

CEUB
Ciência da Computação
Interação Homem-Computador
Prof. Valdemir S Silva

Alexandre Fonseca Borges – **22208161**
Bryan Braga Vourakis Barbosa – **22207300**
Leonardo Martins Araújo – **22201160**
Victor Gabriel de Freitas Passos – **22202882**

BRIFIENG

1. SOBRE A EMPRESA

1.1. Endereço:

QS 01, Lotes 01/17 - Taguatinga, Brasília - DF, 72025-120

1.2. Ramo de atuação e tempo de mercado:

Venda de jogos

1.3. Produtos e/ou serviços oferecidos:

Jogos online, acessórios para videogame, gift cards e assinaturas.

1.4. Quais os diferenciais da empresa?

Encontrar jogos para todas as plataformas em um só lugar.

1.5. Qual a Filosofia?

Diversidade de títulos, qualidade, confiança, comunidade, engajamento, inovação, acessibilidade e inclusão.

1.6. Qual a missão?

Trazer uma biblioteca de jogos diversificada em um só lugar.

1.7. Qual a visão?

A PlayBox visa atingir notoriedade no mercado de venda de jogos, competindo frente a frente com as empresas dominantes atualmente, proporcionando a melhor experiência.

1.8. Quais os valores?

Segurança, confiabilidade, inovação, diversidade

1.9. Quais são as empresas parceiras?

Ainda não há.

1.10. Quais são os clientes?

Entusiastas de videogame de todas as idades.

1.11. Quais os cases da empresa?

Ainda não há um case.

2. SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO SITE

2.1. Quais serão os objetivos da empresa com o desenvolvimento do site?

- Facilitar o acesso dos clientes aos produtos oferecidos pela empresa.
- Aumentar as vendas através de uma plataforma online.
- Fornecer informações detalhadas sobre os jogos disponíveis.
- Oferecer uma experiência de compra conveniente e segura.

CEUB

Ciência da Computação

Interação Homem-Computador

Prof. Valdemir S Silva

2.2. Como a Web poderá melhorar o dia-a-dia?

- Acesso fácil a uma ampla variedade de jogos de diferentes plataformas.
- Possibilidade de comprar jogos sem sair de casa.
- Recursos de pesquisa avançada para encontrar os jogos desejados rapidamente.
- Avaliações e comentários de outros usuários para ajudar na tomada de decisão de compra.

2.3. Qual o Público Alvo do Site? Faixa etária?

- Adolescentes e adultos jovens, geralmente entre 13 e 35 anos.
- Entusiastas de videogames de todas as idades.

2.4. Que tipo de informação deseja veicular?

- Os jogos disponíveis para compra.
- Descrições detalhadas dos jogos, incluindo requisitos de sistema, enredo e recursos.
- Preços e disponibilidade dos jogos.
- Ofertas especiais, promoções e descontos.

2.5. Quais são os itens e funcionalidades que precisam existir?

- Catálogo de jogos organizado por categoria, plataforma e gênero.
- Páginas individuais de produtos com fotos, descrições e avaliações.
- Carrinho de compras e processo de checkout seguro.
- Sistema de busca avançada.
- Recursos de filtragem para refinar os resultados de pesquisa.
- Conta do usuário para gerenciar pedidos e informações pessoais.

2.6. Que informação do site mudará? Com que frequência e com que abrangência?

- Disponibilidade de novos jogos.
- Promoções e descontos sazonais.
- Atualizações de preços e estoque.

Essas mudanças devem ocorrer com frequência, especialmente com o lançamento de novos jogos ou ofertas especiais.

2.7. O site precisará de alguma área Dinâmica?

[x] SIM [] NÃO

2.8. Qual (is)?

- Uma seção de "Destaques" na página inicial para novos lançamentos e ofertas.
- Carrossel de notícias.

2.9. Quantas pessoas possuem e-mails da empresa?

A quantidade de pessoas com e-mails da empresa pode variar, mas é importante garantir que todos os funcionários envolvidos no gerenciamento do site tenham acesso aos e-mails institucionais.

2.10. Quem confere o e-mail institucional da empresa?

O e-mail institucional da empresa geralmente é conferido pela equipe de suporte ao cliente, gerentes de vendas e equipe de marketing.

2.11. Tem alguma objeção no desenvolvimento do site? (cores, não quer animações, site pesado, por exemplo).

- Cores inadequadas que não combinam com a estética dos jogos.
- Animações excessivas que podem tornar o site lento ou confuso para os usuários.
- Um site pesado que pode afetar o desempenho em dispositivos móveis ou conexões de internet mais lentas.
- Complexidade excessiva no processo de checkout, o que pode desencorajar os clientes de concluírem suas compras.

CEUB
Ciência da Computação
Interação Homem-Computador
Prof. Valdemir S Silva

- 2.12. Qual a audiência *target* almejada (número de acessos diários, mensal e anual)?
Diários: 1.000
Mensal: 30.000
Anual: 360.000
- 2.13. Qual a aparência desejada para o site?
[Xbox](#)
[Playstation](#)
- 2.14. Quem são seus concorrentes mais ativos? Quais são seus sites?
[Steam](#)
[Epic Games](#)
- 2.15. A empresa participa de alguma rede social (Orkut, Twitter, Facebook ou outros)?
A empresa ainda não está presente nas redes sociais.
3. SOBRE AS RELAÇÕES ATUAIS COM CLIENTES, PARCEIROS E FORNECEDORES
- 3.1. Qual seria o principal fator de acesso de seus clientes/empresas parceiras?
A busca por jogos de diversas plataformas em um só site
- 3.2. Quais processos burocráticos que podem ser resolvidos com o site?
Registro e licenciamento, políticas de privacidade e termos de serviço, pagamentos e transações financeiras, gerenciamento de estoque e logística, atendimento ao cliente e resolução de problemas, impostos e conformidade fiscal, proteção de dados e segurança da informação e acompanhamento e relatórios.
4. SOBRE O MARKETING DA EMPRESA
- 4.1. A empresa possui logotipo e cores?
☐ SIM ☒ NÃO
- 4.2. Já anunciou em algum tipo de mídia? Se anunciou, onde e se tem uma cópia dos anúncios.
☐ SIM ☒ NÃO
- 4.3. Material gráfico, papelaria?
☐ SIM ☒ NÃO
- 4.4. Tem alguma documentação disponível (logo, folders, manuais, textos, históricos etc)?
☐ SIM ☒ NÃO
- 4.5. Possui um Slogan?
☐ SIM ☒ NÃO
- 4.6. Como a sua empresa é divulgada atualmente, quais as ferramentas de marketing utilizadas?
No momento, a empresa não é divulgada
- 4.7. Quais são os planos para promover o site?
Marketing