

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMIENTO

# IT LOOK

WEBSITE + INSTAGRAM | <https://www.instagram.com/itlookoficial/>

13<sub>/20</sub>

Media

# SCORE OVERVIEW

Diferenciacao e Posicionamento



3/4

Clareza da Proposta



3/4

Linguagem e Conexao



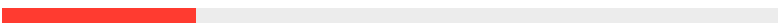
4/4

Credibilidade e Confianca



2/4

Jornada e CTA



1/4

13

/20

Media

# CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

A IT LOOK possui posicionamento claro baseado em alfaiataria como elemento organizador e produção própria desde 1983. O manifesto estabelece valores sólidos (permanência, processo, intencionalidade) que a diferenciam do fast fashion. Porém, a comunicação desse diferencial não é amplamente destacada na jornada de compra.

## EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Base é a alfaiataria. Ela organiza, protege, revela, Produção própria — controle e cuidado na fabricação, Desde 1983, construímos moda com estrutura

### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Tornar o diferencial 'produção própria + 40 anos de história' mais visível na homepage e páginas de produto, não apenas no manifesto

3

/4

## CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta 'Criar roupas para mulheres que escolhem, que sabem quem são' é clara e compreensível em menos de 10 segundos. O benefício de 'estrutura com liberdade' comunica bem o valor. Porém, requer leitura do manifesto para ser totalmente compreendida — não está imediatamente visível na navegação principal.

3

/4

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Vestir mulheres poderosas e independentes de forma moderna e atemporal, Modelagens que valorizam a silhueta e acabamentos impecáveis, Estrutura com liberdade; presença com naturalidade

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Inserir a proposta de valor principal no header ou hero section do site, visível sem necessidade de clique adicional

## CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO

Excepcional. O manifesto usa linguagem poética e empoderadora que ressoa profundamente com o público-alvo: 'Acreditamos na mulher que chega antes de ser anunciada. Naquela que ocupa o espaço sem pedir licença.' Cria conexão emocional forte com mulheres que buscam autonomia e presença.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Acreditamos na mulher que chega antes de ser anunciada, Naquela que ocupa o espaço sem pedir licença, Mulheres que escolhem viver com ritmo e segurança

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (4 → 4)

Manter este padrão de linguagem em todas as touchpoints (páginas de produto, checkout, e-mails) — atualmente concentrado apenas no manifesto

4

/4

## CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

A empresa tem 40+ anos de história (desde 1983) e produção própria, mas essa credibilidade não é comunicada de forma visível. Não há depoimentos, avaliações de produtos, selos de segurança ou prova social na homepage. Reclame Aqui indica 'sem reputação definida' (menos de 10 reclamações), o que é neutro.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Empresa familiar com mais de 30 anos de história, Mesmo ponto físico desde 1983, Ausência de avaliações/depoimentos visíveis no site

2

/4

### OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Adicionar seção de depoimentos, avaliações por produto, selos de segurança, e destacar '40 anos de história' no footer ou header

## CRITERIO 5: JORNADA E CTA

CTAs funcionais existem ('Comprar', 'Ver todos os produtos'), mas são genéricos e transacionais. Não há jornada guiada que conduza a cliente desde a descoberta até a compra com narrativa coerente. Faltam CTAs emocionais alinhados ao manifesto ('Encontre sua estrutura', 'Descubra peças que duram').

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Comprar, Ver todos os produtos, Calcular frete, Login / Cadastre-se

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (1 → 2)

Criar jornada narrativa com CTAs alinhados ao posicionamento: 'Conheça o Manifesto', 'Descubra a Alfaiataria Perfeita', 'Vista Sua Estrutura'

1  
/4

# ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada critério

**Diferenciação e Posicionamento:** Tornar o diferencial 'produção própria + 40 anos de história' mais visível na homepage e páginas de produto, não apenas no manifesto

**Clareza da Proposta:** Inserir a proposta de valor principal no header ou hero section do site, visível sem necessidade de clique adicional

**Linguagem e Conexão:** Manter este padrão de linguagem em todas as touchpoints (páginas de produto, checkout, e-mails) — atualmente concentrado apenas no manifesto

**Credibilidade e Confiança:** Adicionar seção de depoimentos, avaliações por produto, selos de segurança, e destacar '40 anos de história' no footer ou header

**Jornada e CTA:** Criar jornada narrativa com CTAs alinhados ao posicionamento: 'Conheça o Manifesto', 'Descubra a Alfaiataria Perfeita', 'Vista Sua Estrutura'



## TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

1. Adicionar avaliações de produtos e depoimentos de clientes na homepage e páginas de produto — implementar sistema de reviews em 7 dias via app de e-commerce ou formulário manual inicial
2. Inserir proposta de valor principal no hero section do site: 'Desde 1983, vestimos mulheres que escolhem. Alfaiataria com estrutura, liberdade e permanência.' — destacar 40 anos de história
3. Reescrever CTAs transacionais para CTAs emocionais alinhados ao manifesto: 'Comprar' → 'Vista Sua Estrutura', 'Ver Coleção' → 'Descubra Peças Que Duram', 'Cadastre-se' → 'Junte-se às Mulheres Que Escolhem'

### PERSONA PRIMARIA

Mulher, 30-50 anos, profissional independente, busca roupas com qualidade e durabilidade, valoriza alfaiataria e peças versáteis para trabalho e ocasiões formais, disposta a pagar mais por peças que 'duram'

Conflito: Tensão entre linguagem poética/empoderada (atrai persona secundária consciente) e execução transacional/genérica do e-commerce (atende apenas persona primária funcional). O manifesto fala com a alma, mas a loja fala com o bolso.

# PROXIMOS PASSOS

Implemente as acoes recomendadas e acompanhe a evolucao do seu PUV Score.

## DESBLOQUEAR RELATORIO COMPLETO

Plano detalhado com 6 secoes de recomendacoes

QR CODE

- Grupo FNW - PUV SCORE - Coop.Diana Senciente.