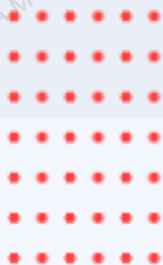


Especificação de Requisitos

Um estudo de mercado abrangendo toda a categoria e um relatório infográfico voltado para investidores, para o próximo lançamento de produto da Brambleton.



Sumário

01	Controle de documentos	2
02	Introdução e escopo	3
03	Objetivo e público-alvo	3
04	Requisitos funcionais	3
05	Requisitos não funcionais	4
06	Módulos do produto	5
07	Especificação de componentes	6
08	Premissas, restrições e dependências	7
09	Fases de lançamento	8

RESUMO GERAL

Controle de documentos

ESPECIFICAÇÃO

REQ-2026-0367

Emitido em 8 de janeiro de 2026

PREPARADO POR

Numeris Insights

New York, NY 10005

PROPRIETÁRIA

Carla Whitfield

VP de Estratégia de Categoria, Brambleton Consumer Goods

STATUS

Para revisão

Linha de base definida na aprovação

REQUISITOS

9

Funcionais e não funcionais

01



Introdução e escopo

A Brambleton Consumer Goods está se preparando para entrar em uma nova categoria de produtos, e o conselho não liberará o financiamento do lançamento apenas com base em opinião interna. O trabalho da Numeris Insights é transformar três anos de dados de categoria dispersos e anedóticos em uma leitura defensável e pronta para o conselho sobre tamanho de mercado e demanda do consumidor.

● Objetivo e público-alvo



A equipe interna da Brambleton conduziu três estudos de categoria anteriores ao longo de outros tantos anos, cada um com uma metodologia diferente e sem uma visão unificada — deixando a liderança sem um número único que o conselho aceite para uma decisão de orçamento de lançamento. A categoria também está se movendo rapidamente, e dados desatualizados arriscam tanto um lançamento subdimensionado quanto um conselho defensivo que paralisa toda a iniciativa.

A Numeris Insights propõe um projeto de pesquisa de dez semanas: uma pesquisa quantitativa com mais de 1.000 respondentes, uma análise competitiva dos principais players da categoria, um modelo de dimensionamento de mercado com projeção de três anos, e segmentação de consumidores — entregue tanto como um relatório escrito rigoroso quanto como um único deck infográfico voltado para investidores, criado para a sala de reuniões do conselho. As seções a seguir apresentam a abordagem, as entregas, o cronograma e o investimento.

Requisitos funcionais





ID	Requisito	Prioridade
R-01	A pesquisa deve alcançar um mínimo de 1.000 respostas concluídas dentro do perfil de comprador da categoria-alvo	OBRIGATÓRIO
R-02	A análise competitiva deve cobrir os 8 principais concorrentes por participação de mercado na categoria	OBRIGATÓRIO
R-03	O modelo de dimensionamento de mercado deve incluir TAM, SAM e SOM com uma previsão de 3 anos	OBRIGATÓRIO
R-04	A segmentação de consumidores deve resultar em no máximo 4 segmentos distintos para clareza junto ao conselho	DESEJÁVEL
R-05	Todas as conclusões devem ser rastreáveis aos dados de origem em um apêndice de metodologia	OBRIGATÓRIO
R-06	O deck de infográficos deve estar pronto para apresentação ao conselho sem trabalho adicional de design da equipe da Brambleton	OBRIGATÓRIO
R-07	Apresentação dos resultados entregue ao vivo ao conselho, não apenas distribuída como arquivo	DESEJÁVEL
R-08	Conjunto de dados brutos da pesquisa entregue à Brambleton para reutilização interna	PODERIA



ID	Prioridade	Requisito
R-01	Obrigatório	A pesquisa deve alcançar um mínimo de 1.000 respostas concluídas dentro do perfil de comprador da categoria-alvo
R-02	Obrigatório	A análise competitiva deve cobrir os 8 principais concorrentes por participação de mercado na categoria
R-03	Obrigatório	O modelo de dimensionamento de mercado deve incluir TAM, SAM e SOM com uma previsão de 3 anos
R-04	Desejável	A segmentação de consumidores deve resultar em no máximo 4 segmentos distintos para clareza junto ao conselho
R-05	Obrigatório	Todas as conclusões devem ser rastreáveis aos dados de origem em um apêndice de metodologia



Desenho e aplicação da pesquisa

Uma pesquisa quantitativa estruturada aplicada a mais de 1.000 respondentes.



Análise competitiva de categoria

Preço, posicionamento e participação de mercado mapeados entre os principais concorrentes.



Modelo de dimensionamento de mercado

Dimensionamento de TAM/SAM/SOM com projeção de crescimento de três anos.



Segmentação de compradores

Uma tipologia de 4 segmentos construída a partir de dados da pesquisa e da categoria.



Elaboração de relatório escrito

Um relatório completo de resultados com apêndice de metodologia.



Design de apresentação em infográficos

Um único resumo visual pronto para a diretoria com base no estudo.





Ref.	Item	Especificação	Unidade	Prazo	Preço unitário
SPC-01	Pesquisa quantitativa com compradores	Pesquisa com 1.240 respondentes aplicada em toda a categoria	1	6 de maio de 2026	\$9,200
SPC-02	Análise competitiva de categoria	Preços, posicionamento e participação de mercado entre 8 concorrentes	8	6 de maio de 2026	\$650 / comp
SPC-03	Modelo de dimensionamento de mercado	Dimensionamento TAM/SAM/SOM com projeção de 3 anos	1	6 de maio de 2026	\$4,800
SPC-04	Segmentação de compradores	Tipologia de 4 segmentos com perfis de fatores de compra	1	6 de maio de 2026	\$3,600
SPC-05	Elaboração do relatório de pesquisa escrito	Relatório completo de resultados com anexo de metodologia	1	6 de maio de 2026	\$3,900
SPC-06	Design de infográfico para investidores	Resumo visual pronto para o conselho, com base no estudo	1	6 de maio de 2026	\$3,200

As especificações são fixadas no momento da aceitação; qualquer alteração é tratada por meio do processo de controle de mudanças definido neste documento.

01

Pronto para o conselho, não apenas preciso

Descobertas traduzidas em uma apresentação que o conselho realmente lê e usa para agir.

02

Uma categoria, um número claro

Um único modelo de dimensionamento defensável substitui três anos de estudos dispersos.

03

Dados que sua equipe pode reutilizar

Um apêndice completo de metodologia e o conjunto de dados brutos para reutilização interna.

1

Semanas 1–2 · Design da pesquisa e definição de categoria

Instrumento de pesquisa e definição de categoria aprovados.

2

Semanas 3–4 · Aplicação e análise competitiva

Pesquisa aplicada e benchmarking de concorrentes concluído.

3

Semanas 5–6 · Dimensionamento e modelagem de segmentação

Modelo de dimensionamento de mercado e segmentação de compradores construídos.

4

Semanas 7–8 · Rascunho do relatório escrito

Relatório completo de resultados redigido com anexo de metodologia.

Numeris Insights



80 Pine St, New York, NY 10005, Estados Unidos
 research@numerisinsights.com · +1 646 555 0193
 · numerisinsights.com
 Numeris Insights LLC · EIN 13-4720856