

**GRUPO: DÉPAYSER**  
**CAMPUS: PINHEIROS**  
**CURSO: PMK/NOTURNO**

*HUG - Roupas Fitness Plus Size*



## **POSICIONAMENTO DA MARCA**

**ACREDITE NOS SEUS SONHOS.  
ACREDITE NO SEU POTENCIAL.  
ACREDITE NO SEU CORPO.**

*- HUG*

### **CONTEXTO DO POSICIONAMENTO**

**A HUG QUER INCENTIVAR PESSOAS QUE  
INDEPENDENTE DO CORPO, QUEREM REALIZAR SEUS  
SONHOS. TODOS PODEM SE SENTIR BEM E SE  
VESTIR BEM INDEPENDENTE DO TAMANHO.**

**A HUG QUER ESTAR PRESENTE NA VIDA DAS  
PESSOAS, INCENTIVANDO-AS ACREDITAR NO SEU  
POTENCIAL.**

*- EQ. MARKETING DA HUG*

### **DEPOIMENTO**

**"QUANDO FALAMOS EM ROUPAS FITNESS PARA  
TAMANHOS MAIORES SEMPRE ENCONTRO MAIS  
DO MESMO, NÃO ACHO PROPRIAMENTE UMA  
ROUPA COM BOM CAIMENTO, QUE ME FAÇA SE  
SENTIR BEM, OU TER PRAZER EM VESTIR."**

*- MARÍLIA LOURENÇO LIMA*

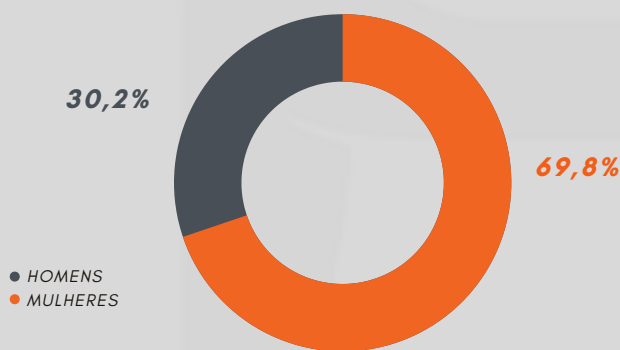
## CARACTERÍSTICAS DO CONSUMIDOR FINAL

O NOSSO PÚBLICO SERÁ VOLTADO PARA AQUELES QUE QUEREM SE SENTIR "ABRAÇADO", OU SEJA AQUELES QUE QUANDO VÃO COMPRAR UMA ROUPA MAIOR, NÃO CONSEGUIR LOCALIZAR, AQUELAS PESSOAS QUE QUEREM TER UMA ROUPA PARA CUIDAR DA SAÚDE NO DIA-A-DIA, IR CAMINHAR E OU ESPORTE QUE MAIS AMA.

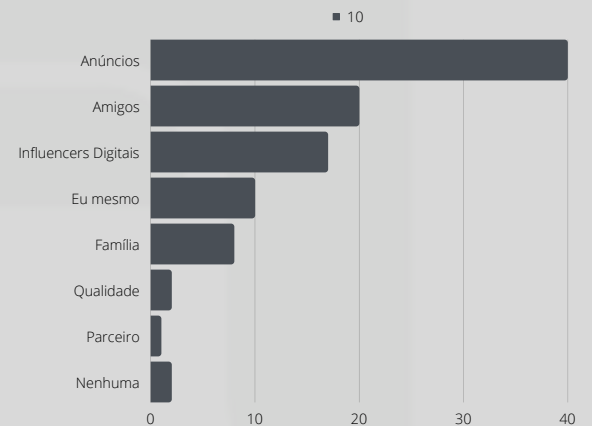
E ESSE NOSSO PÚBLICO É DA FAIXA DE 18 ANOS ATÉ 40 ANOS COM HÁBITOS DE COMPRAS POR ANÚNCIOS BEM ESTRUTURADOS, E OU POR FAMÍLIA E AMIGOS, E UM DOS MAIORES FATORES, SERÃO OS INFLUENCIADORES DIGITAIS. (BOCA A BOCA).

### ANÁLISES

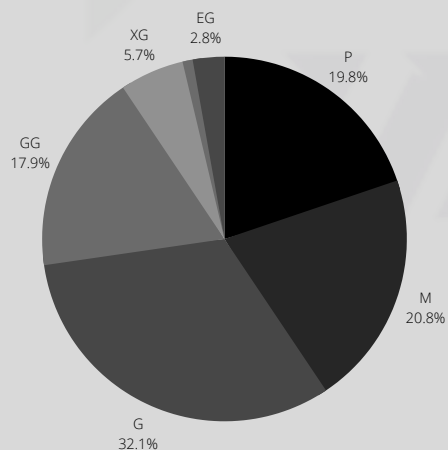
- INTENÇÃO DE COMPRA DE ACORDO COM O GÊNERO



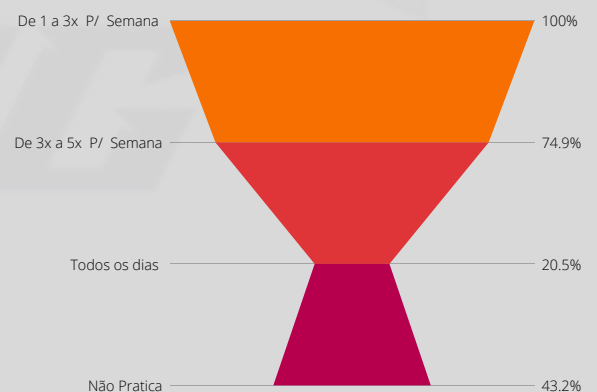
- QUEM INFLUÊNCIA A SUA COMPRA DE ROUPAS ESPORTIVAS



- QUAL TAMANHO DE ROUPA VOCÊ COSTUMA USAR



- COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ PRÁTICA EXERCÍCIOS FÍSICOS?



COM BASE DE DADOS DE NOSSA PESQUISA, CONCLUÍMOS QUE:

**PÚBLICO-ALVO: 18 A 40 ANOS**  
**GENÊRO PRINCIPAL: FEMININO**  
**TAMANHOS: G AO EG**