

# LUMNI

**Equipe:** Layla, Mateus, Samuel e Thalia

**Orientadora:** Tânia Saraiva de Melo

## Briefing

### 1. DADOS BÁSICOS

- **Cliente:** Robsson Gomes de Alencar
- **Responsável:** Robsson Gomes de Alencar(ufólogo)
- **Data:** 21 de Agosto de 2019

### 2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO

- **Nome do projeto:** LUMNI
- **Função / Uso:** Divulgação sobre turismo e relatos ufológicos, troca de experiências e compartilhamento de relatos.
- **Comunicação Atual:** Imersão digital adequado a temáticas ufológicas da cultura local.
- **Categorias do Produto:** Site informativo, fórum, ufologia, site publicitário.
- **Produto / Serviço:** Site informativo com temática ufológica. Servirá de ponte entre usuários na troca de experiências e possibilitará compra de produtos estilizados.
- **Locais de Uso:** Locais com acesso à internet.
- **Percepção / Imagem no mercado:** Enigmático, curioso, estranho, desconhecido, intrigante, misterioso, informativo.
- **Imagens e símbolos:** Espaço, Extraterrestre, OVNI, Luzes, Nave espacial.

### 3. PROJETO

- **Problema:** Descaso quanto o reconhecimento cultural ufológico pela falta de seriedade na divulgação de informações sobre o assunto, além do desaproveitamento turístico ufológico reconhecido na região.
- **Oportunidade:** Quixadá é reconhecida nacionalmente pelas suas lendas populares envolvendo eventos paranormais extraterrestres, todavia, esta cultura também é celebrada regionalmente, visa-se, então, se apropriar desta cultura ufológica quixadaense para criar um meio de entretenimento cultural e nacional, a partir de uma exposição ligada diretamente ao imaginário coletivo contemporâneo da população de Quixadá.
- **Contexto de Uso:** O site poderá ser usado através de computadores e dispositivos móveis com acesso à internet.
- **Razões / Motivações:** Criar um espaço informativo comunitário destinado a elementos da cultura ufológica.
- **Influências:** Influências partem da produção cultural e simbólica feita em Quixadá que tenha relação com os supostos avistamentos e contatos com vida extraterrestre.
- **Condições ou Restrições de uso:** Falta de meios de comunicação com acesso à internet.
- **Restrições gerais:** Nenhuma restrição legal foi levantada.

### 4. CONCORRÊNCIA

- **Concorrentes Diretos:** Loja UFO, Fenômeno UFO, Portal UFO.
- **Concorrentes Indiretos:** Site de curiosidades, Mega Curioso, Super Interessante.
- **Concorrentes Substitutos:** Não conseguimos identificar.
- **Preços praticados:** Loja UFO - entre R\$ 20,00 e R\$ 50,00
- **Pontos positivos:** Loja UFO e Portal UFO - Apresentam um design agradável, legibilidade, informações organizadas, grande acervo de vídeos e livros temáticos.
- **Pontos negativos:** Loja UFO - Preços de produtos muito altos, pouca diversidade de produtos à venda, Fenômeno UFO - Plano de fundo incômodo, má legibilidade.
- **Posicionamento no mercado perante a concorrência:** O site contempla uma exposição interativa-imersiva ainda não explorada em relação aos seus concorrentes, além de trabalhar com venda de produtos personalizados.

### 5. IMAGEM DO CLIENTE E PRINCIPAIS DIFERENCIAIS

- **Diferenciais:** Ser uma plataforma voltada apenas para ufologia em Quixadá.

- **Contribuição:** Contribuir com a identidade da cidade de Quixadá e seu reconhecimento na área ufológica.

## 6. PÚBLICO ALVO E POSICIONAMENTO NO MERCADO

- **Identificação:** Pessoas que tenham interesse em ufologia
- **Segmentação:** Turistas, interessados em ufologia e ufólogos
- **Influências:** Contato com supostas histórias de avistamentos e abduções. Ufologia, Imaginário popular, cinematográfico.
- **Hábitos e Costumes:** Curiosidade sobre aparições de extraterrestres, conhecimento prévio sobre o assunto, hábito em usar tecnologias digitais.
- **Valores estéticos:** design organizado, fácil compreensão, sério.
- **Valores culturais:** Ufologia, abdução, OVNI's, imaginário popular, lendas e experiências pessoais.
- **Valores tecnológicos:** comunicação, redes sociais, acessibilidade.
- **Benefícios:** informação sobre ufologia de forma séria, entretenimento, turismo para Quixadá.
- **Formas de Aquisição:** Compras de produtos online através do site.
- **Motivação para aquisição:** O site oferece produtos personalizados estilizados que fazem parte da identidade dos usuários.
- **Condições por sexo, idade, escolaridade:** Pessoas de qualquer gênero, de qualquer ofício ou área de conhecimento que consiga acessar a internet.