### **BRIEFING PARA CRIAÇÃO DE SITE**

* **Responsável pelo Briefing**: Alexandre Pereira da Silva
* **Data**: 08/10/2024

#### **1. Informações Gerais sobre a Loja**

* **Nome da loja**: Império Multimarcas.
* **Conceito e Proposta**: Loja masculina versátil, oferecendo uma gama de estilos, desde roupas sociais até moda surf e grife.
* **Histórico**: Com 10 anos de atuação, a loja começou em Maria Ortiz, em uma pequena unidade, e hoje expandiu-se para quatro lojas físicas.
* **Produtos e Marcas**: Roupas sociais, surf e grife. As principais marcas incluem Hugo Boss, Armani e produtos em malha peruana.
* **Responsável**: Larissa Storck
* **WhatsApp**: 27 99914-8647

#### **2. Concorrência**

* **Principais concorrentes diretos**: Lojas de roupas masculinas da região.
* **Principais concorrentes indiretos**: Marcas de luxo como Hugo Boss e Armani e produtos de malha peruana.
* **Pontos Positivos e Negativos dos Concorrentes**:
  + Positivos: Variedade de produtos de alta qualidade, presença online forte.
  + Negativos: Preços elevados e pouca diversidade de estilos para diferentes perfis de clientes.
* **Diferenciais**: A Império Multimarcas se destaca pela variedade de produtos e pelo foco em ser uma referência tanto em moda social quanto casual masculina, com preços mais acessíveis.

#### **3. Público-Alvo**

* **Perfil**: Homens de todas as idades, com foco principal entre 13 e 50 anos.
* **Hábitos de Compra**: Buscam roupas variadas, preferindo peças de qualidade que combinem estilo e conforto. Muitos compram para ocasiões específicas, como eventos formais ou casuais.

#### **4. Identidade da Marca**

* **Posicionamento**: Loja que oferece variedade e versatilidade, com preços acessíveis (entre R$40,00 e R$100,00).
* **Valores e Missão**: Ser referência em roupas masculinas, com forte presença nas redes sociais e atendimento que se fortalece pelo boca a boca.
* **Percepção Desejada**: Loja moderna que se destaca pela estética, com lojas físicas em preto e dourado e uma identidade visual que deve ser replicada no site para criar uma conexão com o cliente.
* **Diferenciais Visuais**: Uso de elementos modernos e sofisticados, como texturas em preto e dourado, e um estilo clean e elegante.

#### **5. Produtos e Marcas**

* **Número de Marcas Representadas**: 4 principais.
* **Produtos Destacados**: Moda casual, social e esportiva, com destaque para marcas de alto nível como Hugo Boss e Armani.

#### **6. Canais de Venda e Presença Online**

* **Loja Física e Online**: Quatro lojas físicas e vendas online, principalmente via Instagram.
* **Redes Sociais**: Presença exclusiva no Instagram, utilizado para promover produtos, interagir com clientes e realizar vendas.
* **Canais de Comunicação**: WhatsApp para atendimento direto ao cliente.
* **Expansão Digital**: Considerar novas plataformas como Facebook e TikTok para aumentar a visibilidade e o alcance, bem como campanhas pagas para impulsionar as vendas online.

#### **7. Layout e Design da Loja**

* **Estilo Visual**: Lojas físicas têm estética marcante com predomínio de preto e dourado. O site deve refletir esse estilo, integrando a experiência física com a online.
* **Elementos Visuais**: O site deve incluir elementos que remetam ao ambiente sofisticado das lojas físicas, como texturas e paleta de cores compatíveis, além de ícones e botões modernos que facilitam a navegação e compra.
* **Integração da Experiência Física e Online**: O site deve destacar coleções e permitir que os clientes conheçam as lojas físicas, oferecendo a possibilidade de compras pelo Instagram e contato via WhatsApp.

#### **8. Campanhas e Promoções**

* **Campanhas Sazonais**: Ocasionalmente, a loja realiza campanhas e promoções.
* **Parcerias com Influenciadores ou Eventos**: Atualmente, não há parcerias, mas há interesse em explorar colaborações futuras com influenciadores e eventos locais para aumentar a visibilidade e engajamento.

#### **9. Expectativas e Objetivos**

* **Objetivos para o Próximo Ano**: Expandir o número de lojas físicas, com a abertura da 5ª e 6ª unidade.
* **Metas**:
  + Aumentar as vendas online em 20% até o final do próximo ano.
  + Expandir a presença nas redes sociais para 50 mil seguidores no Instagram.
  + Atingir um volume de 500 leads via WhatsApp mensais.
* **Foco em Vendas e Engajamento**: Ampliar a visibilidade online, consolidando o site como extensão das lojas físicas e referência no segmento.

#### **10. Orçamento e Prazos**

* **Orçamento**: Ainda não definido para campanhas de marketing, mas há interesse em explorar valores específicos para aumentar o retorno de campanhas pagas.
* **Prazos**:
  + 08/10/2024 – Levantamento de requisitos para as documentações.
  + 08/10/2024 – Criação do briefing.
  + 09/10/2024/tarde – Criação da Especificação de Requisitos, Wireframes e Diagramas.
  + 09/10/2024/noite – Início da construção do site.
  + 10/10/2024 – Finalização do site.
  + 11/10/2024 – Entrega e apresentação.
* **Responsável pelo Projeto**: Alexandre Pereira da Silva.
* **Serviço**: Criação de site para exposição de produtos e interação direta com clientes.