

## Estudos In Client

Os estudos in-Client são estudos Ad Hoc com características especiais, são oferecidos de forma modular. O cliente pode, assim, solicitar apenas o apoio técnico ou operacional que necessitar, de forma a completar fases da sua própria iniciativa:

- Definição operacional do problema
- Desk Research
- Desenho do questionário
- Definição do segmento (Universo) a estudar
- Processos de selecção de amostras
- Recolha de informação
- Controlo de qualidade do trabalho de campo
- Output de dados
- Análise de resultados

Para o cliente, este serviço pode traduzir-se numa economia de custos, maximização dos recursos disponíveis e/ou aceleração na obtenção da informação sistematizada.

## Estudos Qualitativos

A MGF utiliza uma equipa capacitada de moderadores internos e externos, que se envolvem na realização de estudos qualitativos Ad-hoc desde o briefing até a apresentação final dos resultados.

## Metodologia

Recorrendo às mais diversas técnicas de recolha de informação, independentemente da abordagem metodológica a utilizar, qualitativa ou quantitativa, oferecemos um leque de opções muito amplo:

- Entrevistas face to face
- Entrevistas telefónicas em CATI System
- Entrevistas online em CAWI System
- Entrevistas aprofundadas
- Focus Group
- Entrevistas de auto preenchimento

## Software

Os equipamentos informáticos de que dispomos, nos permitem seguir todo o processo de tratamento, controlo de qualidade e análise segmentada dos resultados. Utilizamos software desenvolvido por uma das empresas do grupo Marktest Portugal: o MARKTAB que permite uma exportação dos resultados em formatos : SPSS, Excel, Word e Access.

## Equipa

Um efectivo de 10 pessoas que trabalham em regime de fulltime  
25 Entrevistadores e supervisores permanentes;  
50 Entrevistadores ocasionais;  
Os nossos encarregados de estudos são Marketeers, Sociólogos e informáticos.  
Rede logística que permite a realização de entrevistas face-a-face e por telefone em todas as ilhas.

# MGF Outsourcing

Serviços de Apoio Empresarial

A MGF Outsourcing opera aos seguintes níveis:

- Assessoria na elaboração de estratégias de Marketing;
- Desenvolvimento de estratégia de comunicação;
- Criatividade e desenho de campanhas de publicidade;
- Planificação, compra e avaliação de planos de meios;
- Criatividade e desenho de campanhas de Marketing directo;
- Planos de Marketing interno;
- Auditoria Marketing.

Para ajudá-lo a enfrentar os desafios dos novos tempos

**MGF Research**  
Instituto de Pesquisas e Sondagens

**MGF Outsourcing**  
Serviços de Apoio Empresarial

Os nossos serviços caracterizam-se pela capacidade de proporcionar aos nossos clientes as melhores e as mais completas soluções, através de dois departamentos:

**MGF Research**

Departamento de Estudos e Pesquisa de Opinião

**MGF Outsourcing**

Departamento de Apoio Empresarial e Terceirização de Serviços



A MGF Research, realiza quer estudos qualitativos quer quantitativos. Estes estudos abrangem varias áreas, tais como, satisfação de clientes, qualidade de serviço, imagem interna e externa das empresas, segmentação, teste de produtos e de spots publicitários, avaliação de campanhas publicitárias, comportamento do consumidor, audiência média, actividade governativa e municipal, sondagens eleitorais, etc.

**Estudos Regulares**

**BARMÍDIA – Base Regular de Audiência de Meios**

Estuda a audiência de cada meio de comunicação em Cabo Verde (Televisão, Rádio e Jornal), o perfil do público receptor, o comportamento e as preferências por programa. Essa informação é muito importante para a eficácia das campanhas publicitárias, pois permite atingir plenamente os alvos a que se destinam.

**OMNIBUS Face-to-Face MGF**

Trata-se de uma Pesquisa Pessoal Multi-clientes, é um estudo trimestral sobre as atitudes e comportamentos dos consumidores nos principais centros urbanos do país.

**OMNIBUS Telefónico MGF**

É um Estudo Multi-Cliente, realizado trimestralmente, onde se pode incluir todo o tipo de perguntas que não necessitem de apoio visual. É realizado com extrema rapidez de recolha, grande flexibilidade de temas e tipo de questões e de rápida disponibilização da informação.

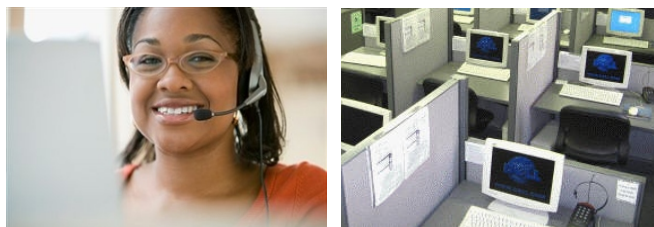
**OMNIBUS Consumer Satisfaction MGF**

É um estudo sobre usos e atitudes, hábitos e opiniões dos consumidores, quer se trate de um produto, marca, serviço, entidade ou personalidade pública.

A performance do produto ou da qualidade do serviço pavimentam a estrada da satisfação, e deste modo torna-se imperativo não só trabalhar a qualidade dos produtos e dos serviços como adequar estes mesmos produtos e serviços aos desejos do consumidor.

**Barómetro de Conjuntura MGF**

Estudo telefónico de análise evolutiva de indicadores de conjuntura sócio-política, tais como: Actuação de líderes políticos e Órgãos de Soberania; Índice de expectativa relativamente a qualidade de vida, a situação económica, e a estabilidade política; Intenção de voto.



**Estudos AD-HOC Consumer & Service**

Os Estudos Ad-Hoc são desenhados à medida das necessidades de cada cliente para responder a uma necessidade específica:

**Estudos quantitativos**

Realizamos os mais diversos estudos:

- Cliente Mistério
- Testes de produto, logotipo, embalagem
- Estudo Empresas com Certificação ISO
- Estudos de Diagnóstico
- Estudos Exploratórios
- Estudos de Imagem Corporativa
- Estudos de Notoriedade e Imagem
- Estudos de Satisfação
- Estudos de Fidelização
- Estudos de Segmentação
- Estudos Clima Organizacional
- Avaliação de sites
- Teste de publicidade

**Evaluación da publicidade**

Medição do grau de eficácia das campanhas de publicidade.

**Estudos de opinião da população local ou nacional**

Diagnosticar a natureza dos problemas ou prevenir o seu aparecimento, em relação a: Segurança; Urbanismo; Sistema educativo; Sistema de saúde e Emprego, Etc.

**Estudos de observação social**

Uso de anticoncepcionais, campanhas de hidratação oral, campanhas de reabilitação de dependentes de droga, causas de mudanças ambientais com implicações de ordem comportamental.

**Estudos dentro da empresa**

Satisfação dos trabalhadores; Percepção da Gestão; Aceitação de mudança; qualidade percebida do diálogo social; condições materiais de trabalho; implicação no trabalho.



**Decidir sem informação é como navegar em mar-alto sem bússola**