

FACULDADE CAMPOS SALES

Everton Gomes Santoro 1 ADS
Maria Aparecida Oliveira Santos 1 SI
Otavio Augusto Frazão Sepe 1 SI
Renan Pereira de Almeida 1 ADS

PROJETO NATURA

São Paulo

2024

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
---------------------------	----------

2. PÚBLICO-ALVO.....	4
3. BENCHMARKETING.....	5
4. WERIFRAME DO SITE.....	6
5. PRINTS DA TELAS.....	7

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Natura, proposto pelo professor Carlos A. J. Oliviero, é uma oportunidade para demonstrarmos nossa compreensão e habilidades na criação de um website. Nosso objetivo é desenvolver um site para a Natura, uma marca conhecida por seus produtos de beleza e cuidados pessoais.

O site da Natura será composto por 19 páginas, cada uma desempenhando um papel específico. Três dessas páginas (Home, Perfumaria Feminina e Cabelos) serão dedicadas à exibição dos produtos oferecidos. As outras 16 páginas detalharão informações sobre esses produtos, fornecendo para os clientes mais sobre o produto.

Este projeto visa demonstrar todo conhecimento adquirido durante as aulas e aos estudos, utilizando as linguagens de marcação HTML e CSS. Essas ferramentas nos permitirão criar uma experiência visualmente atraente e funcional para os usuários, destacando o melhor da empresa.

2. PÚBLICO-ALVO

A Natura, ciente de seu público-alvo, concentra grande parte dos seus esforços em atender a necessidade das mulheres, cuja faixa etária é entre 20 e 60 anos. Isso represente um grupo diversificado, com vários gostos e interesses relacionado a saúde, beleza e bem-estar.

A empresa investe significativamente em seu marketing e em produtos com a maior qualidade possível, sem que prejudique a natureza. A estratégia é criar conexões emocionais com as consumidoras, oferecendo soluções personalizadas para suas necessidades específicas, Como cremes, maquiagens, perfumes e entre outros.

Por meio da abordagem, a Natura busca não apenas satisfazer, mas também em cantar suas clientes, fortalecendo a relação de confiança e lealdade. A atenção aos detalhes e preocupação com a sustentabilidade são pilares que diferenciam a marca, tornando-a diferente entre as outra e sendo referência no mercado de cosméticos.

3. BENCHMARKETING

° **Boticário:** A empresa possui um site muito simples, embora o Boticário tenha programas de diversidade e inclusão, existem críticas sobre a falta de representatividade em níveis superiores de gestão ou em campanhas de marketing. A utilização de fornecedores terceirizados pode levantar questões sobre a monitorização das condições de trabalho e a aderência às normas de trabalho ético.

4. WERIFRAME DO SITE

Simplicidade Visual: Nossos wireframes são *preto, branco, cinza e laranja*.

Focamos na estrutura e hierarquia de informações em vez de detalhes visuais.

Estrutura e layout: Usamos uma imagem da **NATURA** como logotipo e os menus de navegações principais são o **HOME**, a **PERFUMARIA** e os **CABELOS**.

Funcionalidade: A imagem da **NATURA**, **HOME**, **PERFUMARIA**, **CABELOS** e nos produtos com descrição **SAIBA MAIS**.

Navegação: Os clientes tem 3 formas de entrar, como falamos anteriormente, pelo **HOME**, **PERFUMARIAS** e **CABELOS**, que os clientes ficarão livres para escolherem os produtos.