

Briefing Atletika

AVISO LEGAL

Esse documento é baseado em um projeto real.
Todos os dados sensíveis como nomes e informações
pessoais foram modificados para garantir a
privacidade das pessoas reais envolvidas.

Sobre a empresa

- 1. Descreva o nome e cargo da pessoa que se responsabilizará pelo projeto e aprovações**

Sara Pereira Ribeiro, sócia-proprietária, Diretora Executiva

Giovanna Silva Souza, sócia-proprietária, Diretora de Criação

- 2. Qual o nome da sua empresa?**

Atletika

- 3. Há quanto tempo atua neste mercado?**

Há 10 anos como fornecedores. Há 1 ano como marca própria.

- 4. Qual o ramo que ela atua?**

Comércio de vestuário

- 5. Produtos e/ou serviços oferecidos?**

Moda esportiva feminina

- 6. A empresa tem marca/logotipo?**

Sim

- 7. A empresa tem slogan?**

Não

- 8. Se respondeu "SIM" à pergunta anterior, favor informar o texto abaixo**

--

9. A empresa tem alguma documentação disponível (logotipo, panfleto, cartão de visita)?

Logotipo, apenas

10. A empresa utiliza alguma ferramenta de marketing/divulgação atualmente?

Não

11. Endereço do site atual:

www.useatletika.com.br

Sobre os concorrentes

12. Quais são seus principais concorrentes (cite pelo menos três)?

Indireta multimarcas: [Shein](#)

Diretos: [Honey Be](#), [DLK Modas](#), [Kaisan](#), [Fit Urban](#), [Angê](#), [Ohzen](#), [Bystep](#), [Communia](#), [Cajubrasil](#)

13. Quais os pontos fortes de seus concorrentes?

Capilaridade, marca conhecida, estrutura, marketing e recurso financeiro

14. Quais os pontos fracos de seus concorrentes?

Fabricação padronizada, qualidade baseada em preço baixo.

15. Quais as vantagens dos serviços/produtos da sua empresa sobre os concorrentes?

O caimento das peças são de acordo com a estrutura corporal “fora dos padrões”. Dessa forma, uma pessoa magra e alta não vai vestir uma legging “curta”. Além disso, a cadeira produtiva tem garantia social: produtos e processos de acordo com os padrões de sustentabilidade. Alguns modelos são exclusivos.

16. Quais as desvantagens dos seus serviços/produtos?

A dificuldade de manter estoque alto dos produtos e de produzir em larga escala sem perder a qualidade.

Sobre o conteúdo

- 17. Cite alguns sites de referência (em relação a cores, forma que é apresentada a informação, tipos de imagens, efeitos de movimento, entre outras particularidades).**

Reserva, Hering e Taco / Insider / Entrprnr

- 18. Público-alvo: quais são os tipos de pessoas que irão acessar o site? (faixa etária, sexo, escolaridade, renda, localização geográfica).**

Jovens e adultas, entre 18 e 40 anos, Brasil. Mas no geral, atendemos pessoas de todas as idades e estamos criando 3 novas linhas: para mulheres, plus-size e infantil.

- 19. Qual é a imagem/sensação que o site deve transmitir aos usuários (cite pelo menos três palavras-chaves)?**

Layout organizado, facilidade de escolha dos produtos e segurança das informações e no processo de pagamento.

- 20. Existe alguma cor de sua preferência para o site?**

Rosa

- 21. Existe alguma cor que deve ser evitada?**

Vermelho

- 22. Quais serão as sessões/páginas do site?**

Geral: home, carrinho de compras, checkout

Cliente: página de cliente, página de pedidos, favoritos

Produto: listagem de produtos, categorias, página de produtos

Institucional: sobre, contato e blog, política de privacidade, termos de uso e política de trocas e devoluções

23. Descreva um breve resumo do conteúdo a ser exibido em cada sessão do site.

A home precisa trazer os principais produtos, promoção e tipos de vestuário que o site oferece. Nas páginas dos produtos precisa ter opção para calcular o frete, escolher tamanho e cores, além de exibição de fotos em alta qualidade, assim como descrição detalhada das peças. Sobre, um breve histórico da marca e seu objetivo e na página de contatos, um formulário para a cliente entrar em contato com a gente.

24. Qual é o fator mais importante a ser explorado na página inicial?

Passar a mensagem de que o produto é "perfeito" para a cliente e ter uma vitrine mostrando a qualidade e diferencial das peças.

Sobre os resultados esperados

25. Objetivos a serem alcançados com o projeto?

Captar clientes (leads) e gerar vendas online

26. Prazo para desenvolvimento e/ou cronograma?

3 meses

27. Qual o valor total da verba disponível para o projeto?

A negociar

28. Qual o valor mensal da verba disponível para consultoria web (manutenção, atualização, marketing digital)?

Não definido

29. Observação final:

O site precisa ser feito para que a própria empresa gerencie seu conteúdo.

30. Cite qualquer informação que você considere pertinente para a realização do projeto que não foi citada anteriormente

N/A