



Briefing Pesquisa de mercado

	1	
Produto:		
Indicação:		
Background (Histórico da categoria/marca dentro do cenário mercadológico)		
	Objetivos	da pesquisa
	Possíveis área	s de investigação





















Metodologia sugerida (se aplicável)		
Metodologia sagerida (se aplicavel)		
Público alvo		
Praças		
Cidades a serem consideradas no desenho amostral		
Padrão de ação		
Decisões mercadológicas a serem tomadas a partir dos resultados da pesquisa		
Outros comentários		





