

# Faculdade de Tecnologia de Votorantim

## Ciências de dados para negócios

**Alunos:** Peterson Alves,

Gabriel Vieira,

Gian Stuan

Votorantim, 2024

### **Análise de segmento de Mercado - IMAGINART**

A IMAGINART se posiciona no mercado de personalização de acessórios pessoais, como cases de iPhone e garrafas térmicas. Esse segmento é impulsionado pela demanda por produtos exclusivos que expressem a personalidade dos consumidores, diferenciando-se dos produtos produzidos em massa. O mercado de personalização está em crescimento, especialmente em categorias como acessórios de tecnologia (smartphones) e utilidades pessoais (garrafas térmicas).

**Missão:** Nossa missão na IMAGINART é proporcionar aos nossos clientes produtos de alta qualidade que combinam funcionalidade e estilo, permitindo que expressem sua individualidade através de personalização exclusiva. Através da inovação e tecnologia, buscamos oferecer uma experiência única e personalizada, impulsionada pela criatividade e pela inteligência artificial.

**Visão:** Nosso objetivo na IMAGINART é nos tornarmos líderes globais na indústria de acessórios personalizados, oferecendo uma ampla gama de produtos que refletem as últimas tendências e atendem às necessidades únicas de cada cliente. Enxergamos um futuro em que a personalização através da inteligência artificial se tornará uma parte indispensável do cotidiano, permitindo que as pessoas expressem sua individualidade de maneira fácil e acessível.

**Valor:** Estamos comprometidos em buscar constantemente novas formas de aprimorar nossos produtos e serviços, incorporando tecnologias de ponta para

oferecer soluções criativas e personalizadas. Priorizamos a excelência em cada etapa do processo, desde a seleção dos materiais até a entrega final, garantindo a durabilidade e o desempenho superior de nossos produtos. Acreditamos na importância de celebrar a individualidade de cada cliente, oferecendo opções de personalização que permitem que expressem sua identidade de maneira única. Reduzimos o impacto ambiental através da utilização de insumos de origem sustentável, e também produzimos itens de qualidade que possui alta durabilidade. Isso reduz a pegada ambiental, pois o cliente vai ter o produto por muito tempo.

**Qual é o problema:** A falta de personalização e conexão emocional em produtos, onde muitos consumidores se sentem frustrados com opções genéricas que não refletem sua identidade ou sentimentos.

**Problema que resolvemos:** A IMAGINART proporciona exclusividade e faz a ponte entre a imaginação e a materialização do sentimento do cliente através da personalização exclusiva de cases e garrafas térmicas únicas.

#### **4Ps**

- **Produto:**

Descrição Detalhada dos Produtos:

- **Capinhas para iPhone:** Disponíveis para iPhone 13, 14 e 15, com designs personalizáveis. As capinhas são fabricadas com materiais duráveis e oferecem proteção superior contra impactos e arranhões.
- **Garrafas Térmicas:** Disponíveis em tamanhos de 500 ml e 1 litro, feitas com materiais premium para manter a temperatura das bebidas por mais tempo. A personalização é feita através da tecnologia de impressão UV, garantindo durabilidade e exclusividade.

#### **Diferenciais Competitivos e Inovações:**

- **Personalização Rápida:** A personalização dos produtos é realizada em até 2 minutos, oferecendo uma experiência rápida e eficiente.
- **Uso de IA:** Designs exclusivos gerados por inteligência artificial, proporcionando uma personalização única para cada cliente.

- **Tecnologia de Impressão UV:** Alta durabilidade, resistência a arranhões e desbotamento, e capacidade para imprimir gráficos complexos.

#### **Como o Produto Atende às Necessidades e Desejos do Público-Alvo:**

- **Expressão Pessoal:** Permite que os clientes expressem sua individualidade através de produtos únicos.
- **Qualidade e Exclusividade:** Oferece produtos de alta qualidade e design exclusivo, atraindo clientes que valorizam a personalização e a originalidade.
- **Preço:**

Estrutura de Preços e Estratégia de Precificação:

**Cases para iPhone:** Preço base ajustado conforme o modelo do iPhone, com uma taxa adicional para personalização. Exemplo: Capinha para iPhone a partir de **R\$ 50,00** + taxa de personalização de **R\$ 25,00**.

**Garrafas Térmicas:** Preço base de **R\$ 70,00** a **R\$ 100,00**, dependendo da personalização e do tamanho da garrafa.

Justificativa para a Escolha da Estratégia de Preços:

**Exclusividade e Personalização:** A estratégia de preços é justificada pela exclusividade dos designs gerados por IA e a alta qualidade dos produtos. O preço mais alto reflete o valor agregado pela personalização rápida e de alta qualidade.

- **Promoção:**

A empresa irá trabalhar com as seguintes estratégias:

### **Estratégia publicitária;**

Utilizar campanhas de marketing digital para atingir o público-alvo, através de anúncios pagos em redes sociais, marketing por e-mail, e WhatsApp.

### **Marketing de conteúdo;**

Cria conteúdo relevante que destaca a personalização e a exclusividade dos produtos, como posts em blogs, tutoriais sobre o processo de personalização e histórias de clientes satisfeitos;

### **Eventos e Feiras;**

Participar em feiras de presentes, eventos corporativos ou exposições de gadgets para demonstrar os produtos e interagir diretamente com clientes em potencial.

### **Parcerias;**

Colaboração com influenciadores que possam promover os produtos em suas plataformas, aumentando a visibilidade e a credibilidade da marca.

- **Praça:**

A IMAGINART irá utilizar como canal principal o e-commerce da empresa. Além disso, como estratégia de expansão da marca, a IMAGINART irá realizar parcerias com lojas físicas especializadas em presente.

Com relação, a cobertura geográfica, nós iremos realizar o envio de nossos produtos em todo território nacional, inicialmente nas regiões metropolitanas do estado de São Paulo.

## **2. Contexto**

**Tamanho do mercado:** Em 2023, o mercado de acessórios para smartphones representou 13,2% do faturamento total do e-commerce, atingindo um total de R\$ 19,7 bilhões. Dentro desse valor 1,2% são atribuídos a acessórios como cases, carregadores e películas, que seria 236,4 milhões.

**Crescimento:** A personalização de produtos de uso diário está em ascensão, com consumidores buscando opções que reflitam suas identidades individuais.

## **SWOT**

### **Forças:**

- Personalização por IA tornando cada produto exclusivo.

### **Fraquezas:**

- Dependência dos fornecedores, maior complexidade de escalonamento
- Alta concorrência
- Custo de produto levemente maior que os concorrentes

### **Oportunidades:**

- Exploração de tendências e grupos que buscam um produto exclusivo e com suas próprias características, implicando em um produto de maior valor agregado.
- Crescimento e popularidade do e-commerce no país.

### **Ameaças:**

A possibilidade de os concorrentes absorverem as inovações.

## **3. Jornada do Cliente**

### **Público-Alvo**

**Demográfica:** Composto por pessoas de 16 a 30 anos, no entanto, será desenvolvido duas estratégias que serão divididas entre públicos de 16 a 20 e de 21 a 30 anos. Gêneros masculino e feminino, com ou sem filhos, com renda R\$2.000,00 – R\$8.000,00. Também uma estratégia de B2B, fazendo contratos com empresas que pretende presentear seus colaboradores. Com foco no Brasil, todo território, com ênfase na área urbana do estado de São Paulo.

Os esportistas procuram produtos práticos e duráveis, enquanto os amantes de moda desejam itens que reflitam tendências e personalidades. Os entusiastas de tecnologia valorizam a customização por meio de inteligência artificial, característica dos produtos da IMAGINART.

Esse público adota um estilo de vida que prioriza a autoexpressão, e se preocupa com a sustentabilidade, evitando o consumo descartável. Além disso, muitos buscam produtos personalizados como presentes exclusivos para ocasiões especiais. Assim, o foco é em exclusividade, personalização, inovação e valores sustentáveis.

### **Jornada do cliente:**

Os arquétipos dos setores que são uma classificação desenvolvida por Philip Kotler, que tem o intuito de explicar as melhores práticas de marketing, com base nas características de consumo do persona. Através dessa classificação foi então identificado que os personas dos nossos clientes são os peixinhos dourados e os trompetes. Para a IMAGINART, esses arquétipos se traduzem em abordagens distintas para atrair, engajar e reter clientes interessados em personalização e exclusividade.

### **Trompetes: O Cliente Sensível e Relacional**

Os "trompetes" representam consumidores mais emocionais, que valorizam a experiência e o atendimento acima de tudo. Esses clientes geralmente buscam produtos personalizados para presentear ou marcar momentos especiais. No caso da IMAGINART, o valor que a personalização traz é especialmente importante para esses consumidores, pois permite que eles ofereçam presentes únicos que expressam sentimentos e significados específicos.

#### **Jornada do Cliente Trompeta:**

- **Descoberta:** Trompetes são atraídos por histórias de outros clientes, depoimentos e casos de uso que destacam o valor emocional dos produtos personalizados. Estratégias de marketing de conteúdo que mostram o impacto dos produtos, como presentes memoráveis, podem captar a atenção desse público.

- **Consideração:** Eles gostam de explorar o processo de personalização e fazer perguntas. Oferecer um atendimento próximo e detalhado durante a personalização, com opções de suporte em tempo real, ajuda a construir confiança.
- **Decisão:** Trompetes valorizam a experiência de compra fácil e acessível. No site da IMAGINART, uma plataforma de e-commerce com imagens em 3D pode ajudar esses clientes a visualizar o produto final, facilitando a decisão.
- **Pós-venda:** Depois da compra, esses clientes são mais propensos a compartilhar a experiência. A IMAGINART pode incentivar essa etapa com um programa de feedback ou de fidelização, o que aumenta a visibilidade da marca e atrai novos clientes por meio de recomendações emocionais.

#### Peixinhos Dourados: O Cliente Curioso e Inovador

Os "peixinhos dourados" são consumidores que buscam inovação e valorizam produtos que permitam expressar sua individualidade. São mais independentes e tendem a pesquisar profundamente antes de tomar uma decisão. Para a IMAGINART, esses consumidores se interessam principalmente pelo diferencial de personalização por IA e pela exclusividade dos produtos.

#### Jornada do Cliente Peixinho Dourado:

- **Descoberta:** Esses clientes são atraídos pela tecnologia e inovação. Estratégias de marketing que enfatizam o uso de IA na criação de designs personalizados chamam sua atenção. É importante mostrar claramente os diferenciais de tecnologia e customização em seus canais de comunicação.
- **Consideração:** Os peixinhos dourados gostam de explorar todas as opções e analisar o que torna o produto único. Eles são mais autônomos, então seria oferecido guias detalhados e comparações entre opções de personalização, para que eles possam analisar antes de decidir.
- **Decisão:** Como esses consumidores têm uma jornada de compra mais longa, o design da experiência de compra deve ser fluido e permitir que eles voltem facilmente. Conteúdos explicativos sobre o processo de criação e personalização, bem como acesso a simulações de design, facilitam a escolha.

- **Pós-venda:** Esse grupo de consumidores tende a valorizar produtos que possam exibir como uma expressão de sua individualidade. Eles provavelmente compartilham sua experiência nas redes sociais, então incentivar postagens ou feedbacks visuais pode ajudar a IMAGINART a alcançar um público mais amplo que compartilha do desejo por exclusividade e inovação.

## Resumo para a IMAGINART

**Trompetes:** Foco na experiência de atendimento e facilidade de compra, estratégias que ressaltam o valor emocional e a conexão interpessoal, e incentivo ao engajamento pós-venda.

**Peixinhos Dourados:** Enfoque na inovação e na personalização, com destaque ao uso de IA e à liberdade de escolha, além de conteúdos educacionais que ajudam a criar confiança durante uma jornada de compra mais longa.

Essas abordagens atendem às necessidades e características de cada tipo de consumidor, destacando o valor da personalização e da tecnologia como diferenciais da IMAGINART no mercado de acessórios personalizados.

## 4. Proposta de Valor:

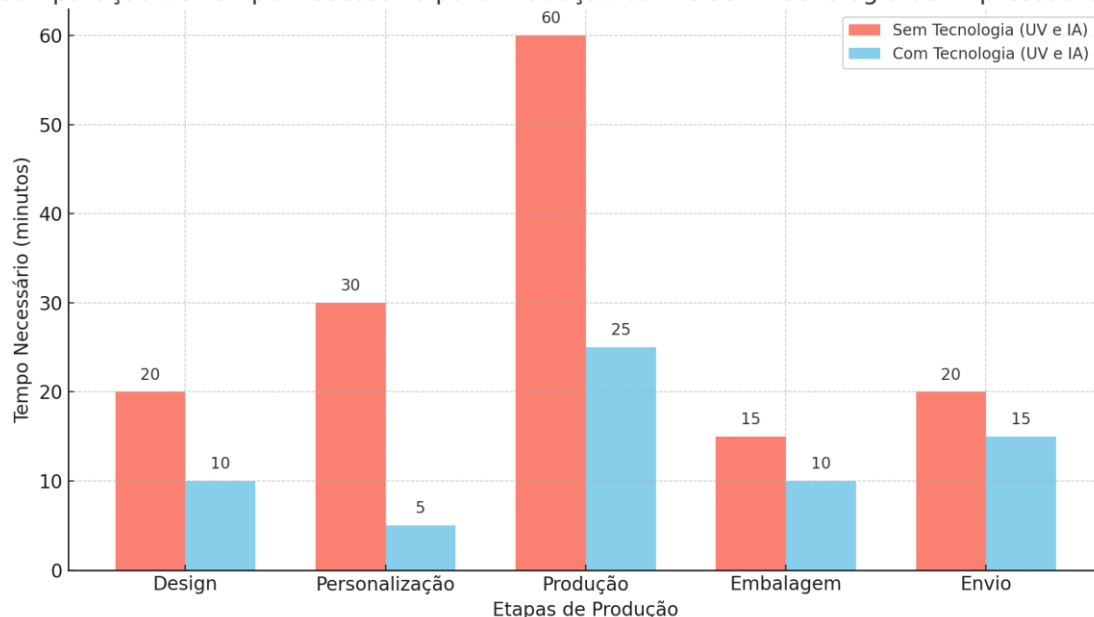
### Dados de eficiência e impacto:

- A implementação da personalização por IA reduziu em 20% o tempo de personalização, aumentando a taxa de satisfação dos clientes em 30%.
- Após a personalização rápida oferecida pela IMAGINART, clientes relataram um aumento de 25% em sua conexão emocional com os produtos adquiridos, o que resultou em uma taxa de recompra 15% superior.

### Comparação Visual:



Comparação de Tempo Necessário para Produção com e sem Tecnologia de Impressão UV e IA



Aqui está o gráfico comparativo do tempo necessário para cada etapa de produção com e sem o uso das tecnologias de impressão UV e IA da IMAGINART. As barras representam os tempos estimados em minutos para as etapas de design, personalização, produção, embalagem e envio:

Sem tecnologia (UV e IA): O tempo é significativamente maior, especialmente nas etapas de personalização e produção.

Com tecnologia (UV e IA): A redução no tempo é visível, com um impacto marcante nas etapas de personalização e produção, ressaltando a agilidade trazida pela solução da IMAGINART.

Esse gráfico visualiza a eficiência e rapidez alcançadas com a adoção da nova tecnologia.

### Exemplo de Proposta de Valor:

Nosso serviço de personalização rápida foi adotado por mais de 500 clientes, proporcionando uma redução de 20% nos tempos de espera e uma taxa de satisfação média de 4,8 em 5 pontos. Além disso, 90% dos clientes afirmam que a exclusividade dos designs gerados por IA melhorou sua experiência com o produto.

## 5. Resultados Esperados e Projeções Futuras

Com base na análise do mercado brasileiro de acessórios para smartphones e garrafas térmicas, apresentamos as projeções financeiras e de crescimento para a IMAGINART nos próximos cinco anos.

### 1. Mercado de Acessórios para Smartphones:

- **Tamanho do Mercado:** Em 2023, o mercado de acessórios para smartphones no Brasil representou 13,2% do faturamento total do e-commerce, totalizando R\$ 19,7 bilhões. Desse montante, 1,2% correspondeu a acessórios como capinhas, carregadores e películas, equivalendo a aproximadamente R\$ 236,4 milhões.
- **Crescimento Projetado:** O mercado global de acessórios para celulares está projetado para crescer a uma taxa composta anual (CAGR) de 6,8% até 2030. Aplicando essa taxa ao mercado brasileiro, espera-se que o segmento de acessórios alcance aproximadamente R\$ 328 milhões em 2028.

### 2. Mercado de Garrafas Térmicas:

- **Demanda Crescente:** A procura por garrafas térmicas tem aumentado, especialmente devido a ondas de calor e à conscientização sobre hidratação.
- **Tendências de Consumo:** O interesse por garrafas térmicas personalizadas está em ascensão, com consumidores buscando produtos que reflitam sua individualidade.

### 3. Projeções Financeiras para a IMAGINART:

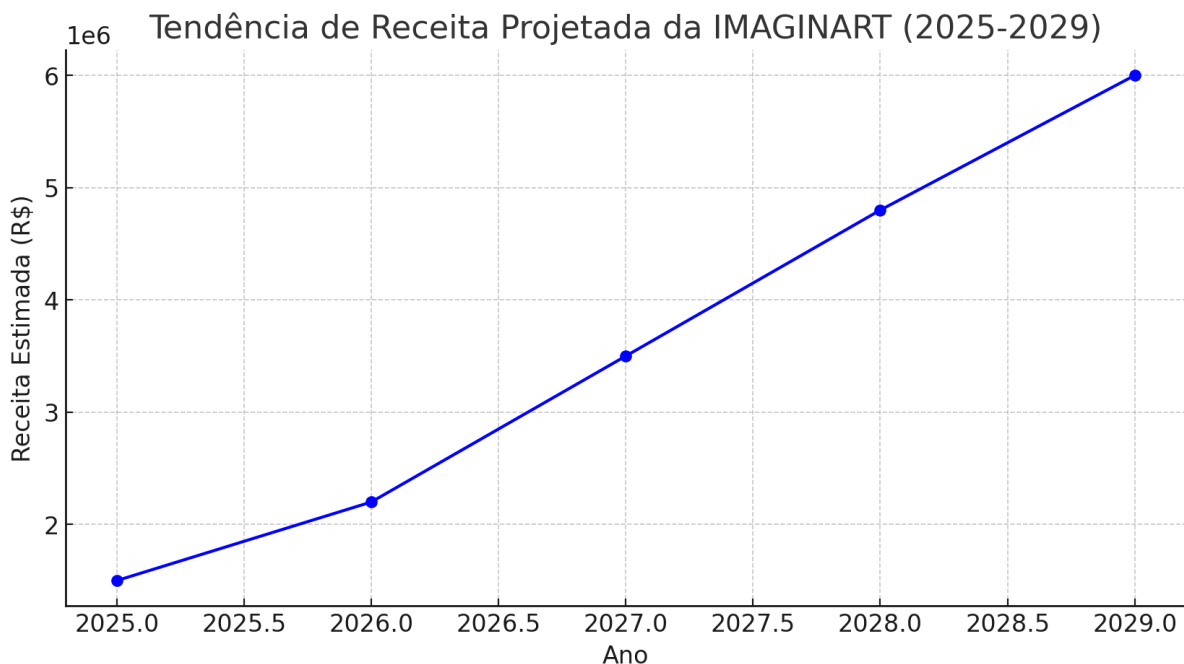
- **Ano 1 (2025):**
  - **Receita Estimada:** R\$ 1,5 milhão.
  - **Número de Clientes:** 5.000.
  - **Participação de Mercado:** 0,5% no segmento de acessórios para smartphones.
- **Ano 3 (2027):**
  - **Receita Estimada:** R\$ 3,5 milhões.
  - **Número de Clientes:** 12.000.

- **Participação de Mercado:** 1,1%.
- **Ano 5 (2029):**
  - **Receita Estimada:** R\$ 6 milhões.
  - **Número de Clientes:** 20.000.
  - **Participação de Mercado:** 1,8%.

#### 4. Estratégias para Alcançar as Projeções:

- **Inovação Tecnológica:** Investir em tecnologias de personalização avançadas para oferecer produtos exclusivos.
- **Expansão de Portfólio:** Introduzir novos produtos personalizados alinhados às tendências de mercado.
- **Marketing Digital:** Fortalecer a presença online e utilizar estratégias de marketing direcionadas para atrair o público-alvo.
- **Parcerias Estratégicas:** Estabelecer colaborações com influenciadores e marcas complementares para ampliar o alcance.

#### 5. Gráfico de Tendência de Receita Projetada:



Fontes:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/analise-detalhada-do-mercado-de-smartphones-e-maiores-vendas-de-2023>

<https://www.atacadodecapinhas.com.br/blog/a-lucratividade-do-mercado-de-acessorios-para-celular-em-2024-uma-analise-detalhada/>

<https://www.vivona25.com.br/blog/a-expansao-do-mercado-de-acessorios-para-celular-em-um-mundo-cada-vez-mais-conectado/>