



Venha participar no futuro!



Agenda

- ➔ **Apresentação**
 - ➔ **História**
 - ➔ **Funcionamento**
 - ➔ **Produtos**
 - ➔ **Clientes**
 - ➔ **Riscos**
 - ➔ **Futuro**
 - ➔ **Contactos**
-

Apresentação

- ➔ **A ligação aos meios universitário e empresarial permitiu a descoberta de uma oportunidade de negócio na área dos estudos de mercado online.**

 - ➔ **A análise desta oportunidade identificou três claras necessidades nos estudos do mercado:**
 - 1. Mais rápidos**
 - 2. Mais qualidade (no target pretendido)**
 - 3. Custos menores**
-

Apresentação

- **Mais rápidos**
A recolha de informação através da Internet traz maior rapidez e eficácia ao importante instrumento de gestão que é o estudo de mercado.



Apresentação

➔ Mais qualidade

A resposta aos inquéritos online é mais conveniente para os participantes pelo facto de o inquirido ter privacidade e poder escolher o momento e o local em que responde. Esta circunstância reflecte-se na qualidade das respostas.



Apresentação

➔ Custos menores

Os estudos online permitem reduzir ou mesmo eliminar diversos custos:

- 1. Custos telefónicos**
 - 2. Custos com pessoal entrevistador**
 - 3. Custos de impressão**
 - 4. Custos de correio**
 - 5. Custos de inserção de dados**
-



História

- ➔ **Março 2000 - Identificação da oportunidade de negócio que a NETSONDA constitui.**

 - ➔ **Março/Julho - Análise do mercado e o desenvolvimento do software e dos produtos.**

 - ➔ **Julho - Início da constituição da base de utilizadores (actualmente com 15.000 pessoas).**

 - ➔ **Setembro - Implementação de uma rede de vendas:**
 - 1. Departamento comercial da NETSONDA.**
 - 2. Parcerias com outras empresas (Jazznet, Unimagem e Marketlink, eMarketeer).**
-



História

- ➔ **Janeiro 2002 - Realização de uma parceria com a empresa brasileira de estudos de opinião e mercado, Toledo & Associados.**
- ➔ **Agosto 2002 - Início do processo de internacionalização da NETSONDA com a abertura da PESQUISADIRETA no Brasil - www.pesquisadireta.com.br**





Funcionamento

- ➔ **A realização dos estudos é feita exclusivamente através da Internet.**

 - ➔ **Os estudos podem ser realizados de duas formas:**
 - 1. Através de uma amostra retirada do base de utilizadores registados na NETSONDA - actualmente, são cerca de 15.000 utilizadores registados e estes são remunerados pela resposta.**

 - 2. Através da consulta aos utilizadores do site que se pretende estudar ou de uma base de dados fornecida pelo cliente.**
-



Produtos

- ➔ **Estudos de Estratégia - *custom***
 - ➔ **Estudos Regulares**
 - ➔ **Estudos para o sector da Publicidade**
 - ➔ **Estudos in.Site (várias plataformas)**
 - ➔ **Paineis de Opinião**
-



Alguns clientes



Netsonda – Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado

Travessa do Jasmim10 – 1º 1200-230 Lisboa

21 342 93 18 | netsonda@netsonda.pt | www.netsonda.pt

Riscos

- ➔ **Reprodução do conceito**
 1. Software
 2. Produtos

 - ➔ **Intensidade publicitária concorrente**
-



Futuro

➔ **Graças à versatilidade do seu software feito à medida, a NETSONDA tem identificado novas oportunidades de negócios:**

- 1. Em áreas com grande componente tecnológica e com necessidades específicas de informação sobre os seus mercados-alvo.**
 - 2. Em outros mercados em cuja oportunidade existe – internacionalização.**
-

Futuro

➔ **Televisão Interactiva**

A Televisão Interactiva constitui um grande desafio.



iSonda – ferramenta criada pela NETSONDA que permite sondar na plataforma da televisão interactiva.

Futuro

➔ UMTS

As potencialidades da 3ª geração de telefones móveis, bem como a pluralidade de serviços e de conteúdos que serão disponibilizados, constituem um novo campo de actuação para a NETSONDA.



Futuro

- ➡ **Internacionalização**
A flexibilidade do software **NETSONDA**, a diversidade de serviços e o “know-how” adquirido, permitem adaptar, em parceria com prestigiadas empresas locais de estudos de mercado, este serviço a outros mercados.





Contactos

➔ **Site:**

www.netsonda.pt

➔ **Email:**

netsonda@netsonda.pt

➔ **Telephone:**

213 429 318

➔ **Fax:**

213 429 868
