

“Método para *Briefing* de Projetos em *Retail Design* no Escritório Casa de Projetos”

Ana Carina Lopes de Souza Zimmermann
70ª Defesa - 31 de maio de 2021

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Ma. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti (Orientadora/UNIVILLE)

Prof. Me. Elcio Ribeiro da Silva (Coorientador/UNIVILLE)

Prof. Dr. Anderson Antonio Horta (membro externo/ UEMG)

Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar (membro interno/UNIVILLE)

Resumo:

O varejo vem integrando o consumidor na multicanalidade de vendas - omnichannel¹, e isso está exigindo esforços das empresas e profissionais em adquirir conhecimentos relacionados a tecnologia, branding e marketing, pois independente do canal de venda, as estratégias influenciam a decisão de compra do consumidor. A identificação desta complexidade e dos desafios contemporâneos no campo do retail design² motivou a pesquisa para o desenvolvimento de um método para briefing de projetos em retail design para ser utilizado pela equipe do escritório Casa de Projetos, no qual a pesquisadora é sócia-proprietária. Para atingir o objetivo, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre os temas relacionados a área de estudo e uma pesquisa de campo por meio questionário on-line, entrevista semiestruturada virtualizada com consumidores, clientes e equipe de retail design do escritório Casa de Projetos. A metodologia projetual foi baseada na abordagem do design thinking proposto por Vianna et al. (2012), cujas etapas foram: Imersão, Ideação e Prototipação, além da análise e síntese. O método criado foi validado junto a um cliente, e proporcionou uma maior eficiência pela qualidade das informações levantadas. Espera-se ainda que o método proporcione maior assertividade nos projetos de retail design do escritório.

Palavras-chave: omnichannel; método para briefing; retail design; Casa de Projetos