**1. ESTRATÉGIA**

**1.1. Quais são os principais objetivos do site? Informar? Vender? Dar suporte?**

R: Vender produtos de moda streetwear, reforçar a identidade da marca e criar um ambiente de conexão colaborativa entre pessoas com o mesmo estilo de vida.

**1.2. Que tipo de site ele é? Puramente promocional? Institucional? Uma publicação? Uma loja? Um hot site?**

R: Uma loja virtual com elementos institucionais e promocionais que fortalecem o posicionamento da marca como referência em estilo urbano.

**1.3. Quais são as mensagens mais importantes que o site deve passar aos visitantes?**

R: Estilo de vida urbano, autenticidade, liberdade criativa e um senso de pertencimento a um grupo com interesses e valores em comum.

**1.4. Quais são os planos para promover o site?**

R: Estratégias em redes sociais, colaborações com influenciadores do universo urbano, ações em eventos e mídia digital segmentada.

**2. INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O WEB SITE**

**2.1. Descreva o negócio/produto/empresa como se fosse uma pessoa. É sério? Jovem? Confiável? …?**

R: Jovem, moderno, criativo e confiável. Alguém com forte senso estético, que valoriza autenticidade e se conecta com pessoas que compartilham referências culturais urbanas.

**2.2. Quais são os pontos fortes e fracos do negócio/produto/empresa? Por quê?**

R: Ponto forte: Identidade visual marcante, abordagem colaborativa, curadoria criativa e alinhamento com subculturas urbanas.  
Ponto fraco: Marca em fase inicial de consolidação, com reconhecimento ainda em construção.

**2.3. Qual a mensagem que melhor descreve o conteúdo/atuação do negócio/produto/empresa?**

R: Expressão autêntica da cultura urbana por meio de produtos que conectam pessoas com visão semelhante.

**3. PÚBLICO-ALVO**

**3.1. Qual é o público-alvo? O que você pode nos contar sobre ele? Descreva interesses, necessidades e o que mais souber a respeito.**

R: Jovens adultos entre 20 e 50 anos, moradores de grandes centros urbanos, com interesse em skate, BMX, música e design. São exigentes com estética, prezam por exclusividade e se atraem por marcas que refletem autenticidade e criatividade.

**3.2. O que o site irá oferecer ao seu público-alvo?**

R: Produtos exclusivos de streetwear, experiências de compra imersivas, conteúdos inspiradores e uma plataforma que valoriza a troca criativa entre pessoas com interesses similares.

**3.3. O que os visitantes devem fazer no site?**

R: Comprar produtos, explorar a visão da marca, engajar com conteúdos autorais, assinar newsletters e se identificar com uma rede de pessoas com o mesmo mindset.

**4. CONTEÚDO**

**4.1. Quais são as seções e funcionalidades que precisam existir?**

R: Loja virtual com filtros inteligentes, página “sobre” com manifesto da marca, área com conteúdos editoriais, seção de lançamentos e suporte ao cliente eficiente.

**4.2. Você já tem os textos, fotos, vídeos ou outros materiais para o conteúdo do site?**

R: Ainda não. Todo o material será criado com base na nova identidade visual e linguagem da marca.

**5. APARÊNCIA (DESIGN)**

**5.1. Você já tem alguma ideia para a aparência do site? Anote suas ideias para aproveitar depois.**

R: Visual impactante e elegante com grafismos ousados. Paleta de cores contrastantes, navegação fluida e estética flexível que se adapta a produtos como camisetas, adesivos e acessórios.

**5.2. Existem padrões existentes, como logotipos e cores, que devem estar presentes?**

R: Ainda em desenvolvimento. A proposta inclui criação de um mascote visual e um sistema gráfico que fortaleça a identidade da marca.

**5.3. Quais são alguns sites da web que você gosta? O que você gosta a respeito deles? Se possível, envie links de referência.**

R: Supreme, HUF, Stüssy — por seu design marcante, coerência de marca e como transmitem lifestyle com sofisticação urbana.

**5.4. Dê alguns exemplos de sites que não gosta e por que não gosta.**

R: Sites com excesso de pop-ups, banners ou anúncios, que comprometem a experiência estética e afastam um público mais seletivo.

**6. OUTROS**

**6.1. Quem são seus concorrentes? O que é mais preocupante em relação a eles? Teria alguma informação mais detalhada a respeito?**

R: Concorrentes nacionais como Bolovo, Desgosto e YourID; internacionais como Supreme, Vans, HUF, Thrasher e Stussy. A principal preocupação é diferenciar-se com um posicionamento visual e narrativo único, sem perder autenticidade.

**6.2. O que não pode haver no website, em função dos concorrentes?**

R: Anúncios de terceiros, falta de curadoria visual ou qualquer elemento que dilua o posicionamento premium e criativo da marca.