

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMIENTO

IT LOOK

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

14_{/20}

Forte

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



2/4

14

/20

Forte

CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

A IT LOOK possui posicionamento claro em alfaiataria feminina com manifesto bem elaborado ('Acreditamos na mulher que chega antes de ser anunciada'). Os 43 anos de história (desde 1983) e produção própria são diferenciais relevantes. Porém, o posicionamento compete diretamente com grandes players como Zara, C&A e Renner no mesmo segmento de alfaiataria acessível.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Manifesto: 'A IT LOOK nasce do fazer contínuo. Do tempo, do trabalho e da decisão de permanecer.', Foco em alfaiataria como base organizadora, Empresa familiar com mais de 30 anos de história, Produção própria no Bom Retiro - SP

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Comunicar mais explicitamente o que torna a IT LOOK única versus concorrentes diretos.
Destacar cases de clientes ou histórias de transformação através das peças.

CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta é clara para o público-alvo: 'Vestir estrutura com liberdade. Vestir presença com naturalidade.' O manifesto comunica bem os valores, mas exige leitura atenta. Em 10 segundos, uma visitante entende que se trata de alfaiataria feminina para mulheres confiantes. Poderia ser mais imediato com headlines mais diretas no Instagram.

3

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Bio e posts focam em alfaiataria feminina, Coleção NUANCE: 'alfaiataria prática, atual e cheia de intenção', Best sellers destacados (blazers, calças, conjuntos), Faixa de preço acessível: R\$49,90 a R\$379,00

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Criar uma headline de 5-7 palavras que resuma a proposta no topo do perfil Instagram e destaques. Ex: 'Alfaiataria para mulheres que ocupam espaço.'

CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO

O manifesto é excepcional na conexão emocional. Frases como 'Naquela que ocupa o espaço sem pedir licença' e 'Mulheres que não precisam provar nada, apenas seguir' ressoam profundamente com mulheres profissionais de 30-50 anos. A linguagem é poética sem ser pretensiosa, criando identificação imediata com o público de mulheres confiantes e estabelecidas.

4

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Acreditamos na mulher que chega antes de ser anunciada.', 'Vestir bem não é sobre chamar atenção — é sobre permanência.', 'Para mulheres que escolhem ritmo e segurança.', Tom empoderador sem ser clichê de autoajuda

OPORTUNIDADE DE SALTO (4 → 4)

Manter o tom atual. Oportunidade: traduzir essa linguagem poderosa em legendas de Instagram mais frequentes e stories que reforcem essa narrativa diariamente.

CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

A marca tem credibilidade histórica (43 anos, empresa familiar) mas NÃO comunica isso efetivamente no Instagram ou site. Não há depoimentos visíveis, avaliações de produtos, números de clientes atendidos, ou prova social explícita. O manifesto menciona 'desde 1983' mas isso está enterrado no site, não em destaque.

2

/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Fundada em 1983 (43 anos) - pouco comunicado, Empresa familiar - mencionado mas não destacado, Endereço físico: Rua José Paulino 345, Bom Retiro - SP, Ausência de depoimentos e avaliações no site, Sem números de clientes ou peças vendidas

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Criar destaque no Instagram 'Desde 1983' com história da marca. Adicionar seção de depoimentos no site e posts com clientes reais. Mostrar números: '+30 anos', '+X mil clientes', '+X mil peças vendidas'.

CRITERIO 5: JORNADA E CTA

CTAs presentes mas fragmentados. Instagram não tem link direto visível nas buscas. Site tem 'Comprar' e 'Cadastre-se', mas falta jornada guiada clara. Não há funnel visível: visitante → seguidora → cliente → embaixadora. Frete grátis a partir de R\$349 é bom incentivo mas poderia ser mais destacado.

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

CTA 'Comprar' no site, WhatsApp: (11) 93922-4274, Frete grátis a partir de R\$349, Seção SALE com até 58% OFF, Programa de cadastro/login

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Criar jornada clara no Instagram: Link na bio → Landing page específica → WhatsApp para dúvidas → Compra. Adicionar CTA em TODOS os posts. Criar sequência de stories com funnel de vendas.

2

/4

ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada critério

Diferenciação e Posicionamento: Comunicar mais explicitamente o que torna a IT LOOK única versus concorrentes diretos. Destacar cases de clientes ou histórias de transformação através das peças.

Clareza da Proposta: Criar uma headline de 5-7 palavras que resuma a proposta no topo do perfil Instagram e destaques. Ex: 'Alfaiataria para mulheres que ocupam espaço.'

Linguagem e Conexão: Manter o tom atual. Oportunidade: traduzir essa linguagem poderosa em legendas de Instagram mais frequentes e stories que reforcem essa narrativa diariamente.

Credibilidade e Confiança: Criar destaque no Instagram 'Desde 1983' com história da marca. Adicionar seção de depoimentos no site e posts com clientes reais. Mostrar números: '+30 anos', '+X mil clientes', '+X mil peças vendidas'.

Jornada e CTA: Criar jornada clara no Instagram: Link na bio → Landing page específica → WhatsApp para dúvidas → Compra. Adicionar CTA em TODOS os posts. Criar sequência de stories com funnel de vendas.

TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

1. Criar Destaque 'Desde 1983' no Instagram com história da marca, fotos antigas, evolução e depoimentos de clientes de longa data. Incluir número de anos de mercado em TODAS as bios e legendas.
2. Implementar sistema de avaliações no site e coletar 20-30 depoimentos de clientes nos próximos 30 dias. Oferecer 10% de desconto na próxima compra para quem enviar foto + relato usando peças IT LOOK.
3. Redesenhar jornada do Instagram: Bio com link único (Linktree ou página própria) → Segmentar por interesse (Novidades, Best Sellers, Sale) → Adicionar CTA claro em cada post ('Comente QUERO para receber link', 'Clique no link da bio', 'Chame no WhatsApp').

PERSONA PRIMARIA

Mulher profissional, 30-50 anos, classe média-alta, que valoriza alfaiataria de qualidade, busca peças versáteis para trabalho e ocasiões sociais, identifica-se com discurso de empoderamento feminino maduro, não quer 'chamar atenção' mas sim 'permanecer' com presença e estrutura.

Conflito: A linguagem do manifesto ('mulher que ocupa espaço sem pedir licença') ressoa mais com a persona primária (35-50 anos, já estabelecida). A persona secundária pode achar o tom muito sofisticado ou distante de sua realidade. O

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.