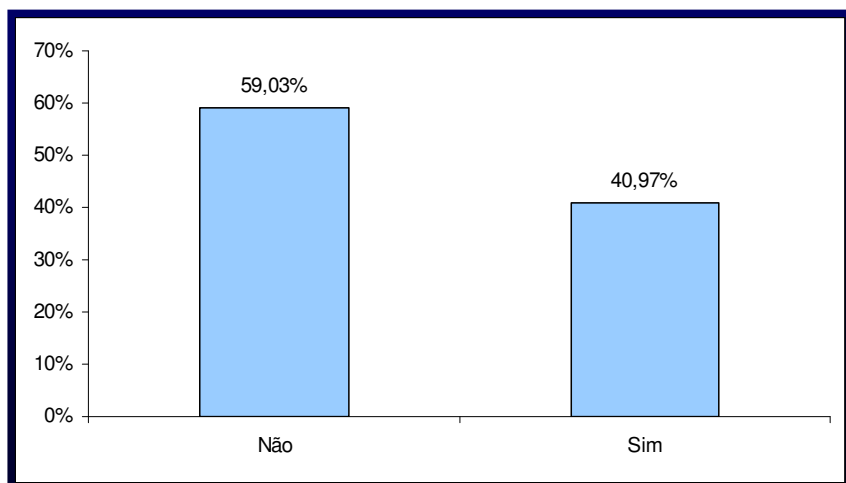
Tomou alguma atitude após receber um SMS	Cit.	%
Não	206	59,03%
Sim	143	40,97%
TOTAL	349	100,00%

3 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Tomou alguma atitude após receber um SMS	2006	2005
Não	59,03%	61,93%
Sim	40,97%	38,07%
TOTAL	100,00%	100,00%

Assim como aumentou o percentual de pessoas que receberam SMS da operadora de telefonia celular e de outras empresas, também aumentou o percentual de pessoas que tiveram alguma atitude após o recebimento do SMS, de 38,07% em 2005 para 40,97% em 2006.



Relatório de pesquisa

Importância dos meios de contato

-Cite os meios, por ordem de importância, que você prefere ser contatado pelas empresas?

Considerando que 1 é o meio mais importante e 4 o menos importante.

2ª edição / 2006

Importância dos Meios	Média
Mala-direta	2,81
Telemarketing	1,70
SMS	2,79
E-mail	3,55

Mala-direta: 13 Não- Respostas
Telemarketing: 15 Não-Respostas
SMS: 12 Não-Respostas
E-mail: 8 Não-Respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Não teve essa pergunta na 1ª edição.

A maioria dos entrevistados afirma que prefere ser contatado pelas empresas através de telemarketing, seguido de SMS, Mala-direta e E-mail.

Relatório de pesquisa

Recebimento de SMS sem autorização

- Se você recebesse um SMS de uma empresa sem a sua autorização, qual seria o seu comportamento?

2ª edição / 2006

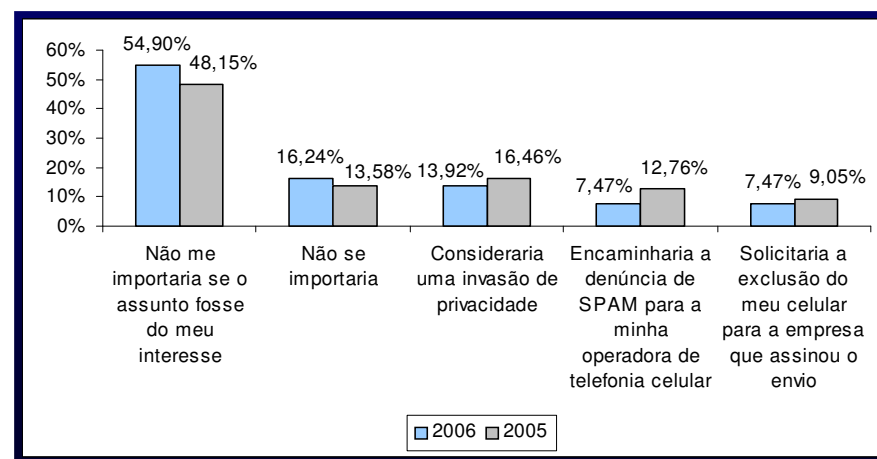
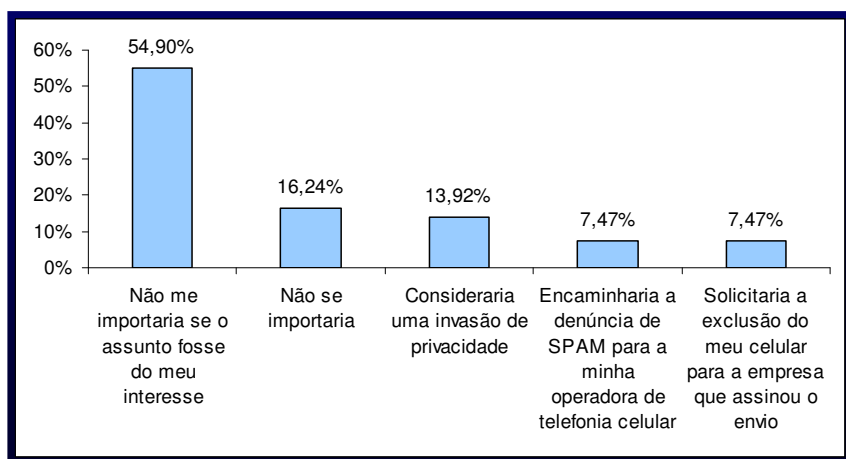
Recebimento de SMS sem autorização	Cit.	%
Não me importaria se o assunto fosse do meu interesse	213	54,90%
Não se importaria	63	16,24%
Consideraria uma invasão de privacidade	54	13,92%
Encaminharia a denúncia de SPAM para a minha operadora de telefonia celular	29	7,47%
Solicitaria a exclusão do meu celular para a empresa que assinou o envio	29	7,47%
TOTAL	388	100,00%

4 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Recebimento de SMS sem autorização	2006	2005
Não me importaria se o assunto fosse do meu interesse	54,90%	48,15%
Não se importaria	16,24%	13,58%
Consideraria uma invasão de privacidade	13,92%	16,46%
Encaminharia a denúncia de SPAM para a minha operadora de telefonia celular	7,47%	12,76%
Solicitaria a exclusão do meu celular para a empresa que assinou o envio	7,47%	9,05%
TOTAL	100,00%	100,00%

Entre uma edição da pesquisa e outra aumentou o percentual de aceitação de SMS, aqueles que não importam se o assunto for do interesse aumentou de 48,15% em 2005 para 54,90% em 2006 e aqueles que não se importam aumentou de 13,58% em 2005 para 16,24% em 2006.



Relatório de pesquisa

Recebimento de SMS

- Das informações abaixo, quais você autorizaria receber em seu celular?

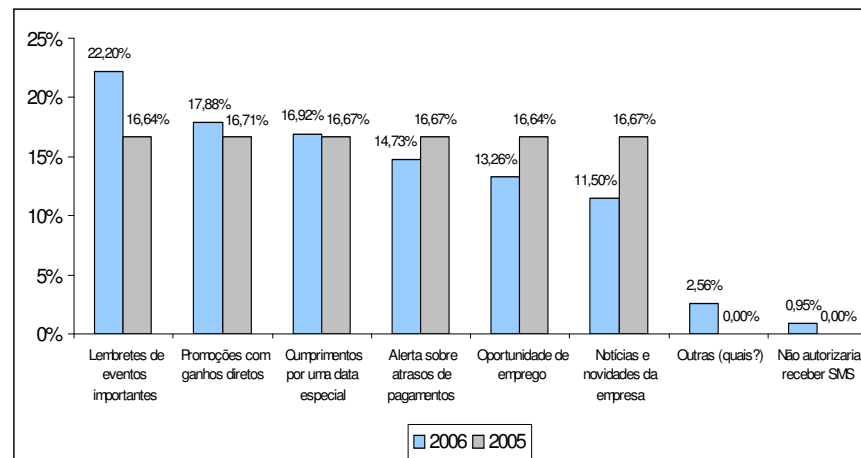
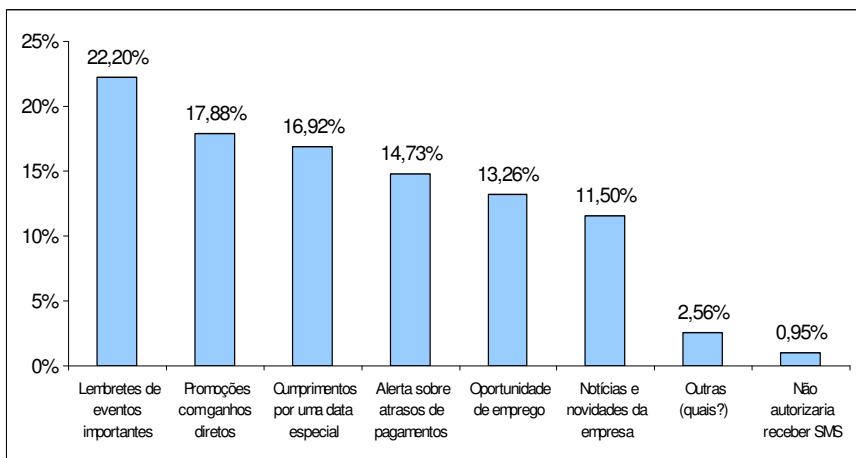
2ª edição / 2006

Tipo de informação	Cit.	%
Lembretes de eventos importantes	303	22,20%
Promoções com ganhos diretos	244	17,88%
Cumprimentos por uma data especial	231	16,92%
Alerta sobre atrasos de pagamentos	201	14,73%
Oportunidade de emprego	181	13,26%
Notícias e novidades da empresa	157	11,50%
Outras (quais?)	35	2,56%
Não autorizaria receber SMS	13	0,95%
Total	1365	100,00%

Comparação 1ª e 2ª edição

Tipo de informação	2006	2005
Lembretes de eventos importantes	22,20%	16,64%
Promoções com ganhos diretos	17,88%	16,71%
Cumprimentos por uma data especial	16,92%	16,67%
Alerta sobre atrasos de pagamentos	14,73%	16,67%
Oportunidade de emprego	13,26%	16,64%
Notícias e novidades da empresa	11,50%	16,67%
Outras (quais?)	2,56%	-
Não autorizaria receber SMS	0,95%	-
Total	100,00%	100,00%

Entre uma edição da pesquisa e outra aumentou o percentual de aceitação de SMS sobre lembretes de eventos importantes, promoções com ganhos diretos e cumprimentos por uma data especial. E o percentual diminuiu de aceitação de SMS com conteúdo sobre alerta de atrasos de pagamentos, oportunidade de empregos e notícias e novidades da empresa.



Relatório de pesquisa

Recebendo de SMS

- Das informações abaixo, quais você autorizaria receber em seu celular?

- Outras quais?

- Aviso de uso de cartão de crédito, aviso de débitos em contas, aviso de compras efetuados em empresas e lojas, confirmação de compras e cadastros, etc...
- Convites, lançamentos
- Datas de eventos pertinentes aos negócios. Notícias nacionais e internacionais de relevância.
- Informações sobre assuntos diretamente ligados a meu trabalho, tais como lançamento de novas tecnologias pertinente ao meu ramo de trabalho, notícias relacionadas ao trabalho, etc.
- Não me ocorre no momento, mas, em princípio, qualquer uma.
- Newsletter de eventos
- Notícias em geral
- Previsão de ondas, de swell ou relacionadas ao surf
- Resposta de contato enviado por minha empresa.
- Sorteios, resultados de testes

Relatório de pesquisa

Perfil das empresas participantes

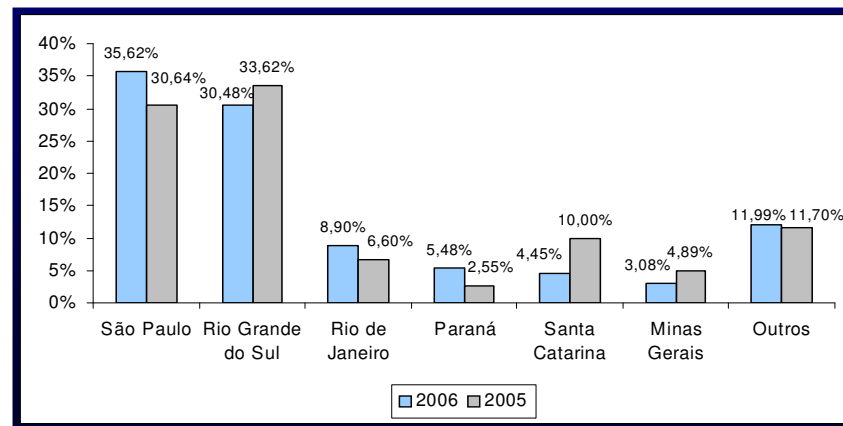
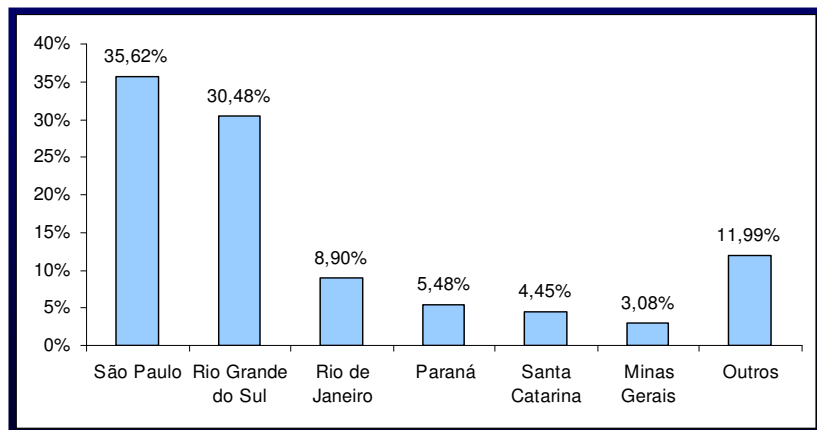
- Estado

2ª edição / 2006		
Estado	Cit.	%
São Paulo	104	35,62%
Rio Grande do Sul	89	30,48%
Rio de Janeiro	26	8,90%
Paraná	16	5,48%
Santa Catarina	13	4,45%
Minas Gerais	9	3,08%
Outros	35	11,99%
TOTAL	292	100,00%

100 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição		
Estado	2006	2005
São Paulo	35,62%	30,64%
Rio Grande do Sul	30,48%	33,62%
Rio de Janeiro	8,90%	6,60%
Paraná	5,48%	2,55%
Santa Catarina	4,45%	10,00%
Minas Gerais	3,08%	4,89%
Outros	11,99%	11,70%
TOTAL	100,00%	100,00%

Na 2ª edição da pesquisa aumentou o percentual de empresas participantes do Estado de São Paulo (de 30,64% em 2005 para 35,62% em 2006), Rio de Janeiro (de 6,60% em 2005 para 8,90% em 2006) e Paraná (de 2,55% em 2005 para 5,48% em 2006). Diminuiu o percentual de empresas gaúchas (de 33,62% em 2005 para 30,48% em 2006) e de Minas Gerais (de 4,89% em 2005 para 3,08% em 2006).



Relatório de pesquisa

Perfil das empresas participantes

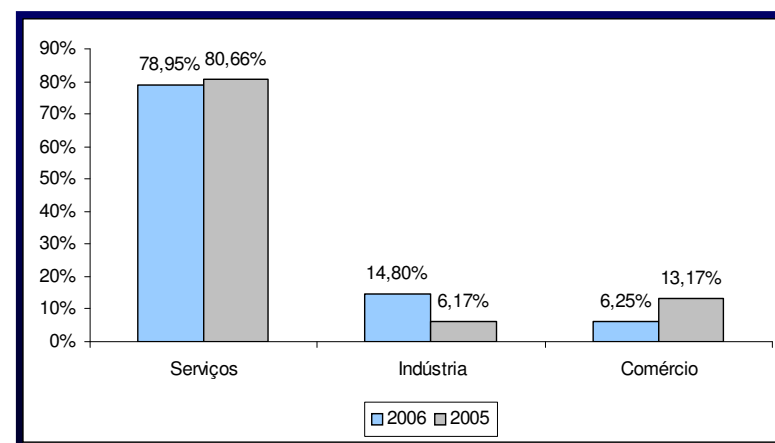
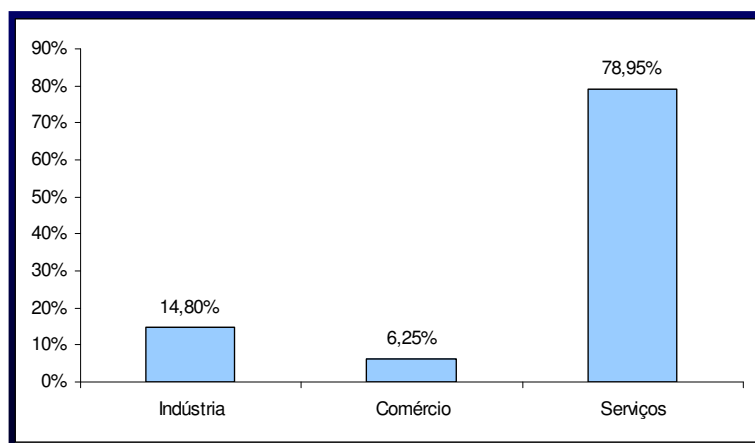
- Área de atuação da empresa

Área de atuação	Cit.	%
Serviços	240	78,95%
Indústria	45	14,80%
Comércio	19	6,25%
TOTAL	304	100,00%

Área de atuação	2006	2005
Serviços	78,95%	80,66%
Indústria	14,80%	6,17%
Comércio	6,25%	13,17%
TOTAL	100,00%	100,00%

88 Não-respostas

As empresas prestadoras de serviços são as mais que mais responderam a pesquisa sobre SMS Marketing nas duas edições, 80,66% em 2005 e 78,95% em 2006. Na edição de 2006 as indústrias tiveram 14,80% de participação, contra 6,17% em 2005 e em 2006, o comércio teve 6,25% de participação, contra 13,17% em 2005.



Relatório de pesquisa

Perfil das empresas participantes

- Quantidade de funcionários

2ª edição / 2006

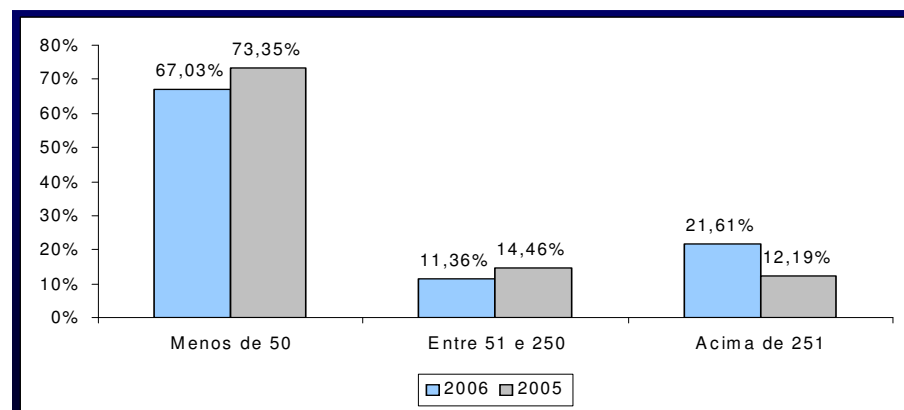
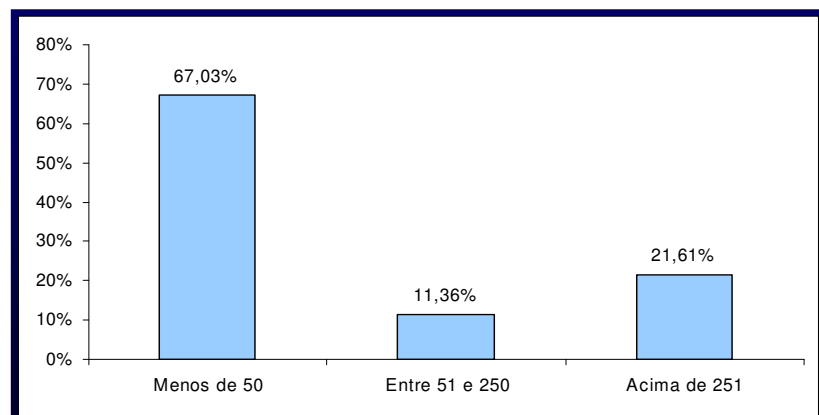
Qtd. Funcionários	Cit.	%
Menos de 50	183	67,03%
Entre 51 e 250	31	11,36%
Acima de 251	59	21,61%
TOTAL	273	100,00%

119 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição

Qtd. Funcionários	2006	2005
Menos de 50	67,03%	73,35%
Entre 51 e 250	11,36%	14,46%
Acima de 251	21,61%	12,19%
TOTAL	100,00%	100,00%

Comparando as duas edições da pesquisa, observa-se que em 2006 teve um maior percentual de empresas com mais de 250 funcionários, de 12,19% em 2005 para 21,61% em 2006. A maioria das empresas participantes da 2ª edição tem menos de 50 funcionários (67,03%).



Relatório de pesquisa

Perfil das empresas participantes

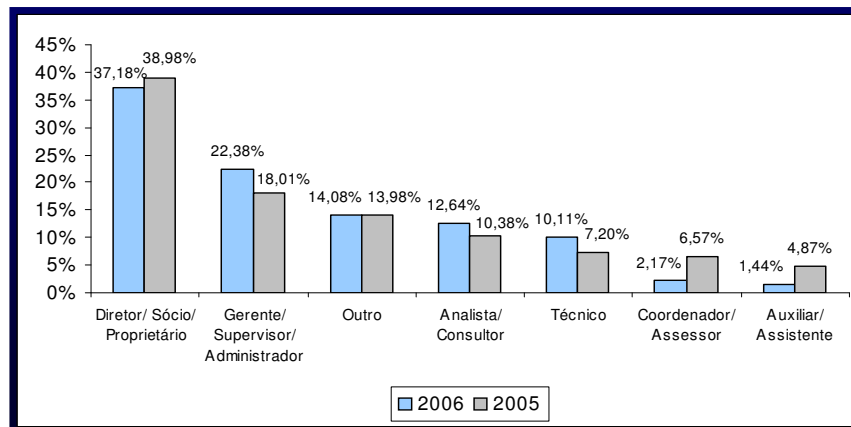
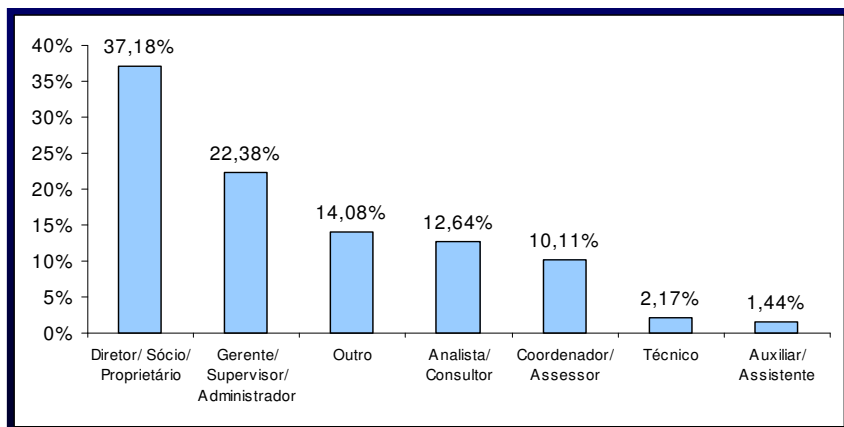
- Cargo do respondente

2ª edição / 2006		
Cargo	Cit.	%
Diretor/ Sócio/ Proprietário	103	37,18%
Gerente/ Supervisor/ Administrador	62	22,38%
Outro	39	14,08%
Analista/ Consultor	35	12,64%
Coordenador/ Assessor	28	10,11%
Técnico	6	2,17%
Auxiliar/ Assistente	4	1,44%
TOTAL	277	100,00%

115 Não-respostas

Comparação 1ª e 2ª edição		
Cargo	2006	2005
Diretor/ Sócio/ Proprietário	37,18%	38,98%
Gerente/ Supervisor/ Administrador	22,38%	18,01%
Outro	14,08%	13,98%
Analista/ Consultor	12,64%	10,38%
Técnico	10,11%	7,20%
Coordenador/ Assessor	2,17%	6,57%
Auxiliar/ Assistente	1,44%	4,87%
TOTAL	100,00%	100,00%

Entre uma edição da pesquisa e outra, aumentou o percentual de gerentes/supervisores/administradores, de 18,01% em 2005 para 22,38% em 2006, de analistas e consultores (10,38% em 2005 para 12,64% em 2006) e de técnicos (7,20% em 2005 e 10,11% em 2006). O percentual de diretores/sócios/prorietários diminuiu de 38,98% em 2005 para 37,18% em 2006).



REALIZAÇÃO



WBI BRASIL

Bem-vindo ao mundo digital

www.wbibrasil.com.br

CONTATOS:

Av. Érico Veríssimo, 960
90160-180 – Porto Alegre/RS
fone: (51) 3233-1771
www.wbibrasil.com.br
marketing@wbibrasil.com.br

O que fazemos

A **WBI Brasil** atua como agência de marketing online, prestando consultoria e desenvolvendo soluções integradas de comunicação, relacionamento digital e aplicações WEB para o segmento corporativo.

Visão

Ser a melhor empresa de marketing online do Brasil e reconhecida pelo seu expertise em Comunicação Digital.

Missão

Encontrar formas cada vez mais eficientes para ampliar os negócios, os lucros e o sucesso das empresas

+ INFORMAÇÕES:

Paulo Kendzerski
fone: (51) 3233-1771
paulo@wbibrasil.com.br

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Autorizamos a publicação da pesquisa desde seja citada a fonte (empresa e endereço do site), conforme abaixo:

empresa: **WBI Brasil**

site: **www.wbibrasil.com.br**

TABULAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

FOCAL Marketing Ltda

Av. Loureiro da Silva, 2001 / 702
90.050-240 – Porto Alegre/RS
Tel: (51) – 3023-5150
www.focal.com.br
focal@focal.com.br

O que fazemos

A FOCAL Pesquisas criada em 1997, focada em soluções mercadológicas, onde cientificamente associamos pesquisas de mercado a processos ou demais ferramentas da administração e gestão empresarial.

Dispomos das mais diversas soluções, englobadas em quatro grandes áreas de negócio: Área de Pesquisa, Área de Planejamento, Área de Assessoria Mercadológica e Área de Psicologia Organizacional.

Com isto buscamos unir pontos: a sua empresa com os resultados que você espera.

Filiada à:



Visão

Queremos ser a melhor empresa de pesquisa de mercado do Brasil, reconhecida pelos seus métodos científicos e pela sua capacidade de solução.

Missão

Criar um futuro melhor para cada cliente

Princípios

Trabalho em equipe
Inovação
Resultados aplicáveis
Sigilo
Ciência

PARCEIROS



CONTATOS:

Rua do Príncipe, 777 1º andar
89201-001 – Joinville/SC
fone: (47) 3025-1182
www.a2c.com.br
anderson@a2c.com.br



CONTATOS:

Av. Paulista, 726 17º andar
01310-910 – São Paulo/SP
fone: (51) 3024-2721
www.comunika.com.br
rodrigo@comunika.com.br