### 1. Competitive audit goal(s)

| Comparar a experiência de compra e de conhecer o cardápio no site de cada concorrente. |
| --- |

### **2. Who are your key competitors?** (Description)

| Foram escolhidos 3 competidores: hachimitsu, café com propósito e mojo café.  Mojo café: Café expresso, lanches simples.  Hachimitsu: cafés, confeitaria, salgados, pães, produtos que eles produzem para venda como bolachas, café em pó, balas e chocolates.  Café com propósito: Café e lanches e salgados veganos. Refeições no almoço. |
| --- |

**3. What are the type and quality of competitors’ products?** (Description)

| Mojo café: tem um site extremamente simples com um cardápio e com um link para pedidos em whatsapp, apenas estas funcionalidades básicas sem outras features. Ele é um pequeno café em um edifício corporativo que oferece lanches rápidos e café expresso.  Hachimitsu: é um atelier de doces que usa técnicas orientais de confeitaria. O site é simples porém contém vídeos e animações com a história dos donos. Não é possível visualizar o cardápio nem fazer pedidos, apesar de existir os botões eles não funcionam. Não existem mais nenhuma feature e o site acaba servindo mais para conhecer a história e saber onde tem lojas. Ele possui uma linguagem visual própria com imagens e animações e uma experiência intuitiva.  O café com propósito tem um site responsivo e com excelente design moderno, minimalista e brasileiro. Tudo é muito bom no site mas ele também está com a função de pedido on-line não funcionando apesar do botão estar lá. A experiência é intuitiva e ele possui todas as features básicas. |
| --- |

**4. How do competitors position themselves in the market?** (Description)

| Mojo café: O mojo café atende um nicho de quem trabalha em um edifício corporativo e não tem um posicionamento online. O público alvo é composto por pessoas que estão no edifício comercial.  Hachimitsu: ele se posiciona como um atelier de doces, com arquitetura contemporânea e um tom de luxo e delicadeza da confeitaria japonesa. Com muitas opções tanto na confeitaria quanto na panificação e um preço acima da média. O público são pessoas de alta renda que estão querendo um bom atendimento e uma culinária diferenciada.  O café com propósito tem um site com um excelente design e conceito, uma presença online inspirada na arte e no design brasileiro e alinhada com a proposta do veganismo. Os clientes podem ser mais jovens engajados ou fãs de culinária com um preço médio e boa qualidade com um tom artesanal e familiar. |
| --- |

**5. How do competitors talk about themselves?** (Description)

| Mojo café tem apenas uma frase filosófica no site.  Hachimitsu fala de si como como um café criado na cidade em um tom familiar e mostra a história da família e do estabelecimento. Além disso, o site ressalta a confeitaria japonesa e a sutileza de alguns aspectos.  O café com propósito fala do propósito do negócio, ligado ao veganismo e também traz o tema de negócio familiar e artesanal |
| --- |

**6. Competitors’ strengths** (List)

| Hachimitsu:  Ressalta o tom de negócio familiar com história do estabelecimento  Mostra a qualidade dos produtos  Tem design visual  Possivel criar conta  Mojo café:  Mostra cardápio e encaminha para o pedido no whatsapp  Café com propósito:  Usa o design visual para comunicar o conceito do estabelecimento  Oferece um cardápio digital completo e com design visual  Ressalta o tom familiar e receitas artesanais  O visual do site está alinhado com a proposta do veganismo |
| --- |

**7. Competitors’ weaknesses** (List)

| Hachimitsu:  Botão de pedido quebrado  É necessário usar a barra de pesquisa para ver o cardápio  Mojo café:  Cardápio não mostrar preços  Café com propósito:  Botão de pedido e de reserva não funcionando |
| --- |

**8. Gaps** (List)

| Os 3 sites não estão recebendo pedidos no momento.  Nenhum site possui programa de fidelidade. |
| --- |

**9. Opportunities** (List)

| Realizar pedidos e reservar mesas.  Adicionar programa de fidelidade. |
| --- |