

RELATÓRIO – INCEPTION

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

Visão e âmbito do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
1.3 Referências e recursos suplementares	2
2 Contexto do negócio e oportunidades	2
2.1 Promotor e áreas de atuação	2
2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)	2
2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor	3
2.4 Principais objetivos	3
3 Definição do produto	3
3.1 Posicionamento do produto	3
3.2 Funcionalidades principais	4
3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes	4
3.4 Perfis dos <i>stakeholders</i>	4
3.5 Limites e exclusões	5

1 Introdução

1.1 Sumário executivo

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

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento deste produto vai de encontro ao recente crescimento pela procura de discos de vinil 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 dos vinis, tornar o processo de escolha e de compra de discos mais simples e, impulsionar o comércio local oferecendo uma maior visibilidade às lojas de discos tradicionais.

Para isso, a organização identificou a necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo uma plataforma que centraliza todo o negócio de vinis. Uma plataforma para clientes, vendedores e colecionadores de vinis que tem como objetivo proporcionar uma melhor experiência aos clientes desta área e, ao mesmo tempo, que prioriza negócios locais, promovendo os seus produtos em pé de igualdade com as maiores empresas na área.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto analisou as propostas existentes em lojas grandes da área de entretenimento como a **Fnac** e a **Amazon** e identificou os pontos menos positivos, de forma a apresentar um *marketplace* mais forte, simples e interativo que o dos seus concorrentes. O grupo consultou ainda algumas estatísticas sobre este mercado, para saber como atuar adequadamente em relação ao crescimento do mesmo.

1.2 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 <i>Stakeholders</i> e enumeração dos limites e exclusões dos clientes e <i>suppliers</i>
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)
11/04/2023	Hugo Curto	Adição de um ponto na <i>release</i> 2 da secção 3.3
11/04/2023	Bárbara Moreira	Alterações no ponto Transformação Digital
11/04/2023	José Jordão	Conclusão das Referências e recursos suplementares
13/04/2023	Luís Leal	Correções finais e adição de pontos sugeridos pelo professor

1.3 Referências e recursos suplementares

De forma a ter uma ideia mais clara quanto às necessidades do mercado dos discos de vinil, foram consultadas plataformas de venda de discos *online*, como a **Fnac**, **Amazon** e **Louie Louie**. Foram também feitas visitas às lojas locais que comercializam discos, com o objetivo de perceber quais seriam as limitações da venda física dos discos, em relação à venda *online*.

2 Contexto do negócio e oportunidades

2.1 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.

Um dos principais objetivos da nossa plataforma é, também, impulsionar e publicitar o comércio local, em específico, as lojas de venda de discos de vinil que não têm presença *online* (redes sociais, plataforma de venda de produtos, etc.).

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

O mercado dos discos de 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 vinis 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.

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

O propósito da nossa aplicação é facilitar a procura pelos discos de vinil, 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. Para além disso, a plataforma traz oportunidades aos pequenos negócios de terem mais visibilidade e presença online.

Existirá também a opção de implementar, no anúncio correspondente ao disco, o álbum/*single*/*EP* a que este se refere, permitindo assim, aos clientes, ouvir a música antes de a comprar, aumentando o grau de confiança e de satisfação.

2.4 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 <i>label</i> ao disco, que identificará o estado do mesmo (novo, com marcas de uso, em mau estado, etc.)

3 Definição do produto

3.1 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 (<i>Marketplace</i> 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.

3.2 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
 - Incluir uma ligação à versão digital do produto em questão (**Spotify**)
 - Incluir uma amostra de áudio real, de forma a poder comprovar o estado em que se encontra o disco
- O *marketplace* permitirá fazer uma filtragem por *rating*, anunciante ou género musical

3.3 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:
 - o 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.
 - o Implementação de um sistema de emails com o âmbito de enviar *e-mails* automatizados. Estes podem ser acerca da criação de uma nova conta, informações de uma compra/venda realizada ou *e-mails* promocionais.
 - o Implementar um sistema de localização das lojas mais próximas do cliente para o contacto direto com o utilizador vendedor. Estas lojas serão mostradas num mapa dentro do website que irá abranger um raio de “x” km.
- Release 3:
 - o 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.
 - o Implementação de um sistema *OCR (Optical Character Recognition)* que permita ao utilizador preencher, automaticamente, dados relativos ao disco que quer anunciar, com recurso a uma câmara.

3.4 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Motivação para o projeto/valor esperado
<i>Suppliers</i>	Lojas de vinis, colecionadores, <i>marketplaces online</i> , entre outros <i>suppliers</i> têm a oportunidade de vender os seus produtos a uma audiência muito maior. Tendo, desta forma, a possibilidade de aumentar as suas vendas significativamente.
Investidores (<i>shareholders</i>)	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 vêem 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 website 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.

3.5 Limites e exclusões

- Clientes:
 - o 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.
 - o 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 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.