BRIEFING.

Empresa analisada: GROWTH www.gsuplementos.com.br

Nome do aluno: Caio Henrique Rodrigues Lemes

Nome do aluno: Danilo Augusto do Nascimento Pinto

1. Quais são as referências que o site quer passar a público (seriedade, compromisso, modernidade, despojado, tranquilidade....?

R: O site tem 3 características evidente: o compromisso, modernidade e seriedade. O site apresenta um layout moderno no qual possui diversos banners enfatizando a qualidade do produto e na saúde do consumidor e também leva a serio colocando diversos selos de segurança e garantia.

2. O que o site quer vender?

R: Produtos de suplementação e apetrechos para clientes que frequentam academias e tentam levar a vida de forma mais saudável.

3. Produtos e/ou serviços oferecidos:

R: Proteínas, vitaminas, carboidrato, aminoácidos, termogênicos, roupas, acessórios (garrafa, mochilas).

4. Vantagens/desvantagens sobre os concorrentes:

R: Vantagens: Credibilidade, preço baixo, alta divulgação, referência de influencers.

Desvantagens: Apesar do layout moderno, os concorrentes possuem maior profissionalidade no design o que da um pouco mais de segurança ao comprar o produto.

5. Referências de sites (outras empresas):

R: [www.maxtitanium.com.br](http://www.maxtitanium.com.br)

[www.probiotica.com.br](http://www.probiotica.com.br)

6. Objetivos a serem alcançados e em qual período de tempo (meses, um ano, dois anos...):

R: Missão: Garantir a qualidade e o custo benefício dos produtos, estabelecendo assim uma relação duradoura com todo os clientes.

Visão: Ser referência em qualidade em todos os produtos e serviços prestados a nível internacional.

Valores: Transparência; Credibilidade; Confiança; Integridade; Lealdade; Comprometimento; Cordialidade; Proatividade; Trabalho em equipe.

7. Público-alvo (idosos, crianças, todos os públicos, deficientes auditivos/visuais/motores...):

R: Pessoas que fazem academia, praticante de esportes e focadas na saúde entre a faixa etária de no mínimo 16 anos.

8. Conteúdo do site, como será captado? Já tem tudo por escrito? Quem escreve?:

R: Textos, descrições de produtos, imagens e vídeos

Atualizações constantes de produtos e campanhas promocionais

09. Imagem a ser transmitida para os usuários (tradição ou futurista, layout clean ou popular, cores mais adequadas etc,);

R: Layout popular, normalmente encontrado em sites de vendas em geral inclusive com cores parecidas de fundo branco e botões e navbar azul.

10. Documentação disponível para embasamento (logotipo, folders, manuais etc):

R: Logotipos, folders e manuais.

11. Tecnologias ou linguagens desejadas (ex: html, react, php, jsp, CSS, banco de dados e outras):

R: HTML, CSS, Javascript, Java

12. Ferramentas de *marketing* utilizadas atualmente:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13. Objeções (não utilizar a cor x ou o estilo y etc,):

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14. Prazo para desenvolvimento e/ou cronograma:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15. Contato (Nome/tel/email):

16. Observações:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_