**Bárbara Moreira (104056), Hugo Curto (107654), José Jordão (103075), Luís Leal (103511)**

Versão deste relatório: **2023-04-17**, v1.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

[Visão e âmbito do produto 1](#_Toc102479458)

[1 Introdução 1](#_Toc102479459)

[1.1 Sumário executivo 1](#_Toc102479460)

[1.2 Controlo de versões 2](#_Toc102479461)

[1.3 Referências e recursos suplementares 2](#_Toc102479462)

[2 Contexto do negócio e oportunidades 2](#_Toc102479463)

[2.1 Promotor e áreas de atuação 2](#_Toc102479464)

[2.2 Impulso para a mudança (oportunidade) 2](#_Toc102479465)

[2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor 3](#_Toc102479466)

[2.4 Principais objetivos 3](#_Toc102479467)

[3 Definição do produto 3](#_Toc102479468)

[3.1 Posicionamento do produto 3](#_Toc102479469)

[3.2 Funcionalidades principais 4](#_Toc102479470)

[3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes 4](#_Toc102479471)

[*3.4* Perfis dos *stakeholders* 4](#_Toc102479472)

[3.5 Limites e exclusões 5](#_Toc102479473)

# Introdução

## Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da fase de *Inception*, adaptada do método OpenUP, em que se carateriza o conceito do produto a desenvolver.

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela Giró Disco em resposta ao recente crescimento do vinyl no setor da música e do entretenimento.

A Giró Disco que atua na área da música e entretenimento visa agora, com o novo sistema, promover o interesse pela área do vinyl e, ao mesmo tempo, dar um passo em frente, usando novas tecnologias para melhorar a experiência do cliente ao disponibilizar uma preview do produto online e, também, ao facilitar a sua aquisição.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: <RESUMIR O CONCEITO DO PRODUTO da secção 3.1>

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto [Explicar como é que organizámos a recolha de material e consulta de fontes? Com quem fomos falar?].

].

## Controlo de versões

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quando? | Responsável | Alterações significativas |
| 04/04/2023 | Bárbara Moreira | Descrição do promotor e áreas de atuação e ainda explicação do potencial do negócio |
| 04/04/2023 | Bárbara Moreira | Descrição da Transformação Digital e alterações no ponto 2.2 |
| 04/04/2023 | Hugo Curto | Elaboração dos perfis dos Stake Holders e enumeração dos limites e exclusões dos clientes e supliers |
| 07/04/2023 | Luís Leal | Descrição dos principais objetivos (ponto 2.4) e do posicionamento do produto (ponto 3.1) |
| 08/04/2023 | Luís Leal | Descrição das principais funcionalidades (ponto 3.2) |

## Referências e recursos suplementares

**Quais foram as fontes a que a equipa recorreu?** Explicar como foi recolhida a informação/métodos para desenvolver a visão

Explicar que entrevistas, workshops, análise documental,…. foram usados.

Podem ser anexados/referidos documentos da organização que ajudem a suplementar os conteúdos aqui discutidos e a motivação para o desenvolvimento do novo sistema (e.g.: relatórios de estratégia, estudos de mercado,...)

# Contexto do negócio e oportunidades

## Promotor e áreas de atuação

O nosso projeto tem como promotor a empresa “Louie Louie” que conta com diversas lojas de discos vinis espalhadas por Portugal. Esta empresa despertou o interesse por uma plataforma online pois acredita que pode promover a cultura musical e alargar a sua história e, assim, surge a Giró Disco.

Os seus clientes são, sobretudo, pessoas com interesse em ouvir música “à moda antiga” e colecionadores.

## Impulso para a mudança (oportunidade)

O mercado dos discos vinil pode ser dividido em duas vertentes: as pessoas que desejam vender as suas coleções e as pessoas interessadas em adquiri-las. Apesar dessa divergência, os discos vinil voltaram a ser um destaque nos últimos tempos, e, para além disso, o crescente interesse pela cultura *vintage* impulsionou a ascensão da procura por produtos em segunda mão. O sucesso de diversas plataformas de venda online, já consolidadas, confirma esta tendência.

Assim, como resposta a estes fatores e à enorme procura pelo mercado *online*, torna-se imprescindível o desenvolvimento de uma plataforma *web* para apoiar este crescimento. Fomos então inspirados a criar um *marketplace* focado apenas na compra e venda de vinis, com o objetivo de tornar a experiência dos utilizadores mais prática e fácil.

## Transformação digital e (novas) formas de geração de valor

O propósito da nossa aplicação é facilitar a procura pelos discos vinis, bem como incentivar o interesse pelos mesmos e promover o gosto pela cultura musical atemporal. Assim, os utilizadores poderão aceder à plataforma a qualquer hora e em qualquer lugar de forma fiável e segura.

Sendo um *marketplace*, oferecemos opções quer de compra, quer de venda, onde os clientes poderão simultaneamente avaliar e ser avaliados.

Existirá também a opção de associar, através de uma API, a música do disco à correspondente na plataforma spotify, permitindo assim aos clientes ouvir a música antes de a comprar, aumentando o grau de confiança e de satisfação.

## Principais objetivos

| Problema/limitação | Objetivo |
| --- | --- |
| As plataformas de venda de vinis são independentes umas das outras, o que torna demorada a pesquisa por um determinado disco. | Reduzir o tempo de procura por um disco e centralizar, numa só plataforma, os vendedores e os seus produtos. |
| De forma a saber qual a loja/vendedor que se encontra mais próximo, é necessário consultar, em plataformas separadas, as informações de cada vendedor. | Tornar a pesquisa por proximidade mais rápida, de forma a melhorar a experiência do comprador. |
| Saber qual o estado em que se encontra o vinil. | O anunciante poderá atribuir uma *label* ao disco, que identificará o estado do mesmo (novo, com marcas de uso, em mau estado, etc.) |

# Definição do produto

## Posicionamento do produto

|  |  |
| --- | --- |
| **Para o/a:** | Vendedores, compradores e colecionadores de vinis |
| **Que apresenta:** | Interessados em vender e/ou comprar vinis numa só plataforma que reúna todos os anunciantes e os seus produtos |
| **O produto:** | “Giró Disco” (Marketplace de vinis) |
| **Que:** | Centraliza, numa só plataforma, o negócio de vinis |
| **Ao contrário de:** | De plataformas como a *Amazon* que, não é especializada em vinis e não dá prioridade a vendedores nacionais |
| **O nosso produto:** | Centralizará o negócio de compra/venda de vinis e permitirá ao comprador aceder a todas as ofertas numa só plataforma |

Para vendedores, compradores e colecionadores de vinis, que estejam interessados em vender e/ou comprar discos, numa só plataforma, que reúna todos os anunciantes e os seus produtos. A plataforma *Giró Disco* irá aumentar a qualidade da experiência da parte do comprador, uma vez que irá centralizar o negócio de venda de discos numa plataforma, ao contrário de outros *marketplaces,* que não são especializados somente em vinis e que não sugerem nem dão prioridade a negócios locais.

## Funcionalidades principais

* Quanto ao utilizador
  + Terá um perfil universal, permitindo-lhe anunciar ou comprar um disco
  + Poderá associar informações ao seu perfil como foto, nome, contactos e morada (caso seja anunciante/vendedor)
* Em relação ao produto, será possível:
  + Associar fotografias do mesmo
  + Avaliar este através de um *rating*
  + Indicar o seu preço
  + Descrevê-lo
  + Indicar um link, para uma plataforma de *streaming,* ao qual corresponderá uma amostra do álbum/single
  + Indicar em que género musical este se insere
  + Adicioná-lo aos favoritos
* O *marketplace* permitirá fazer uma filtragem por *rating*, anunciante ou género musical

## Âmbito inicial e incrementos subsequentes

* Release 1:
  + Planeamento completo do projeto;
  + Desenvolvimento da plataforma de vendas – Website dinâmico de vendas online. Nesta versão deverá ser desenvolvida uma plataforma com sistema de autenticação e a possibilidade de utilizadores criarem vendas para os seus produtos.
* Release 2:
  + Implementação do sistema de compras completo – Permite que utilizadores ou *guests* façam compras dos produtos que estão a ser vendidos na loja – Inclui a implementação de um *payment gateway* e o cálculo de taxas numa venda.
  + Implementação de um sistema de emails com o âmbito de enviar emails automatizados. Estes podem ser acerca da criação de uma nova conta, informações de uma compra/venda realizada ou emails promocionais.
* Release 3:
  + Implementar o sistema de entregas automático. Um utilizador após realizar uma venda deverá receber indicações de como realizar a entrega com uma das companhias com quem estamos ligados. O mesmo para devoluções.

## Perfis dos *stakeholders*

| *Stakeholder* | Motivação para o projeto/valor esperado |
| --- | --- |
| Suppliers | Lojas de vinil, colecionadores, *marketplaces online*, entre outros *suppliers* têm a oportunidade de vender os seus produtos a uma audiência muito maior. Tendo, desta forma, a possiblidade de aumentar as suas vendas significativamente. |
| Investidores (shareholders) | O nosso projeto proporciona diversas qualidades que as plataformas concorrentes não têm, como, por exemplo, o benefício para o ambiente, que é um aspeto cada vez mais tomado em conta pela sociedade. Ao vender discos usados evitamos desperdício. Os vendedores já não têm interesse no que vendem e, portanto, acabariam por descartar os discos. Não só isto como também a loja evita os riscos de possuir um stock, que muitas vezes enorme, por falta de vendas, poderia acabar descartado.  Investidores que vêm este potencial da empresa terão interesse em investir com o objetivo de receber um bom retorno. |
| Clientes | Clientes com interesse nesta área, como colecionadores de vinil, terão uma oferta enorme. Têm a possibilidade de obter novos discos para as suas coleções de forma prática. |
| Equipa da Loja | A equipa gestora da loja tem uma importante influência no sucesso da mesma. Desde os desenvolvedores do site às equipas de marketing que promoverão a loja, toda a equipa terá uma grande importância no projeto. |
| Companhias de Entrega | Responsáveis por fazer as entregas dos produtos vendidos ou a devolução dos mesmos. |
| Entidades Reguladores | Entidades responsáveis pela jurística da loja. Gestão de taxas, seguros e agências de proteção ao cliente. |

## Limites e exclusões

* Clientes:
  + Clientes podem obter novos discos de forma prática, porém, o tempo de espera pode ser muito alto. Visto que se trata de uma loja de venda em segunda mão não há como possuir armazéns espalhados pelo mundo e, portanto, dependendo da distância entre o comprador e o vendedor, os tempos de entrega podem ser muito longos.
  + Clientes: Como as vendas são em segunda mão a loja não tem contacto direto com o produto e, portanto, não há como controlar falsificações. Há sempre esse risco para os clientes, porém, como solução, nestes casos o cliente deve conseguir devolver o produto ao vendedor.
* Suppliers:
  + O impacto do problema dos tempos de entrega também afeta os vendedores. Muitas vezes clientes acabam por perder interesse no produto devido a tempos de entrega longos e, portanto, suppliers devem estar sujeitos a retornos caso algum cliente assim o deseje.