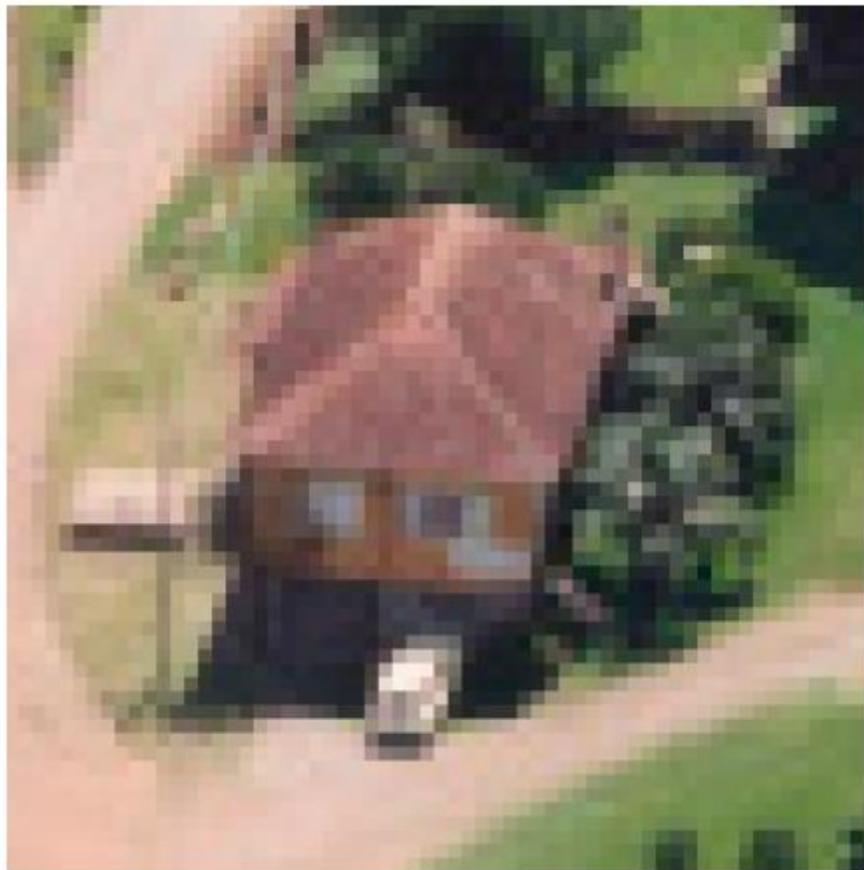


# DA IDEIA AO PROJETO



Processo de desenvolvimento de produto

**<OU>**



«Ou»

Iniciou em um porão de 40m<sup>2</sup>



# PRIMEIRO PRODUTO PRÓPRIO





500m<sup>2</sup>



1997

⟨OU⟩



«OU»

GRUPO  
martiplast®

«OU»

*yoi*



IMOV  
veias  
com.br

BR-116

EUZ 4108

EUZ 4108

F1B6117

CLIENTES



desde 1905  
**Doural**



**TOK&STOK**



**CAMICADO**  
casa com seu estilo.



<OU>

# COMO SURGEM AS IDEIAS



Ferramentas apoiadoras na identificação de **NECESSIDADES**

«**Ou**»



CONHECER O  
MERCADO EM  
QUE ATUA



«Ou»

A person wearing a blue long-sleeved shirt is seated at a wooden desk in a bright, blurred office environment. They are holding a smartphone in their right hand and a pen in their left hand, appearing to be in the middle of a collaborative work process. A laptop is open on the desk to the left, and various office supplies like a notebook and a pen are visible. The background shows a window with natural light and some office furniture.

PROCESSO COLABORATIVO COM OS CLIENTES

«Ou»



NOVOS COMPORTAMENTOS

«OU»



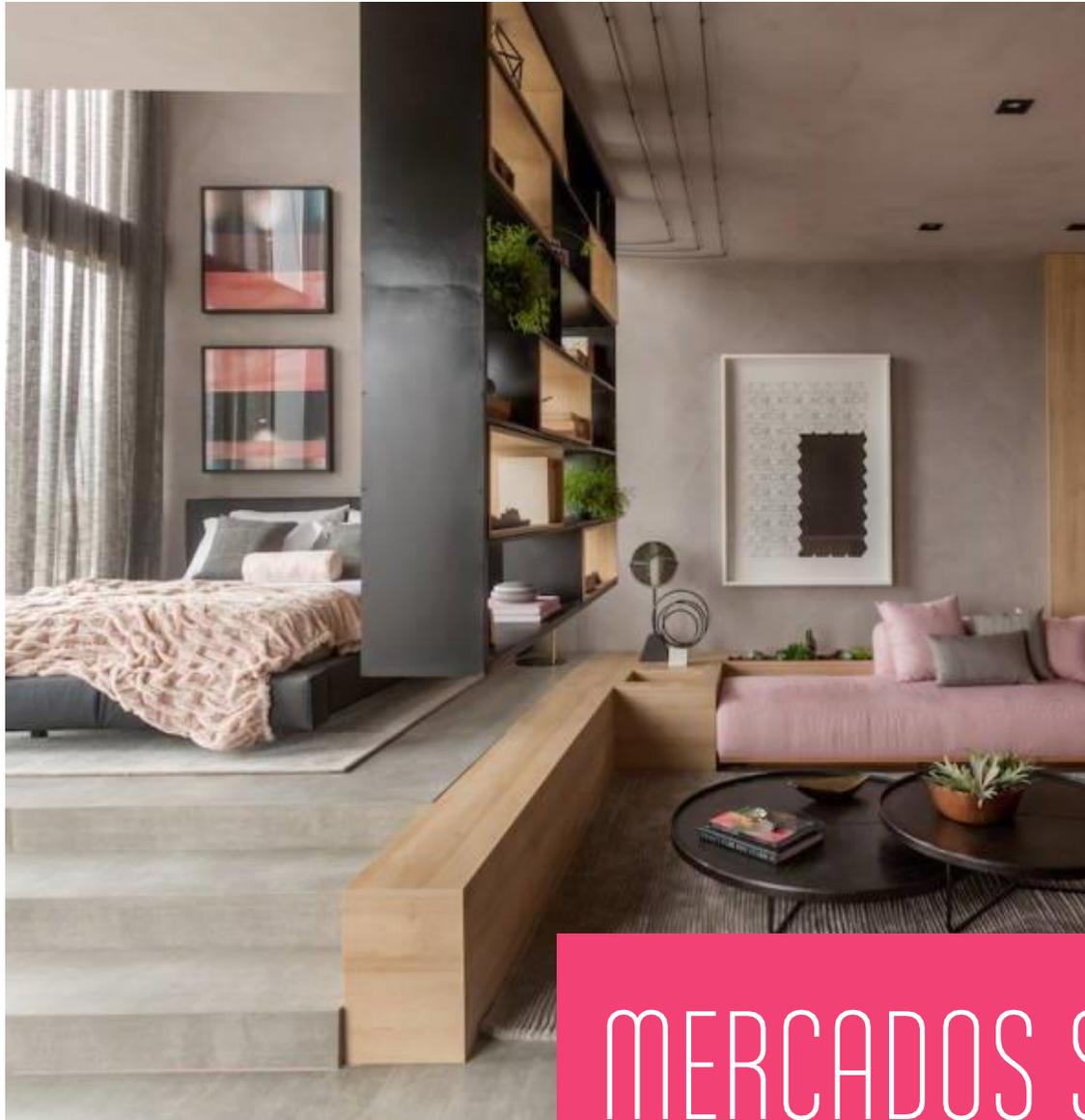
NOVAS GERAÇÕES

«OU»

An elderly couple is shown from the chest up, looking at a laptop screen. The man, on the left, has white hair and is wearing a blue and white checkered shirt. The woman, on the right, has white hair and is wearing a white top with a purple and red striped scarf. Both are smiling warmly. The man's hand is resting on the woman's shoulder. The background is a bright, out-of-focus indoor setting.

NOVOS HÁBITOS

«OU»



MERCADOS SEMELAHANTES



O MUNDO ESTA MUDANDO

<Ou>



# DESAFIO

NÃO PODEMOS DESENVOLVER PRODUTOS INOVADORES  
PARA NECESSIDADES **ULTRAPASSADAS**.

PRECISAMOS DESENVOLVER PRODUTOS INOVADORES  
PARA NECESSIDADES **EMERGENTES**.

«**OU**»



# COLETAR O MÁXIMO POSSÍVEL DE INFORMAÇÃO

MUDANÇAS  
DO  
MERCADO

MUDANÇAS  
DE  
COMPORTAMENTO

CONCORRENTES

«Ou»



# PORTIFÓLIO IDEAL

CICLO DE VIDA  
DOS PRODUTOS

ENTREGAR  
SOLUÇÃO COMPLETA

«Ou»



# ETADAS DO DESENVOLVIMENTO

COMO TRANSFORMAR AS IDEIAS EM PRODUTOS

«**Ou**»



# BRIEFING

DEFINIR O QUE É A IDEIA, E QUAL O PROPÓSITO DO PRODUTO

<Ou>

2

# PESQUISA DE MERCADO

3

CONCEITO

COLOCAR O DESIGN PARA TRABALHAR

<Ou>

DESIGN

MUITO  
ALÉM DA

ESTÉTICA

INTELIGENTE COMO O



IMEDIATO COMO O



FACIL COMO A



VISUAL COMO O



# 4

## COMPARAÇÃO DE OPÇÕES

PRÓS E CONTRAS DE CADA OPÇÃO

«Ou»

# 5

# DEFINIÇÕES

PROTÓTIPOS

COMITÊS  
DE PRODUTO

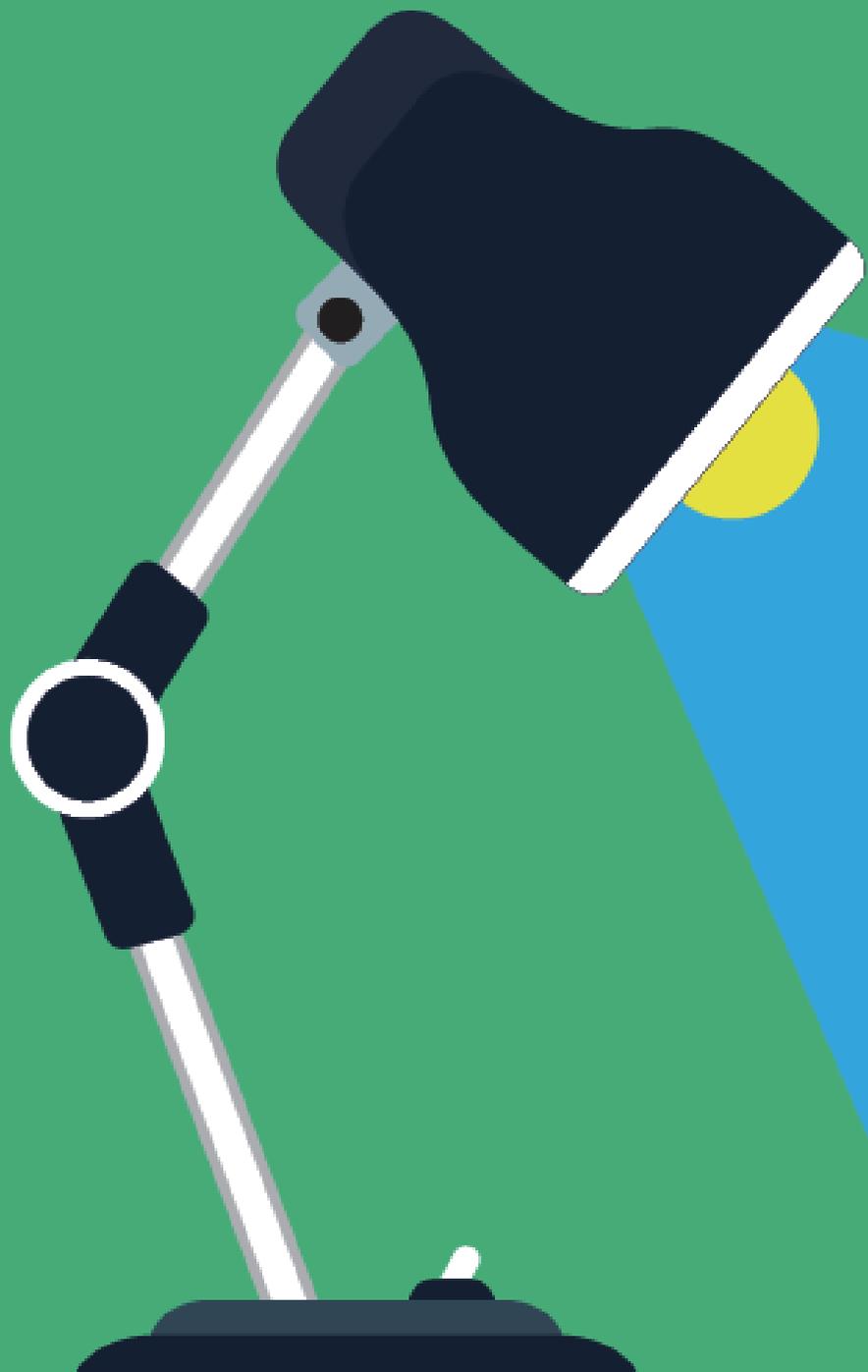
OPINIÃO DE  
CLIENTES e  
CONSUMIDORES

«Ou»

6

# PROCESSO DE FABRICAÇÃO

# CASE

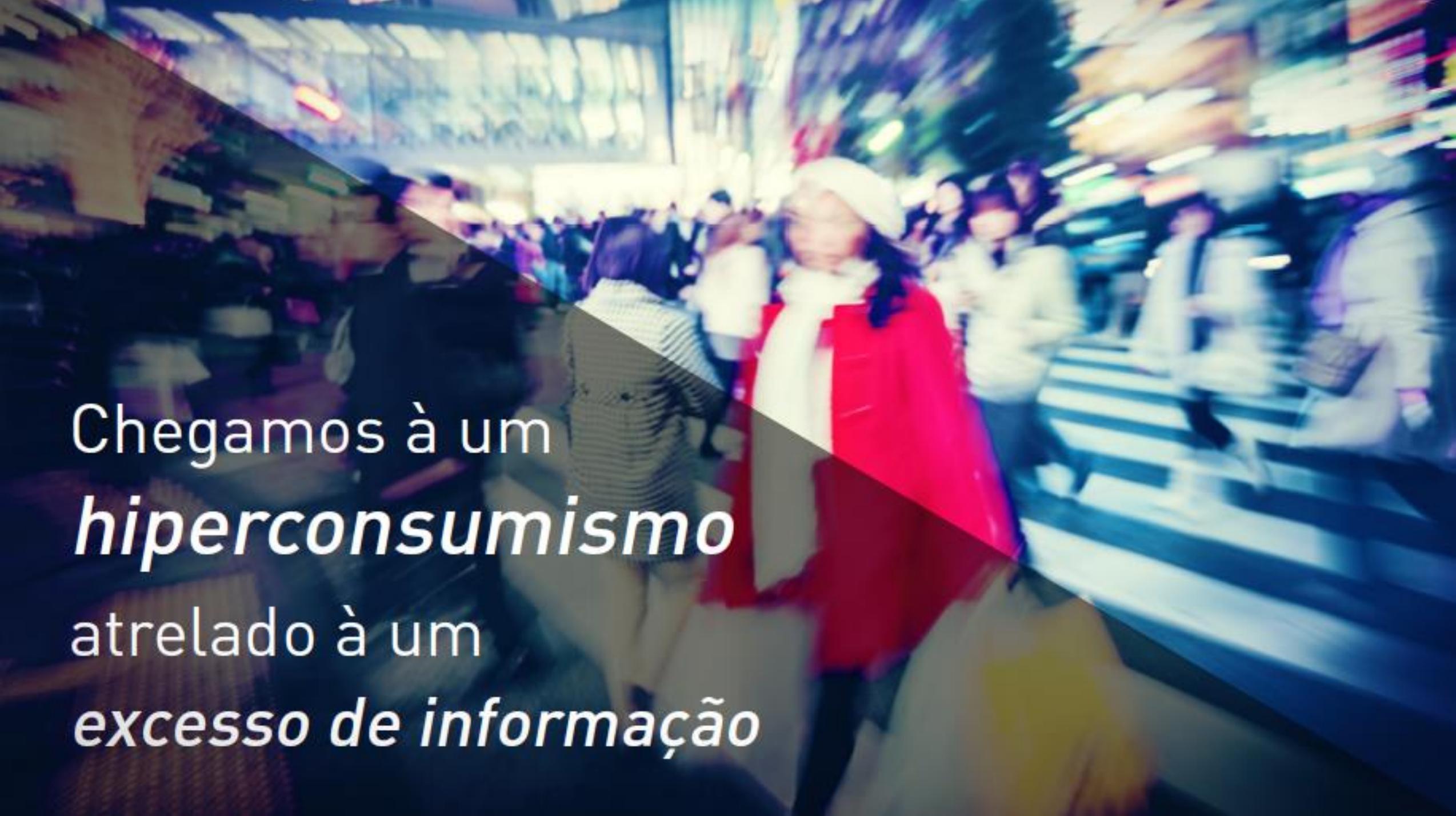


# Tendências e Comportamento

A woman with long, wavy hair is seen from behind, sitting on a wooden pier. She is wearing a dark, sleeveless top. The background shows a calm body of water under a warm, golden sunset sky. The overall mood is peaceful and serene.

Segundo a WGSN,

***vida simples e  
conectada a natureza***  
é tendência de comportamento



Chegamos à um  
*hiperconsumismo*  
atrelado à um  
*excesso de informação*

A group of four people are seated around a wooden table in what appears to be a meeting or collaborative work environment. From left to right: a man in a light blue shirt is looking down at a tablet; a woman with long dark hair is looking at her smartphone; a woman in a red top is also looking at her phone; and a man in a blue polo shirt is pointing at a tablet. The scene is lit with soft, natural light, and there are white mugs and a yellow flower on the table. A semi-transparent dark blue diagonal overlay covers the right side of the image, where the text is placed.

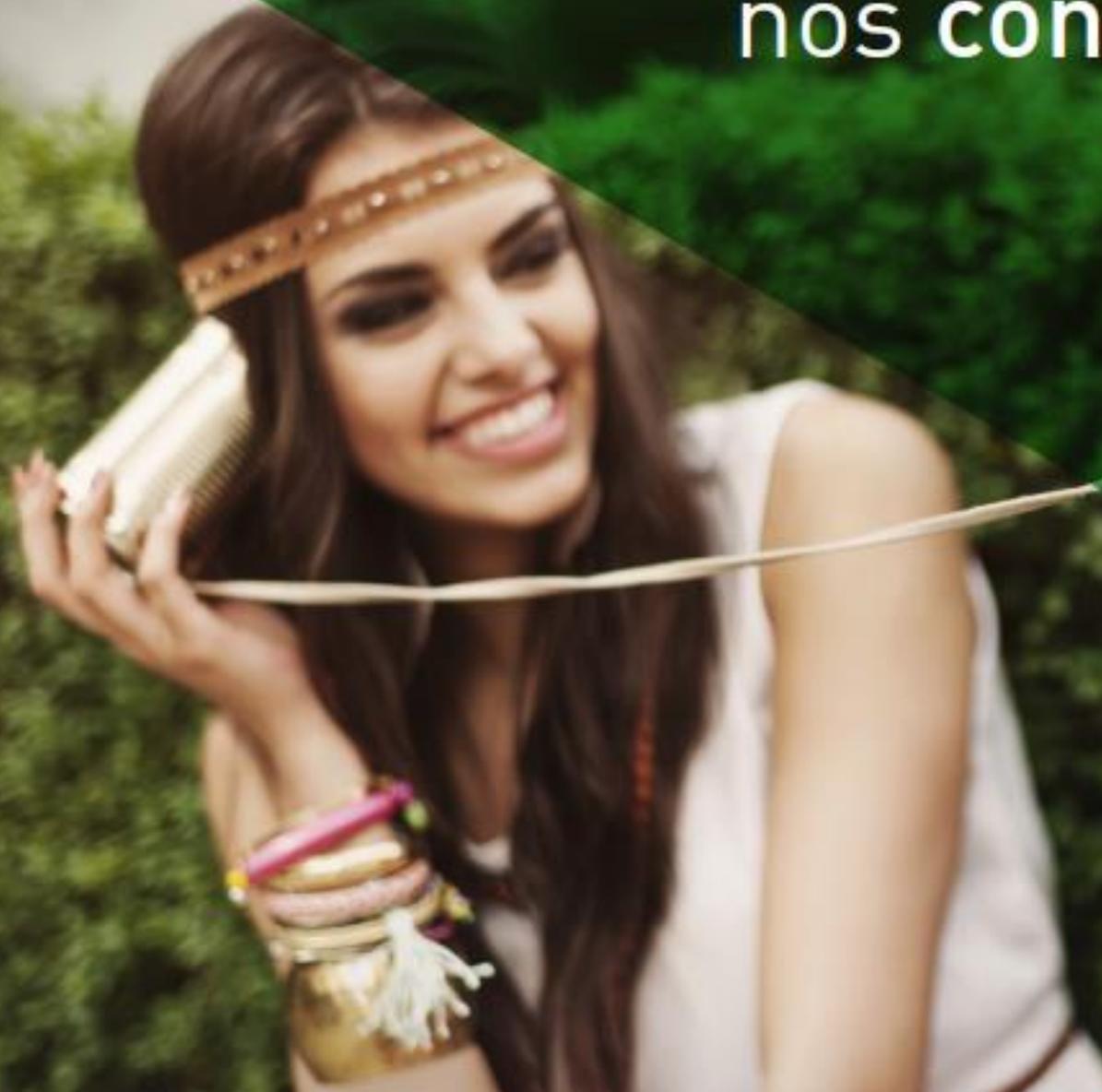
com uma  
*conexão virtualizada*  
e *não presencial*



Agora,  
*queremos*  
*desacelerar*

nos conectar ao que é

*real* e  
*natural*





*consciência*

de

**consumo**

A close-up photograph of a person's hands holding several pieces of fresh produce. The hands are positioned in the center-right of the frame, with fingers gently cradling the items. The produce includes a large, dark green avocado in the foreground, a red apple, and several small, green kiwis. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a natural or agricultural setting. The overall lighting is bright and natural, highlighting the textures and colors of the fruits.

Necessidade em  
***produzir***  
*o que consumimos*

Queremos uma

***horta***

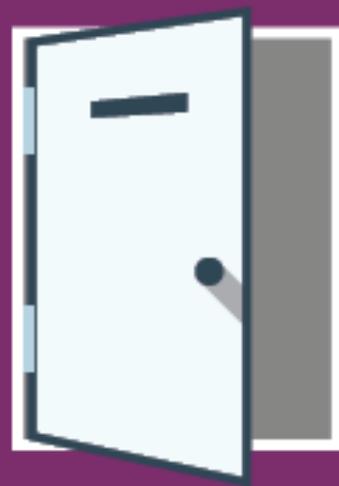
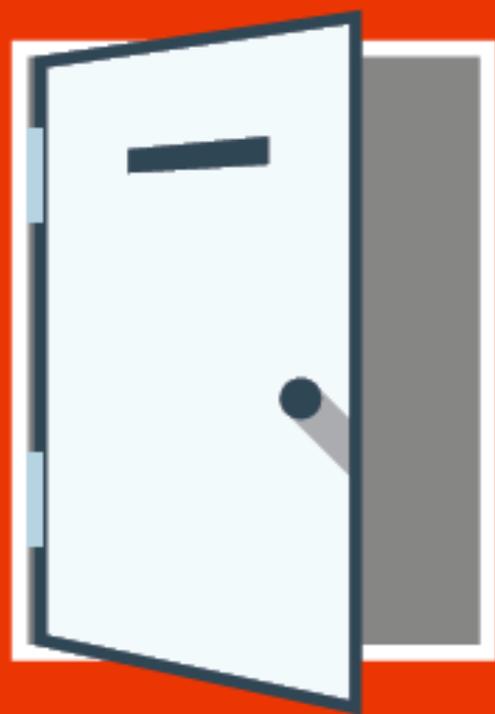
em *nossas*

*casas.*

URBAN  
GARDEN

2015-12-12

## Espaços urbanos cada vez menores



A cada 10 pessoas no Brasil, 4 moram em apartamentos. O tamanho médio do lar do brasileiro diminuiu 40% nos últimos 50 anos!



## Novos hobbies e terapia

Pesquisas apontam que dedicar alguns minutos por dia às plantas alivia o estresse e contribui para a melhora da qualidade de vida.

# Google Trends

● **horta em casa**  
Termo de pesquisa

+ Comparar

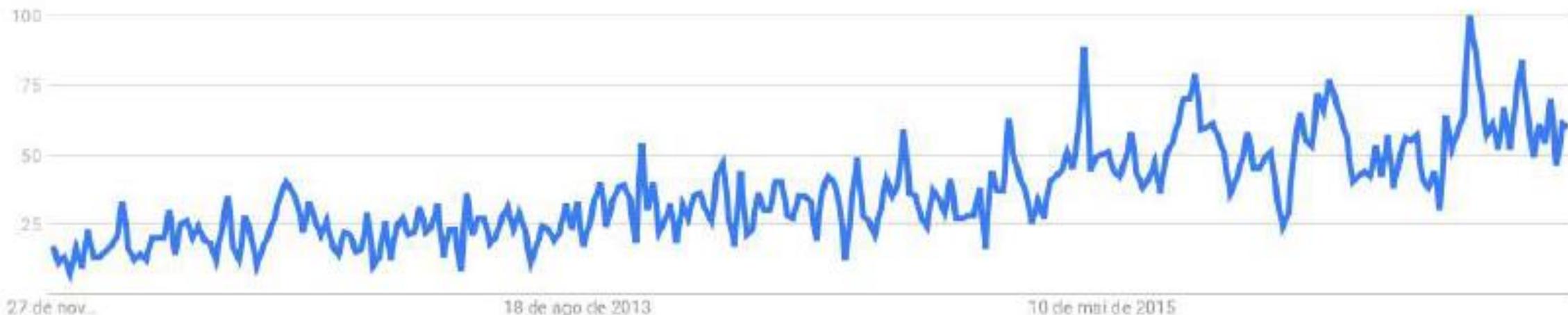
Brasil ▼

Nos últimos 5 anos ▼

Todas as categorias ▼

Pesquisa na Web ▼

Interesse ao longo do tempo ⓘ



*Nova Linha*

# Plantar



Tem sempre um <OU> na sua vida!





«Ou»



«OU»

# CASE



# Tendências e Comportamento



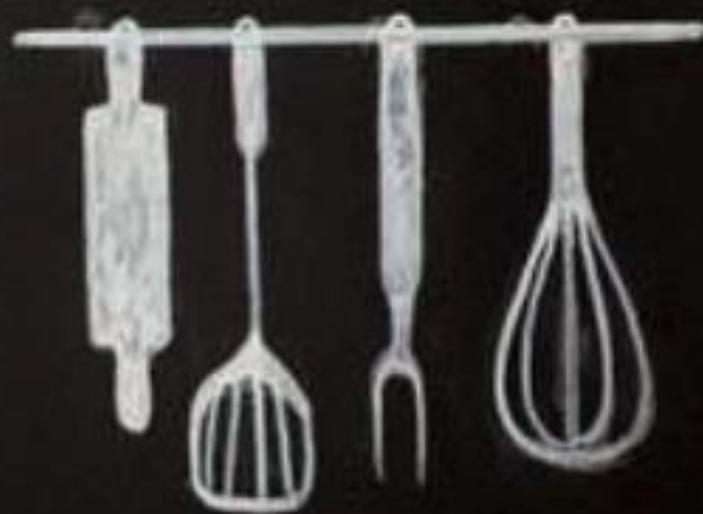
Vimos um

**Alto crescimento  
de interesse pelo  
tema**

Programas de TV



RAZENDO  
A  
FESTA



Receita do Dia

## Sites de Decoração e Diy



HOME · LOOKS · DIY · FASHION · BEAUTY · TRAVEL · FOOD · TIPS · LIFESTYLE · CULT ·

TV

SET

## BAZAR “FORA DE SÉRIE EM CURITIBA”!

29

por *Jessica Belcost*

CULT

**Já anota aí na sua agenda:** dias 01 e 02 de outubro vai acontecer em Curitiba um dos principais eventos de artesanato do Brasil!

Diferente de todos que você já pode ter visto, esse é especialmente focado nos criadores locais. Promovido pelo **Elo7**, o bazar contará com artistas locais e muita diversão nos dias.



## Empresas de decoração





# BROWNIE BOTTOM *cheesecake*



m





linha servir

# Festa



Tem sempre um <OU> na sua vida!

















# CASE

AGORA, A <OU>

VAI LANÇAR UMA

NOVA COLEÇÃO

INSPIRADA NA

TENDÊNCIA

**ESCANDINAVA**

<OU>





vinicius.martini@ou.com.br

<OU>



/OUoficial

OU.com.br