



PUC Minas

TRABALHO INTERDISCIPLINAR: APLICAÇÕES WEB

Instituto de Ciências Exatas e Informática (ICEI)

Descrição do Problema

O nosso grupo busca melhorar ou implementar o marketing para pequenas empresas que buscam alcançar o público para fazer suas vendas

Fale da dor que o grupo busca resolver, as pessoas que sofrem dessa dor e um pouco do contexto em que o problema acontece.

Membros da Equipe

- Samuel Ramos Yamada
- Lucas Rocha Godoy
- André Vieira Penchel

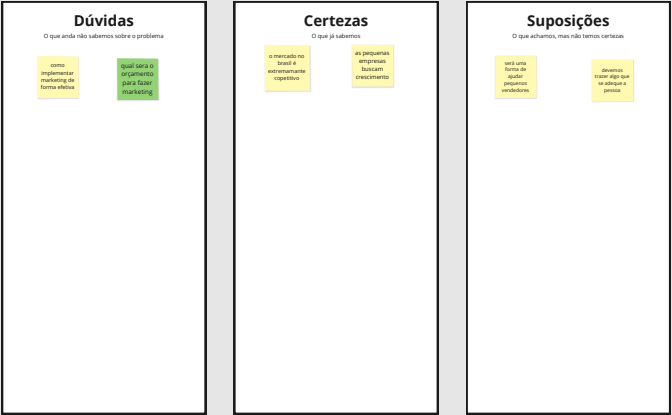
Liste todos os integrantes da equipe.

Documento criado pelo grupo de professores da disciplina de Trabalho Interdisciplinar: Aplicações Web dos cursos de Sistemas de Informação, Engenharia de Software e Ciência da Computação do Instituto de Ciências Exatas e Informática (ICEI) da PUC Minas com o objetivo de orientar o processo de concepção de projetos baseado nas técnicas de Design Thinking. Versão 1.0 (setembro-2021). Diversos artefatos desse processo se baseiam no material cedido pela [Design Thinkers Group](#).

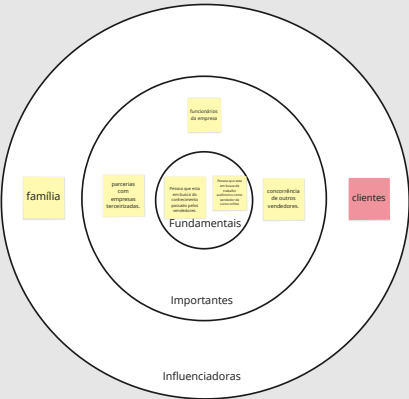
Este trabalho é licenciado sob a licença Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. Uma cópia da licença pode ser vista em <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>



Matriz de Alinhamento CSD



Mapa de Stakeholders



Pessoas Fundamentais
Principais envolvidos no problema e representam os potenciais usuários de uma possível solução.
Ex do Uber: motoristas e passageiros

Pessoas Importantes
Pessoas que ajudam ou dificultam o desenvolvimento e uso da solução e que devem ser consideradas
Ex do Uber: taxistas, gov. locais, loja AppStore

Pessoas Influenciadoras
Pessoas ou entidades que devem ser consultadas para avaliar aspectos relevantes no ciclo de vida da solução.
Ex do Uber: Reguladores setor de transporte, opinião pública

Entrevista Qualitativa

Pergunta

Resposta					
sim	sim	sim	sim	sim	sim

Pergunta

Resposta					
nao	mais ou menos	sim	nao	nao	nao

Pergunta

Resposta					
divulgação e atratividade mais alta, chamando mais consumidores	alcançar mais clientes	vender mais meus cursos mostrando de maneira atrativa	aumento de visibilidade	pode ajudar no engajamento do meu publico alvo	vai impulsar o crescimento financeiro

Pergunta

Resposta					
sim	depende	sim	depende	sim	sim

Pergunta

Resposta					
sim	nao	nao	sim	depende	nao

Pergunta

Resposta					
curso online	curso de bem-estar	curso de marketing digital	curso de desenvolvimento profissional	curso de arte e criatividade	curso para concursos e vestibulares

Highlights de Pesquisa

Nome Data Local

O que os participantes falaram ou fizeram que surpreendeu, ou falas mais significativas.

"Vamos estar atentos às mudanças no mercado e ser flexíveis o suficiente para ajustar nossas estratégias quando necessário."

"Nosso objetivo é proporcionar uma experiência excepcional ao cliente em todas as interações, online e offline."

Aspectos que importaram mais para os participantes

Em um todo, os participantes se importaram mais em ter um aumento no engajamento, para atrair mais clientes.

Engajamento: Quando uma postagem nas redes sociais, vídeo ou conteúdo se torna viral e gera um engajamento excepcional.

Principais temas ou aprendizados que surgiram desta entrevista

Compreender o público-alvo é fundamental. Desenvolver personas detalhadas ajuda a direcionar suas estratégias de marketing de forma mais eficaz.

Compreender as várias plataformas de mídias sociais e como usá-las para se conectar com o público é crucial.

Novos tópicos ou questões para explorar no futuro

Uma surpresa interessante sobre marketing digital é como a inteligência artificial e o aprendizado de máquina estão sendo aplicados para personalizar experiências de usuário de forma altamente sofisticada. Essas aplicações avançadas de IA estão mudando a paisagem do marketing digital, tornando as estratégias mais eficazes e personalizadas do que nunca. À medida que a tecnologia continua a evoluir, podemos esperar ainda mais surpresas e inovações no campo do marketing digital.



PERSONA

NOME JOANA

IDADE 28 ANOS

HOBBY Cuidar de si mesma

TRABALHO Dona de uma clínica de estética feminina

PERSONALIDADE

Cuidadosa, desconfiada, muito sociável e prestativa.

SONHOS

Aposentar-se ganhando bem
Não depender de negócios locais para sobreviver

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

Passa horas no celular durante o dia
Segue diversas pessoas relacionadas ao nicho estética/digital
Usa de diversos aparelhos do salão de beleza



OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço?
Por que eles precisam deste serviço?

Essa persona precisa do serviço do serviço para manter o seu marketing atualizado e mais eficiente.

Além disso ela precisa economizar tempo para outras tarefas, tempo este que ela gasta mantendo seu marketing

É necessário inserir o cliente no processo, de forma a customizar o marketing, tornando o mais assertivo. Comunicação e acompanhamento individual. Sendo claro e cuidadoso do início até o fim.

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

PROPOSTA DE VALOR





PERSONA

NOME GUILHERME

IDADE 29 ANOS

HOBBY Ouvir podcasts sobre odontologia

TRABALHO Dentista

PERSONALIDADE

Estudioso, dedicado, preza pela saúde e também pelo bem estar financeiro.

SONHOS

Não depender de um negócio fixo para sobreviver
Conhecer diversos países ao redor do globo.

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

Utiliza muitos objetos cirúrgicos como broca, bisturi, autoclave... E também utiliza o seu telefone e computador em quase 100% do seu tempo livre para aprender mais



OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço?
Por que eles precisam deste serviço?

Essa persona precisa do serviço para manter o seu marketing atualizado e mais eficiente.

Além disso, o Guilherme já é muito ocupado com seus estudos técnicos sobre a odontologia, tendo como sua maior dor a falta de tempo.

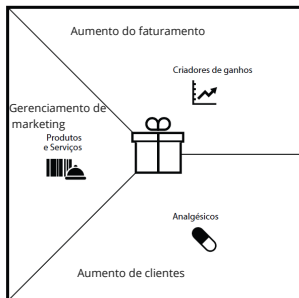
É necessário inserir o cliente no processo, de forma a customizar o marketing, tornando o mais assertivo. Comunicação e acompanhamento individual. Sendo claro e cuidadoso do início até o fim.

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

PROPOSTA DE VALOR





PERSONA

NOME

IDADE

HOBBY

TRABALHO

PERSONALIDADE

SONHOS

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?



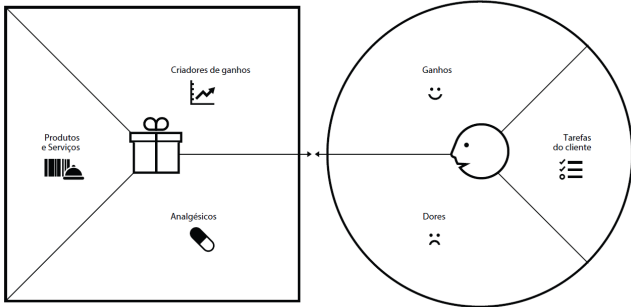
OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço? Por que eles precisam deste serviço?

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem? Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

PROPOSTA DE VALOR



Brainstorming / Brainwriting

Samuel	Lucas	Andre	Participant 4	Participant 5	Participant 6
divulgação da marca em diversos tipos de plataformas digitais	conteudo para anuncio bem chamativo e de alta qualidade	ninhos digitais de acordo com o gosto de cada um			
programas de fidelidade para atrair clientes que desejam ficar por bastante tempo	divulgação do conteudo diferente, direcionado para cada idade	Construção de páginas web			
parcerias renomadas	entretre clientes por meio de atualizações, comunicação e acompanhamento individual para cada um	Auxilio com produção de conteúdos			

MURAL DE POSSIBILIDADES



ideia 1= criar um site para ampliar as vendas

ideia 3= criar um site voltado ao que ao que cliente quer e o vendedor

ideia 5= fazer um site integrado como dominio do cliente

ideia 2= criar opcao de personalizacao do site

ideia 4= deixar o site agradavel para o cliente

ideia 6 = deixar o site simples e funcional

IDEIA 1

ideia 1= criar um site para ampliar as vendas

desenvolver um site que aumente as vendas com a utilização do site

IDEIA 2

ideia 2= criar opcao de personalizacao do site

dar a liberdade do vendedor personalizar o site

IDEIA 3

ideia 3= criar um site voltado ao que ao que cliente quer e o vendedor

fazer um site voltado ao tipo de negocio que o vendedor quer

IDEIA 4

ideia 4= deixar o site agradavel para o cliente

fazer o cliente se sentir confortavel ao usar o site

IDEIA 5

ideia 5= fazer um site integrado como dominio do cliente

é interessante para o cliente nn ter trabalho ao colocar o seu site no ar

IDEIA 6

ideia 6 = deixar o site simples e funcional

fazer o site facil para o cliente entender e usar , de forma que funcione

Priorização de Ideias

MAPA DE PRIORIZAÇÃO



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1: um questionário para entregar um site personalizado

2: um lugar onde personaliza o site

3: site pronto

