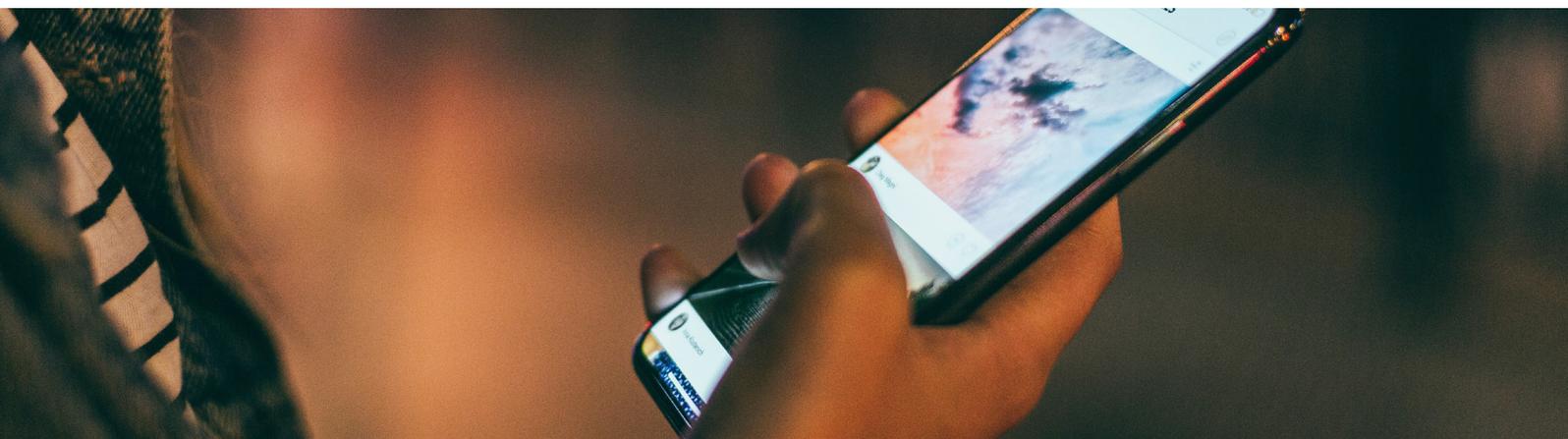


# Entendendo as associações que os consumidores fazem entre serviço e marcas

## DESAFIO

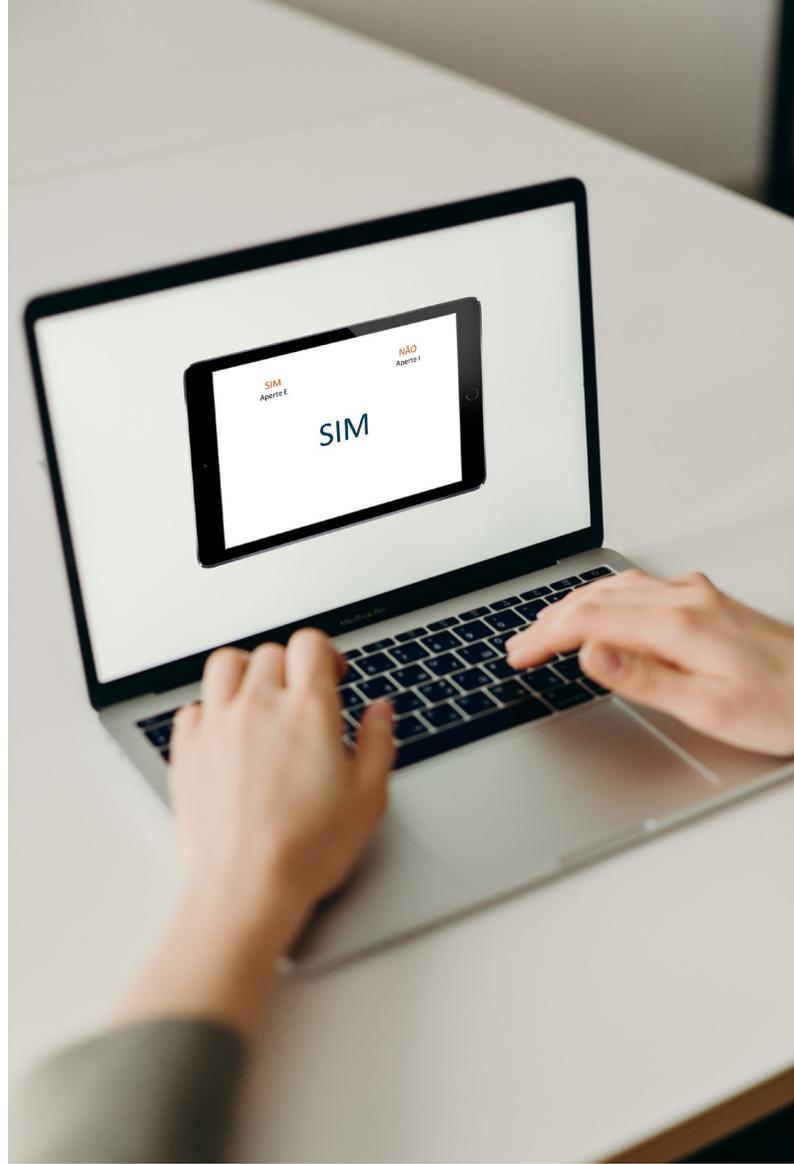
Uma grande empresa buscou entender a percepção dos consumidores sobre seu novo serviço, inédito no Brasil. Com o lançamento, a marca visava ser pioneira em um novo serviço digital, buscando ser percebida como mais moderna e inovadora. Para entender se o público-alvo associava essa novidade ao nosso cliente ou aos seus concorrentes, a Forebrain propôs um estudo cego, utilizando um vídeo da experiência de uso do serviço. Este estudo foi capaz de desvendar a percepção explícita/racional e implícita/emocional dos consumidores sobre a experiência do serviço apresentado. Após a apresentação do serviço foram realizados dois testes, um de associação implícita e outro de associação explícita. Estes testes foram usados para mapear quais marcas foram relacionadas com o serviço. Com o resultado em mãos, o cliente foi capaz de entender se o conceito do novo serviço era capaz de gerar as associações racionais e emocionais desejadas para sua marca ou para as concorrentes.





# METODOLOGIA

- TIP e TER online
- A pesquisa contou com 114 participantes válidos. Essa metodologia permitiu a análise de percepções emocionais e racionais dos consumidores após observar um vídeo simulando o uso do novo serviço.



**Você sabe como sua marca é percebida e como criar mais valor para ela?**

**A FOREBRAIN é especialista no assunto.**

Fale com a gente:



[www.forebrain.com.br](http://www.forebrain.com.br)  
[contato@forebrain.com.br](mailto:contato@forebrain.com.br)

 **forebrain**