



## AUDITORIA COMPETITIVA

# Objetivos & Métodos

### OBJETIVO

A maioria das pessoas diz que não tem o hábito de comprar flores ou plantas por causa do preço, outra metade diz não ter como ir até o local por falta de tempo.

### QUESTÕES DE PESQUISA

Como é a aparência do local, app ou site?

Existe algum incentivo para ir até o estabelecimento?

O design atrapalha no interesse do usuário?

### PROCEDIMENTO

Analisei esses aspectos de cada floricultura e seu design de aplicativo ou site:

- Público
- Primeiras Reflexões
- Interação do Usuário
- Design Visual
- Conteúdo

### QUEM SÃO OS PRINCIPAIS CONCORRENTES?

Grandes, médias floriculturas que abordem as gerações: x, y, z.

### QUAL É O TIPO E A QUALIDADE DOS PRODUTOS?

Todas apresentam uma grande variedade de produtos. Algumas apostam na venda além das flores, como chocolates, cartões etc.

### COMO ELES SE POSICIONAM NO MERCADO?

A maioria não tem uma presença forte online, seu crescimento ocorre mais por contatos e parcerias de fora do mundo virtual.

### PONTOS FORTES DOS CONCORRENTES?

- Uma boa estrutura.
- E-commerce eficaz.
- Atendimento rápido.

### PONTOS FRACOS DOS CONCORRENTES?

- Ambiente físico não atrativo.
- Sem um design system para padronizar a empresa.
- Pouca atenção para a acessibilidade

### LACUNAS

Todos apresentaram uma pouca atenção para a codificação de seus sites, não conseguindo acessar com eficácia pessoas que necessitam de leitores de tela.

### OPORTUNIDADES

- Dar mais atenção para a estrutura do site tanto desktop quanto mobile.
- Criar um espaço aconchegante para atrair os usuários até o local.
- Espécimes exóticos
- Planos com descontos.