

Projeto Integrador: Investigar e Desenvolver um Produto ou Serviço Inovador

Estudo de Caso



**VINTAGE
MEDIA**



Grupo: Renan Brini, Erlon França, Renan Azeredo, Victoria Schoene

Senac Niterói – 2019.3

Sumário

Introdução3

Coleta e Análise de Dados3

Metodologia4

Conclusão.....5

Introdução

O mercado de mídias antigas, ou popularmente conhecido, mercado de mídias vintage, como todos os tipos de mercado, deve estar inserido no meio digital. Com este pensamento, surgiu a Vintage Media, uma empresa focada na venda de artigos antigos de mídia, nos formatos de CD's, DVD's, discos de vinil e fitas VHS de filmes clássicos originais da época.

Por meio de pesquisas, tornamos factível que existem diversas pessoas que são entusiastas neste mercado, porém, o que as desanima é justamente ter que se deslocar e correr atrás veementemente de feiras específicas situadas em locais específicos ou sites de produtos usados, que na maioria das vezes traz insegurança ao compradores, com medo de golpes, o que é justificável quando vemos a quantidade de golpes aplicados semanalmente nesses sites.

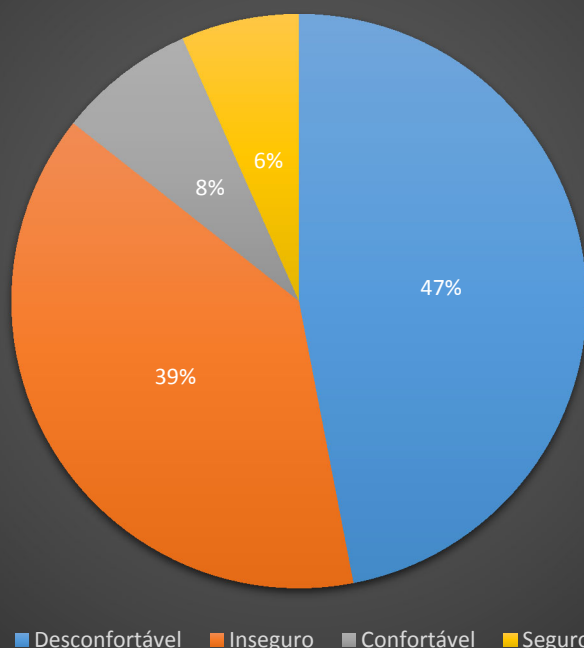
O nosso papel é revender esses produtos. Nós compramos nessas feiras, para não prejudicar o os que tem interesse em vender, e revendemos no nosso aplicativo com determinada margem de lucro e entregamos em todo o território brasileiro.

Com isso, possibilitamos que as pessoas possam ter a mesma experiência que tinham antigamente ou que se identificam com esses produtos atemporais, quando este modelo estava no ápice do consumo.

Coleta e Análise de Dados

Após realizarmos uma pesquisa com diversas pessoas entusiastas desta modalidade de produtos, podemos perceber que muitas delas não tem tempo ou disposição para ir até feiras específicas para tentar encontrar algo que os agrade e nem se sentem seguros em comprar em site de produtos usados por conta da insegurança.

Como as pessoas se sentem em comprar em site de venda de produtos usados



A amostragem da pesquisa foi de 1000 pessoas entusiastas no assunto, e observando-a, entendemos como os clientes se sentem a respeito do assunto.

Metodologia

Para constituir inicialmente o negócio, utilizamos a metodologia PDCA (Plan Do Check Action), que consiste em planejar e estruturar o projeto, implementá-lo, checar se atende as necessidades do cliente e realizar as modificações necessárias até suprir as necessidades do cliente. Após isso, fomos fazendo pesquisas e ajustando até atender as expectativas dos clientes.

Conclusão

Atualmente não existe forma mais simples de venda do que dispor seus produtos em uma loja virtual, ainda mais se tratando de um mercado um tanto quanto inexplorado e nichado.

Atualmente não existe forma mais simples de venda do que dispor seus produtos em uma loja virtual, e em 2014 praticamente todas as grandes empresas varejistas já fizeram a transição e promovem seus produtos também pela internet.