

Nome: Iasmin, Mirely, Ana Beatriz e Adriane

Empresa Life

Nossa empresa é grande com mais de 200 empregados com uma estrutura de maior capacidade de produção, podem ter várias filiais espalhadas pelo Brasil e, até mesmo, no exterior.

Por ser uma empresa grande temos também relações com o governo por vendemos o nosso produto para órgãos públicos com hospitais.

Nossa jornada explorando as doenças crônicas, suas causas, sintomas, prevenção e manejo. É vital reconhecer a importância do diagnóstico precoce e adotar hábitos saudáveis para prevenir essas condições. Viver com doenças crônicas pode ser desafiador, mas com suporte adequado e adaptações no estilo de vida, é possível manter uma boa qualidade de vida.

Trouxemos consigo um dispositivo inovador desenvolvido para promover uma melhora significativa em nossas vidas. Nosso produto tem capacidade de monitoramento contínuo da frequência cardíaca. Com sensores avançados integrados, esse dispositivo é capaz de rastrear as batidas do coração em tempo real, proporcionando uma visão abrangente da saúde cardíaca.

Essa funcionalidade permite que as pessoas identifiquem anormalidades na frequência cardíaca, como a fibrilação atrial, um tipo de arritmia potencialmente grave.

O relógio e o aplicativo conectado a ele não são ferramentas de diagnóstico clínico, mas, quando os dados fornecidos são interpretados junto ao médico, ajudam a se antecipar a perigos e agilizar as tomadas de decisão.

O Life permitirá uma visão holística do bem-estar, uma vez que costuma ser equipado com sensores de movimento que registram a quantidade de atividade realizada ao longo do dia – desde a quantidade de passos até, em modelos mais modernos, o acompanhamento de acordo com o tipo de exercício, seja corrida, seja natação.

A adoção de um estilo de vida dinâmico é uma estratégia eficaz na prevenção de doenças cardíacas, uma vez que fortalece o coração, melhora a circulação e controla o peso corporal.

Produto Life -

Pulseira: de borracha cores branco, preto, cinza e bege

Formato: Quadrado

Tela: de vidro, mexer em toque

Bateria: forma de carregador 19h

Foco: só de doenças crônicas

Público alvo pessoas de todas as idades, essas doenças são um grave problema de saúde pública, sendo responsáveis por um percentual significativo das mortes mais de acordo com o inquérito, 8,2% dos jovens de 18 a 24 anos já tiveram diagnóstico médico de hipertensão arterial, o que equivale a cerca de 1,4 milhão de pessoas. Os índices de depressão também chamam atenção, com 14,1% da população nessa faixa etária já tendo recebido diagnóstico médico para a condição.

Principais fatores da doença

Diabetes;
Asma;
Obesidade;
Entre outros.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Posicionamento e Propósito

Posicionamento: Mais que um relógio, um aliado da sua saúde.

Destaque do benefício principal: Acompanhe sua saúde em tempo real, onde estiver.

Foco em quem precisa: Diabéticos, hipertensos, Estratégias de Conteúdo (Educar e Conectar)

Blog e redes sociais com temas de saúde:

Como o relógio ajuda no controle da diabetes

5 sinais que o seu corpo dá e que o seu relógio pode identificar antes de um problema.

Depoimentos reais: De pessoas que vivem com doenças crônicas e como o relógio as ajuda. pessoas com doenças cardíacas, asma, etc.

Canais de Venda e Atendimento

Vendas diretas online: Com anúncios bem segmentados no Facebook, Google e Instagram.

Marketplace voltado à saúde e bem-estar.

Treinamento para atendimento personalizado: Atendimento via WhatsApp com explicação clara das funcionalidades médicas.

Funções em Destaque (Mostradas em Campanhas)

Monitoramento de:

Pressão arterial

Batimentos cardíacos

Níveis de oxigênio no sangue

Glicemia (se tiver)

Alertas de emergência/socorro automático

Campanhas com storytelling: Exemplo de alguém que recebeu um alerta do relógio e evitou uma crise.

Estratégias de Fidelização

App com relatórios semanais ou mensais da saúde.

Programa de pontos por uso contínuo do relógio.

Descontos para indicações.

Parcerias e Autoridade

Parcerias com profissionais de saúde: médicos, nutricionistas e educadores físicos.

Aprovação ou recomendação médica: Certificação por órgãos de saúde ou apoio de clínicas.

Influenciadores de saúde ou estilo de vida saudável: para mostrar o relógio sendo usado no dia a dia.

Como uma das parcerias com o hospital de transição que cuida de doenças crônicas que aumentaria a nossa visibilidade da marca

DEFINIÇÕES DE METAS

Meta de Vendas

Objetivo: Aumentar as vendas mensais do relógio de saúde em 30% nos próximos 6 meses.

Exemplo SMART:

“Aumentar as vendas mensais do relógio de saúde de 1.000 para 1.300 unidades até outubro de 2025.”

Meta de Marketing Digital

Objetivo: Aumentar a visibilidade e o engajamento da marca nas redes sociais.

Exemplo SMART:

“Alcançar 50 mil seguidores no Instagram e obter pelo menos 10 mil interações mensais (curtidas, comentários, compartilhamentos) até agosto

Meta Estratégica (visão de longo prazo – 3 a 5 anos)

Objetivo: Ser líder no mercado brasileiro de dispositivos de saúde para doenças crônicas até 2030.

Indicadores:

Atingir 500 mil unidades vendidas.

Ter presença em todos os estados brasileiros.

Estabelecer parcerias com pelo menos 3 operadoras de saúde.

Metas de Produto

Lançar 2 novas funcionalidades até o final do ano, como alertas automáticos para picos de pressão arterial ou variações glicêmicas.

Atingir 95% de precisão nos sensores biométricos com atualizações e testes clínicos até o terceiro trimestre.

Desenvolver integração com apps médicos e de telemedicina até o final do segundo semestre.

Metas de Marketing

Alcançar 1 milhão de visualizações mensais em campanhas digitais até o final do trimestre com foco em educação sobre monitoramento de saúde.

Estabelecer 10 parcerias com influenciadores da área da saúde para aumentar a confiança e o alcance do produto até o fim do semestre.

Criar uma campanha de conscientização sobre doenças crônicas e o papel da tecnologia no monitoramento, com lançamento em datas como o Dia Mundial da Saúde.

Pesquisa de mercado

Com a tecnologia se aprimorando, a ideia da vez é transformar algo simples e básico em algo útil e preciso. Os relógios inteligentes, famosos Smartwatches, ficaram populares no Brasil e no mundo pois é usado como um mini smartphone, usando como horas mas também mensagens, músicas, formas de pagamentos e outras diversas funcionalidades.

Buscando melhorar a ideia deixando essencial para qualquer tipo de pessoa, a LIFE busca aprimorar a ideia do relógio, saindo de estético e transformando em algo essencial.

Com funcionalidades e diferenciais de monitoramento avançado de sinais vitais, acompanhamento em tempo real como pressão arterial, batimentos cardíacos, glicemia, ECG, sensor de hidratação e eletrolitos, detecção desidratação ou perda de sais minerais e ETC.

São muitos relógios que dizem fazer o prometido mas o relógio LIFE é confirmado. Além das funcionalidades inovadoras no mercado, a empresa LIFE fez uma parceria com hospitais de transição, trazendo assim médicos e enfermeiros que fazem seu trabalho de forma humana, agora usando a tecnologia para aprimorar os cuidados.

A LIFE tem o privilégio de trabalhar com profissionais da saúde ao seu lado, transformando o cuidado à saúde em algo simples e prático.

Análise Financeira

Com a ideia de trazer algo essencial, útil e com tantas funcionalidades por um preço acessível no país, LIFE buscou parcerias nacionais, fazendo negócios por preços justos e conseguindo controlar os gastos.

O lançamento do relógio no mercado foi um teste para a empresa, com um investimento curto, relógios limitados e marketing certeiro, surpreendeu a todos. LIFE estreou batendo metas e conquistando vários consumidores que ficaram impressionados pelas funcionalidades.

Com vendas boas, metas batidas, lucro de 100%, marketing a mil, LIFE teve que aumentar sua produção investindo agora duas vezes mais no antigo investimento. E mesmo lançando novamente, os relógios LIFE bateram metas de vendas novamente, mostrando ser um produto consistente. Consolidando LIFE como empresa novata mas muito bem construída e administrada.

A empresa LIFE, hoje contém diversos clientes ao redor do mundo, com parcerias de diversos tipos. Apesar dos diversos lançamentos da empresa, o relógio LIFE continua sendo a maior produção da empresa, com diferentes tipos de consumidores e sendo o público alvo.

A empresa LIFE se mantém no topo pois sabe e entrega o que promete.