ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS - ADS

**Autores:** Ademir Monteiro da Silva Filho

Alessandro Matheus

Fellipe Tomaz Coelho Barbosa

Jhonny Glaucio Nascimento de Mello

Josivaldo João da Silva

Keila Beatriz

Luan Rigaud da Fonseca

Marcus Vinicius Borges da Silva

Matheus Enrico da Silva

Matheus K. da Silva Ramos

**Orientador:** Arnott Ramos Caiado

**PROJETO K+ Home**

Análise de mercado

# 

**Introdução**

Essa análise de mercado tem como objetivo identificar o comportamento e características gerais de consumidores do nicho de homewear, na qual a empresa K+Home opera.

Também está inclusa uma análise sobre os concorrentes que operam no mesmo mercado, através dessas informações é possível conhecer melhor o nicho e traçar estratégias para se destacar entre a concorrência.

É importante salientar que os dados aqui apresentados são generalizados através de uma pesquisa realizada com alunos do campus da Universidade Regional de Blumenau sobre o mercado de Homewear, não existiu uma pesquisa direcionada a um público específico na região de Recife.

1. Características gerais dos clientes

* **O que os clientes buscam?**

Os clientes buscam roupas confortáveis para se utilizar em casa.

* **Qual seria a faixa etária?**

De 21 à 24 anos de idade.

* **Na maioria são homens ou mulheres?**

As mulheres são as consumidoras mais poderosas do mundo. São elas que gastam de verdade, seja em compras para casa, para grandes corporações ou pequenas empresas. São responsáveis por 83% de todas as compras.

Numa [pesquisa](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71501_O_Comportamento_de_Consumo_de_Pijama.pdf) realizada pela Universidade Regional de Blumenau, evidenciou que a maioria do público são **mulheres**.

1. **Interesses e comportamentos dos clientes**

* **Compra ou presente?**

Das entrevistadas, 54% das alunas identificaram que a maioria de seus pijamas foram comprados, 45% das entrevistadas citaram que a maioria de seus pijamas receberam de presente.

* **Onde costumam comprar?**

Comércio local.

* **Qual a faixa de preço que se paga?**

No que tange a preço, 35% das alunas pagam até R$ 30,00 por um pijama, em seguida, 28% até R$ 50,00, e em terceiro, 24% até R$ 70,00.

Nos demais valores 6% das alunas entrevistadas assinalaram que pagariam até R$ 100,00, até R$ 150,00 foi citado por 5% das alunas e 2% das entrevistadas chegam a pagar até R$ 200,00 por um pijama.

1. **O que leva essas pessoas a comprar?**

Evidenciou-se que as entrevistadas compram os produtos de acordo com o **preço**, poucas pessoas pagam mais de R$100 num pijama. Além disso, ter a marca difundida e com produtos de qualidade é essencial para o sucesso, a maioria das alunas utilizam pijamas da marca “Smile”.

1. **Concorrência**

Após pesquisa, encontramos vários e-commerces do ramo de Homewear, segue a lista:

| **Loja** | **Localização** | **Tem site?** | **Pagamento** | **Blog** | **Suporte** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Joge | SP | SIM | TODOS | SIM | SIM |
| Mint Homewear | PR | SIM | TODOS | NÃO | SIM |
| Podiun Sleepwear | SP | SIM | TODOS | SIM | SIM |
| Mrs. Home | RJ | SIM | TODOS | NÃO | SIM |
| Paulienne | MG | SIM | TODOS | SIM | SIM |
| Monthal | RJ | SIM | TODOS | SIM | SIM |
| TenhoQTer | RJ | SIM | TODOS | SIM | SIM |
| PijamaOnline | SP | SIM | TODOS | NÃO | SIM |

citar fontes

**TODOS =** Crédito, débito, boleto, pix.

* **Onde ficam?**

Nenhuma das lojas no topo das pesquisas do Google estão localizadas no nordeste, lojas de São Paulo e Rio de Janeiro são destaque.

* **Como é feita a divisão dos produtos?**

Existe uma grande variedade de e-commerces deste setor, todas utilizam banners de destaque e promoções, e as peças são divididas por categorias como qualquer loja virtual.

* **Tem blog?**

A maioria das lojas possui um blog para postagem de novidades e dicas de moda.

* **Formas de pagamento**

É natural que as lojas ofereçam o maior número de formas de pagamento possível, vale destacar que o Pix aparece em grande maioria dos e-commerces.

* **Suporte**

Todas as lojas oferecem suporte, na maioria dos e-commerces existe um botão onde é possível mandar mensagem pelo WhatsApp.

* **Frete**

Todas as lojas fazem entregas para todo o Brasil, sua grande maioria utiliza os Correios.

* **Tabela de medidas**

Todas as lojas possuem tabelas de medidas com as dimensões das peças.

* **Banners**

A grande maioria dos e-commerces possuem banners para destacar novas peças ou promoções.

* **Avaliações**

Apenas duas lojas (TenhoQTer e PijamaOnline) possuem um sistema de avaliação das peças.

As lojas da tabela foram escolhidas conforme a recomendação do motor de buscas da Google.

Após essa breve análise, a K+Home deve focar em oferecer diversas opções de pagamento para os usuários, ter uma opção de suporte, ter um blog atualizado aliado de banners que destaquem novas peças ou promoções ativas.

Além disso, seria um diferencial oferecer um sistema de avaliação para os usuários, além de claro, ter um guia de medidas e deixar claro as formas de envio que estão disponíveis.