**➤ I D E N T I F I C A Ç Ã O**

**Cliente**

Nossos clientes são tanto pessoas que querem personalizar seu automóvel quanto aqueles que buscam algum reparo.

**Como o produto/serviço é feito?**

Através do site oficial da Turn Motors você pode nos contatar para personalizar seu veículo ou prestar algum preparo. No mesmo site existem produtos para carros.

**Qual a utilidade do produto?**

Além de utilidade artística a Turn Motors tem como um de seus serviços a manutenção de automóveis e a venda de utensílios da área automobilística.

**Qual a imagem do produto/marca/serviço no mercado?**

Mesmo sendo uma empresa relativamente nova, a Turn Motors é uma empresa com potencial de ascensão grande por seu maior diferencial, o e-commerce que entrega para 20 estados do Brasil.

**Quais os diferenciais da marca/produto em relação aos seus concorrentes?**

Além de fornecermos um serviço de personalização e de conserto de veículos, a Turn Motors é também um e-commerce que vende peças para carros e motos.

**Quais as influências culturais e ambientais que a marca enfrenta?**

No Brasil a customização é algo pouco visto em carros comuns, sendo mais comum na área de sons.

**Frequência de uso pelo consumidor**

Alta  Média  Baixa

**Uma breve história do produto/serviço ou marca.**

Fundada em 2020, atualmente nossa empresa possui 20 unidades espalhadas pelo Brasil, onde satisfazemos as necessidades dos clientes com os seus veículos de maneira eficiente e com um baixo custo. A ideia da criação da empresa surgiu com o objetivo de inovar no mercado, trazendo um sistema de negócios com um diferencial, visando um maior dinamismo na personalização dos veículos e fazer com que os clientes pudessem expressar melhor sua criatividade e transpô-las sem dificuldades e sem podar suas ideias. Durante nossa jornada tivemos diversas dificuldades, principalmente com a divulgação da nossa empresa e com o enfraquecimento da economia, mas independente de tudo buscamos incessantemente a permanência de altos padrões de qualidade e conduta ética. Valorizamos e acreditamos nos funcionários, pois prestam um papel fundamental no desenvolvimento da empresa. E principalmente temos um grande comprometimento com o cliente.

**Por que a marca leva esse nome?**

Porque a marca está focada no serviço de personalização de automóveis, mais conhecido como Tunagem.

**Categoria mercadológica do negócio (ramo de atividade)**

Venda de produtos automobilísticos, personalização e manutenção de veículos.

**Quais empresas são inspiradoras para a marca?**

Tunne

Tuning Part

3d Tuning

Shibuya Garage

**A marca possui slogan? Se sim, qual?**

Sim, “Olha o ronco”

**Pontos positivos e negativos da marca atualmente.**

Alto Local de Abrangência

Equipe dedicada

Facilitação de processos para a personalização

Empresa Relativamente Nova

Alta concorrência

Alto custo

**Perfil do consumidor (sexo, idade, profissão...)**

São pessoas de classe média baixa, em sua maioria homens, na faixa etária de 25 a 45 anos.

**Razão de Compra do produto**

Racional – (necessidade, sobrevivência, produtividade...)

Emocional – (sentimentos, apelos, apegos, vontades, desejos...)