Para resolver a problemática apresentada pela empresa Beleza+, sugiro seguir os passos do Design Thinking, que é um processo criativo utilizado para resolver problemas complexos de maneira humanizada e inovadora.

1. Compreensão do problema: o primeiro passo é compreender o problema a ser resolvido. Isso inclui coletar informações sobre a empresa, o mercado e os clientes-alvo, além de identificar as necessidades e expectativas dos usuários.
2. Geração de ideias: depois de compreender o problema, a próxima etapa é gerar ideias de solução. Isso pode ser feito através de técnicas de brainstorming ou de outras técnicas de geração de ideias.
3. Prototipação: o terceiro passo é prototipar as ideias de solução selecionadas. O protótipo pode ser físico ou digital, dependendo da natureza do produto ou serviço.
4. Teste: a quarta etapa é testar o protótipo com usuários reais para coletar feedback e identificar pontos de melhoria.
5. Implementação: finalmente, a última etapa é implementar a solução finalizada e avaliar se ela está atendendo às necessidades e expectativas dos usuários.

Além disso, a empresa Beleza+ deve considerar seguir algumas estratégias adicionais para se destacar no mercado e ter uma boa aceitação do público:

1. Defina uma proposta de valor única: é importante que a empresa tenha uma proposta de valor clara e diferenciada em relação aos concorrentes. Isso pode ser o fato de ser uma marca cruelty-free ou de utilizar ingredientes naturais e sustentáveis.
2. Crie uma estratégia de marketing eficaz: uma estratégia de marketing bem planejada e executada pode ajudar a atrair novos clientes e aumentar a aceitação do público. Isso pode incluir ações como publicidade, relacionamento com a mídia, redes sociais e eventos.
3. Ofereça um excelente atendimento ao cliente: oferecer um excelente atendimento ao cliente pode ser um fator determinante para a satisfação dos clientes e para a fidelização deles.
4. Fazer um rebranding da marca pode ser uma opção para tentar atrair um público mais jovem e interessado em produtos de origem animal. No entanto, é importante lembrar que o rebranding não é uma solução mágica para todos os problemas da empresa e deve ser considerado apenas como parte de uma estratégia mais ampla.
5. Antes de decidir se o rebranding é a melhor opção, a empresa deve realizar uma análise aprofundada de sua situação atual e considerar fatores como o público-alvo, a posição atual da marca no mercado e as expectativas dos clientes. Além disso, é importante lembrar que o rebranding pode ser um processo complexo e dispendioso, portanto, deve ser planejado e executado cuidadosamente.
6. Se a empresa decidir avançar com o rebranding, é importante lembrar que ele deve ser mais do que uma mudança superficial na aparência da marca. Deve incluir uma reavaliação da proposta de valor da empresa e da forma como ela se comunica com os clientes. Além disso, a empresa deve envolver os clientes e outros stakeholders no processo de rebranding para garantir que as mudanças reflitam as necessidades e expectativas dos usuários.