



PESQUISA. TECNOLOGIA. PESSOAS.

Um novo olhar
para a sua marca.

● NOSSA ESSÊNCIA

Tecnologia e inovação em pesquisa digital.

Novas perspectivas.
Decisões mais inteligentes.



O QUE NOS MOVE

Entender pessoas. Revelar possibilidades.

Inteligência para a sua próxima decisão.

Trazemos as últimas inovações em **pesquisa digital** para apoiar nossos clientes no entendimento do comportamento dos consumidores e de suas reações às campanhas de comunicação.

Com tecnologias de **Brand Lift e Facial Coding**, oferecemos insights pré e pós-campanha, com relatórios detalhados e informações relevantes para a tomada de decisão.

01
PRÉ-CAMPANHA



02
PÓS-CAMPANHA

PARCEIROS BRANDFUL

Grandes marcas.

Novas perspectivas.

 Anunciantes

					
					
				 Personnalité	
					

PARCEIROS BRANDFUL

Conectados aos grandes players.

Medição para grandes players do nosso mercado

PESQUISA QUE AMPLIA O SEU OLHAR

Nossas soluções.

Tecnologia para entender.
Insights para decidir.



01

Brand Lift

- Digital
- Painel



02

Attention Score

- Light
- Standard
- Plus



03

Attention Lift



04

Brand Tracking



05

Quantics



06

EM BREVE

Quantics.

Seu desafio.
A pesquisa certa.

Pesquisas quantitativas ad hoc para entender pessoas, avaliar propostas e orientar decisões de negócio.

Encontre seu ponto de partida →

TODA PESQUISA COMEÇA COM UMA BOA PERGUNTA



O que faz alguém escolher a sua marca?

Hábitos

Motivações

Experiência

01

Seu objetivo



02

Sua pesquisa



03

Sua decisão

Sete pontos de partida. Qual é o seu desafio?

Modelos de questionário organizam o início do estudo. A equipe adapta público, perguntas e linguagem ao seu objetivo.

DESCOBRIR



Hábitos e consumo

Como as pessoas escolhem, compram e usam uma categoria?

DESCOBRIR



Jornada de compra

Quais etapas e fontes de informação participam da decisão?

Do modelo inicial ao estudo sob medida: cada questionário é revisado antes da coleta.

Sete pontos de partida. Qual é o seu desafio?

Modelos de questionário organizam o início do estudo. A equipe adapta público, perguntas e linguagem ao seu objetivo.

ESCOLHER



Teste de conceito

A proposta é clara, relevante e desperta interesse?

ESCOLHER



Barreiras à compra

O que impede quem considerou a oferta de comprar?

ESCOLHER



Teste de mensagem

Como uma mensagem textual é entendida e avaliada?

Do modelo inicial ao estudo sob medida: cada questionário é revisado antes da coleta.

Sete pontos de partida. Qual é o seu desafio?

Modelos de questionário organizam o início do estudo. A equipe adapta público, perguntas e linguagem ao seu objetivo.

APRIMORAR



Satisfação e experiência

Como o cliente avalia a experiência e a recomendação?

APRIMORAR



Experiência pós-uso

O que funcionou e o que pode melhorar depois do uso?

Do modelo inicial ao estudo sob medida: cada questionário é revisado antes da coleta.

Cada pergunta pede um jeito de responder.

Combine cinco formatos de resposta e blocos de apresentação para construir uma experiência de pesquisa clara.



Escolha única

Uma alternativa para identificar a principal escolha.



Múltipla escolha

Várias respostas, com limite de seleções configurável.



Escalas

Avaliações numéricas, com textos para cada ponto.



Texto aberto

Explicações e comentários nas palavras de quem responde.



Número

Quantidades e valores relevantes para a pesquisa.



Apresentação

Contexto e orientações antes das perguntas.

Uma conversa que faz sentido para cada pessoa.

Explore três caminhos de um exemplo de experiência pós-uso. As regras são definidas no desenho do questionário.

01

Usou o produto?

Sim.



02

Encontrou um problema?

Sim.



03

Pergunta complementar

"O que aconteceu durante o uso?"

A pergunta de detalhamento aparece para quem declarou um problema.

Demonstração de lógica; nenhuma resposta é coletada ou enviada.

Uma conversa que faz sentido para cada pessoa.

Explore três caminhos de um exemplo de experiência pós-uso. As regras são definidas no desenho do questionário.

01

Usou o produto?

Sim.



02

Encontrou um problema?

Não.



03

Próxima etapa

Segue para as demais avaliações.

O detalhamento do problema é omitido; a pessoa continua no questionário.

Demonstração de lógica; nenhuma resposta é coletada ou enviada.

Uma conversa que faz sentido para cada pessoa.

Explore três caminhos de um exemplo de experiência pós-uso. As regras são definidas no desenho do questionário.

01

Usou o produto?

Não.



02

Regra de elegibilidade

Uso no período é necessário para este estudo.



03

Encerramento

A participação termina na triagem.

Quem não atende ao critério de uso fica fora da base de entrevistas completas.

Demonstração de lógica; nenhuma resposta é coletada ou enviada.

Do questionário à escuta do público.

O estudo passa por revisão e aprovação antes de entrar em campo. A coleta segue o instrumento aprovado.

01	02	03	04
Desenhar	Revisar e aprovar	Coletar	Analisar e entregar
Objetivo, público, meta de entrevistas e questionário.	Equipe e responsáveis alinham a versão que vai a campo.	Acompanhe participações, com opções de pausar e encerrar.	Revisão das entrevistas, resultados e síntese executiva.

LINK ABERTO

A pesquisa chega ao público pelos canais definidos no projeto.

Participação online, uma etapa por vez, com salvamento e retomada na mesma sessão.

PAINÉIS PARCEIROS

Configuração de coleta com Offerwise e Netquest.

Seleção de painel conforme o estudo, com fluxo de conclusão e triagem integrado.

Público, amostra e cronograma são definidos no planejamento. A integração operacional é alinhada com o painel escolhido.

Antes da conclusão, olhe para a base.

A equipe revisa as participações e registra as decisões de inclusão ou exclusão da análise.

320

entrevistas completas

—

20

excluídas da análise

=

300

entrevistas válidas

Revisão humana

Leitura das respostas e avaliação de cada participação pela equipe de pesquisa.

Exemplo fictício para demonstração. Números sem relação com um pacote comercial.

Decisões registradas

Exclusão ou reinclusão com motivo e histórico, preservando a rastreabilidade.

Base por pergunta

Perguntas opcionais ou condicionais podem ter menos respostas do que o total do estudo.

Transforme respostas em uma leitura clara.

Explore três exemplos de indicadores. Cada resultado informa sua base e responde a uma pergunta do estudo.

ESCOLHA ÚNICA

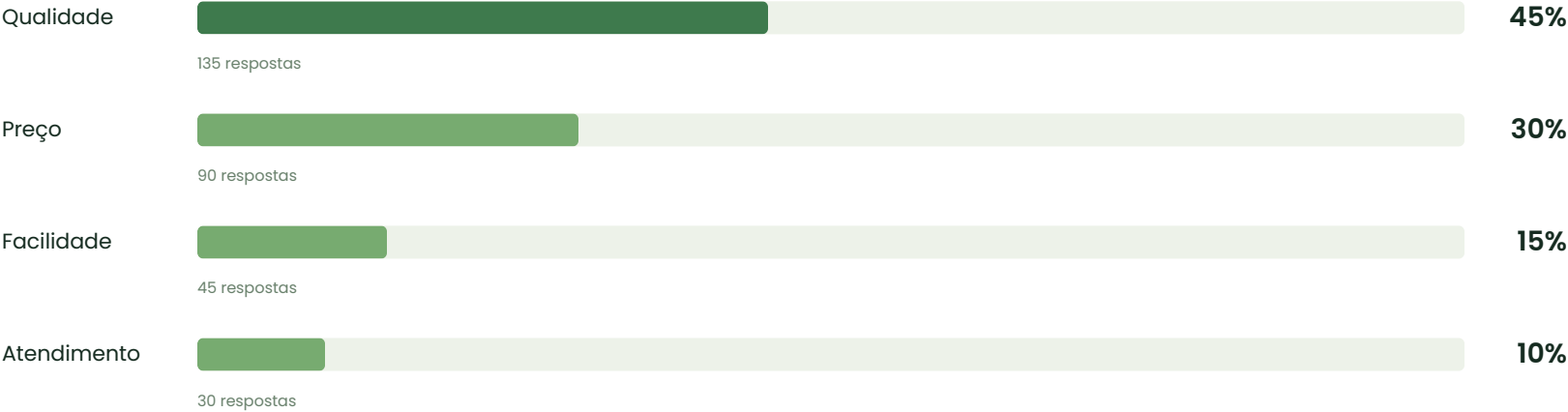
Qual o principal motivo da sua escolha?

45%

escolhem qualidade

O atributo mais citado nesta pergunta ilustrativa.

Exemplo fictício para demonstração. Base de 300 respostas válidas em cada pergunta.



Frequências, percentuais, médias, NPS, Top-2 Box e leitura de respostas abertas, conforme o questionário.

Transforme respostas em uma leitura clara.

Explore três exemplos de indicadores. Cada resultado informa sua base e responde a uma pergunta do estudo.

ESCALA DE 1 A 5

Como você avalia a experiência?

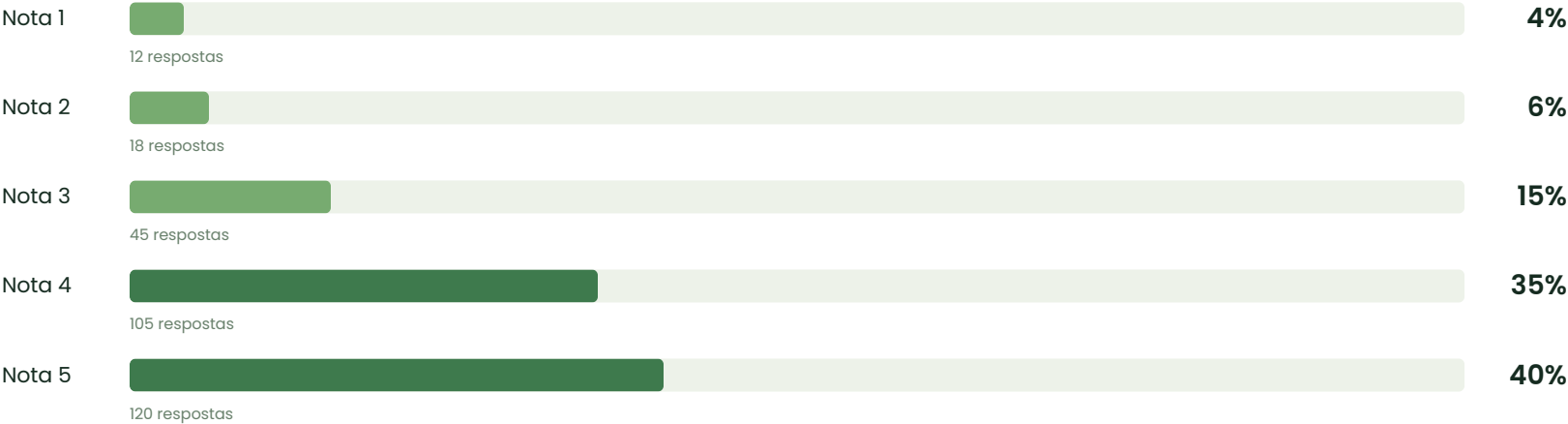
75%

Top-2 Box

225 de 300 respostas nas notas 4 e 5.

Média: 4,01 de 5

Exemplo fictício para demonstração. Base de 300 respostas válidas em cada pergunta.



Frequências, percentuais, médias, NPS, Top-2 Box e leitura de respostas abertas, conforme o questionário.

Transforme respostas em uma leitura clara.

Explore três exemplos de indicadores. Cada resultado informa sua base e responde a uma pergunta do estudo.

ESCALA DE RECOMENDAÇÃO · 0 A 10

Qual a chance de recomendar?

40

pontos de NPS

60% de promotores menos 20% de detratores.

Exemplo fictício para demonstração. Base de 300 respostas válidas em cada pergunta.

Promotores · 9–10



180 respostas

Passivos · 7–8



60 respostas

Detratores · 0–6



60 respostas

Frequências, percentuais, médias, NPS, Top-2 Box e leitura de respostas abertas, conforme o questionário.

Números com contexto.

Achados para conversar.

A equipe de pesquisa escreve a síntese executiva e libera os resultados para os clientes com acesso ao estudo.

EXEMPLO DE SÍNTESE EXECUTIVA

QUANTICS

O que aprendemos com esta pesquisa?

- 01

Qualidade aparece primeiro.
É o principal motivo de escolha para 45% da base ilustrativa.
- 02

A experiência é bem avaliada.
75% dão notas 4 ou 5 na escala de avaliação.
- 03

A recomendação merece acompanhamento.
O NPS de 40 descreve a relação entre promotores e detratores neste exemplo.

Texto demonstrativo com dados fictícios; não representa um diagnóstico real ou benchmark.

PARA O CLIENTE

Resultados liberados e síntese executiva.

Uma leitura consolidada da pesquisa, com os números e a interpretação da equipe.

PARA A EQUIPE AUTORIZADA

Detalhamento e exportação CSV.

Respostas e informações das participações para aprofundar a análise.

Detalhes da entrega →

Qual decisão você quer destravar?

Traga o desafio. O Quantics ajuda a transformá-lo em um estudo com objetivo, público e entrega definidos.

[Veja o FAQ de Quantics](#) →

QUATRO PONTOS PARA COMEÇAR

01 A decisão

O que precisa ficar mais claro para o negócio?

02 O público

Quem tem a experiência ou opinião que queremos ouvir?

03 As perguntas

Quais informações sustentam essa decisão?

04 O plano

Amostra, canal de coleta, cronograma e entrega.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Quantics

O que é Quantics e quando usar?

É a solução de **pesquisa quantitativa ad hoc da Brandful**: um estudo desenhado para uma decisão específica. Pode apoiar o entendimento de hábitos, avaliações de propostas e mensagens, barreiras à compra e experiência com produtos e serviços.

Quais modelos de estudo estão disponíveis?

São sete: **Hábitos e consumo, Teste de conceito, Satisfação e experiência, Jornada de compra, Barreiras à compra, Teste de mensagem e Experiência pós-uso**. Os modelos são pontos de partida adaptados e revisados pela equipe. Os estímulos de conceito e mensagem apresentados nesses modelos são textuais.

[Quantics](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Quantics.

Qual a diferença para Brand Tracking?

O **Quantics** parte de uma pergunta de negócio e de um estudo sob medida. O **Brand Tracking** organiza ondas recorrentes para acompanhar a percepção da marca ao longo do tempo. A escolha depende da decisão que você precisa apoiar.

Como o questionário pode ser personalizado?

É possível combinar **escolha única, múltipla escolha, escalas, texto aberto, números e blocos de apresentação**. Há recursos de obrigatoriedade, alternativas exclusivas, randomização de opções, limite de seleções e textos por ponto da escala, conforme o formato.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Quantics

[Quantics](#)

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Quantics.

As perguntas podem mudar conforme as respostas?

Sim. Uma pergunta pode aparecer quando a pessoa seleciona **uma ou mais alternativas configuradas de uma mesma pergunta anterior**. Também é possível definir respostas de triagem que encerram a participação de quem não atende aos critérios do estudo.

Como as pessoas recebem e respondem à pesquisa?

A coleta pode ocorrer por **link aberto** ou com configuração para os painéis **Offerwise e Netquest**, conforme o projeto e o alinhamento operacional com o fornecedor. A pesquisa é online, uma etapa por vez, com salvamento explícito e retomada na mesma sessão de navegador.

Qual é a amostra e o prazo de um estudo?

Amostra e cronograma são definidos na proposta, considerando público, questionário e canal de coleta. A plataforma trabalha com uma meta total de entrevistas; cotas automáticas por perfil não fazem parte do escopo atual. Os números da demonstração não representam um pacote comercial.

Como acontece a revisão das entrevistas?

A equipe faz a **revisão manual das participações** e pode excluir ou reincluir entrevistas na análise, com motivo e histórico. Participações encerradas na triagem não entram na base de entrevistas completas. O link aberto identifica uma sessão de navegador; ele não é uma validação da identidade de quem responde.

PARA PLANEJAR A SUA PESQUISA

Perguntas frequentes.

Quantics

Quais resultados o Quantics apresenta?

Frequências, percentuais, bases por pergunta, médias, NPS, Top-2 Box e respostas abertas, conforme o questionário. São análises descritivas; cruzamentos automáticos por perfil, ponderação e testes de significância não integram a entrega atual.

O que o cliente recebe?

O cliente com acesso ao estudo recebe os **resultados liberados e a síntese executiva escrita pela equipe de pesquisa**. A plataforma preserva a versão entregue. A exportação CSV de respostas e informações das participações é um recurso da equipe autorizada, não do acesso padrão do cliente.

Quantics

Consulte os detalhes de metodologia, prazos e entregas de Quantics.

Por que algumas perguntas têm bases ou totais diferentes?

Perguntas opcionais ou condicionais podem ter uma **base menor** do que o total de entrevistas válidas. Em múltipla escolha, cada pessoa pode marcar mais de uma alternativa; por isso, a soma dos percentuais pode ultrapassar 100%.

Posso alterar o questionário depois de iniciar a coleta?

A publicação preserva o **questionário aprovado**. Mudanças de enunciados, alternativas ou lógica exigem um novo estudo, que pode partir de uma duplicação. Há um ajuste específico de limite de seleções em múltipla escolha, feito pela equipe autorizada com a coleta pausada e registro no histórico; ele preserva as respostas já concluídas.