

Documentação Final

Sumário:

1.1 Introdução e Contexto.....	1
1.2 Objetivos do Projeto.....	2
1.3 Critérios de Sucesso.....	2
2. Análise da simulação de Monte Carlo.....	2
2.1 Análise quantitativa.....	2
2.2 Análise estatística.....	3
2.3 Simulação de Monte Carlo.....	3
3. Documentos de Negócios.....	4
3.1 Análise PESTEL.....	4
3.2 Canvas Proposta de Valor.....	17
3.3 Plano de comunicação.....	21
3.4 Análise Financeira.....	23
4. Documentos de UX.....	25
4.1 Metodologia HEART.....	25
4.2 Blueprint.....	28
5. Resultado e Análise do Teste A/B.....	49
6.Principais Metodologias Utilizadas.....	55
7. Resumo das Conclusões Principais.....	55
8. Referências.....	57

1. Visão geral do projeto

1.1 Introdução e Contexto

A Pearson, maior empresa de aprendizagem do mundo, tem como objetivo fornecer as ferramentas necessárias para fortalecer as habilidades dos indivíduos e prepará-los para um mercado de trabalho em constante transformação. A empresa conta com mais de 22,5 mil colaboradores atuando em 70 países, oferecendo um portfólio abrangente de soluções educacionais, abrangendo desde a educação básica até a formação profissional e corporativa. No Brasil desde a década de 1970, a Pearson se destaca como um dos principais players privados do setor de aprendizagem, sendo responsável por marcas renomadas, como a Wizard by Pearson (líder de mercado em ensino de idiomas).

No entanto, o mercado se encontra em constante transformação, ou seja, o cenário educacional também passou por profundas mudanças impulsionadas pela digitalização, o que requer uma adaptação constante e inovação por parte da Pearson. Nesse contexto, a Pearson Brasil enfrenta desafios significativos no que diz respeito às estratégias de marketing e captação de novos alunos, especialmente no método de ensino online, o Wizard On, que surgiu em meio às limitações impostas pela pandemia. Tendo como principal desafio a necessidade de comunicar efetivamente as características únicas da modalidade de ensino da Wizard On, que se diferencia dos métodos de ensino a distância comuns adotados por alguns concorrentes.

Para evitar a perda de oportunidades de conversão e aumentar a captação de leads na landing page, temos que clarificar a abordagem da empresa, que valoriza o contato humano, aulas ao vivo e a personalização do ensino. Através de uma estratégia de comunicação eficaz, o projeto busca destacar a excelência da sua experiência de aprendizado, que integra tecnologia de ponta e qualidade pedagógica, um formato de aulas ao vivo online que busca replicar a interatividade e o dinamismo das salas de aula convencionais.

Diante desses desafios e objetivos, torna-se fundamental realizar uma análise cuidadosa e abrangente das estratégias de marketing e captação de leads da Wizard by Pearson. Essa análise permitirá identificar oportunidades de

aprimoramento, otimizar os esforços de comunicação e maximizar o potencial de conversão dos visitantes da landing page.

1.2 Objetivos do Projeto

Para otimizar a página de conversão da Wizard On, serão realizados testes A/B com diferentes versões da landing page. Serão testadas variáveis como: título e subtítulo da página, o texto principal, as imagens e vídeos utilizados, a chamada para ação (CTA) e o formulário de inscrição. Além da utilização de estratégias de marketing digital, visando alcançar os objetivos do projeto:

- Otimização da landing page da Wizard On, resultando em um aumento da taxa de conversão.
- Comunicação de forma clara e eficaz, ressaltando os diferenciais da Wizard On; Identificação das principais mensagens a serem transmitidas para criar um conteúdo persuasivo e envolvente, destacando a proposta única da Wizard On.
- Aprimoramento do processo de conversão de leads e aumento na taxa de conversão em alunos; Segmentação de público-alvo, personalização da comunicação e criação de incentivos para estimular essas conversões.
- Aumento do volume de leads gerados.

1.3 Critérios de Sucesso

- Atingir ou superar a meta de aumento da taxa de conversão de leads em 7%.
- Atingir ou superar a meta de 30 mil leads em até o final do módulo.
- Obter insights claros sobre quais alterações na landing page contribuem positivamente para a captação de leads.
- Recomendações baseadas em dados para otimizações futuras da landing page.

2. Análise da simulação de Monte Carlo

2.1 Análise Quantitativa

Nossa abordagem para a análise quantitativa tem como objetivo garantir a completude, relevância e organização dos dados coletados. Na fase inicial de análise, buscamos otimizar a obtenção de insights por meio da coleta de dados de várias fontes, incluindo feedback de plataformas externas, além das informações fornecidas diretamente pelo cliente. Essa estratégia abrangente nos permite obter uma compreensão aprofundada do contexto empresarial, levando em consideração as variações específicas do projeto. Dessa forma, garantimos uma abordagem mais confiável e com evidências concretas.

Para garantir a qualidade dos dados coletados, adotamos uma abordagem sistemática, priorizando a relevância das informações para o problema em análise. Coletamos dados abrangentes que englobam todas as dimensões da experiência do usuário e do desempenho da página. Permitindo ter uma visão holística e abrangente, considerando todos os aspectos relevantes para a análise.

Além disso, organizamos os dados de forma estruturada e coerente, facilitando sua análise e interpretação, levando em consideração a integridade dos dados e a consistência das informações coletadas. Essa abordagem metódica na coleta e organização de dados nos permite obter insights valiosos e embasados, fornecendo uma base sólida para a tomada de decisões estratégicas.

Mais detalhes sobre a análise quantitativa estão presentes na parte do artefato de análise exploratória avançada. Nesse contexto, métricas e dados quantitativos serão empregados para aprofundar a compreensão dos padrões, tendências e correlações nos dados coletados.

2.2 Análise estatística

https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-SI10-G04/blob/main/src/PROD_analise_estatistica_pearson_jackson.ipynb

2.3 Simulação de Monte Carlo

Este documento tem a finalidade de explicar um pouco mais sobre o método estatístico utilizado pelo grupo dentro do projeto.

2.3.1 O que é?

A simulação de Monte Carlo é uma técnica matemática que permite entender o impacto do risco e da incerteza em modelos de previsão e estimativa. Utilizando a aleatoriedade para resolver problemas que podem ser determinísticos em princípio, esta abordagem usa amostras aleatórias para obter resultados numéricos. O método é aplicável a uma vasta gama de campos, incluindo física, finanças, engenharia, e ciências sociais, entre outros.

2.3.2 Importância da Simulação de Monte Carlo

A principal importância da simulação de Monte Carlo reside na sua capacidade de modelar cenários complexos que envolvem múltiplos fatores incertos ou distribuições probabilísticas que são difíceis de modelar de outra forma. Por meio de repetições de simulações (normalmente definidas em parâmetros de função-em código), a técnica proporciona uma distribuição de resultados possíveis, e pode ser usada para: avaliar o risco e a incerteza em processos de tomada de decisão, otimizar processos e sistemas em condições incertas e prever o impacto de variáveis aleatórias em sistemas complexos.

2.3.3 Embasamento Matemático

A base da simulação de Monte Carlo é a teoria da probabilidade, que permite a modelagem de eventos incertos. Utiliza-se amostragem aleatória para representar eventos probabilísticos e para calcular probabilidades e outras métricas estatísticas. No entanto, ele também se apoia na Lei dos Grandes Números. Este teorema estabelece que, à medida que o número de experiências aumenta, a média dos resultados obtidos tende para a média esperada teoricamente. Portanto, quanto mais simulações são realizadas, mais os resultados da simulação de Monte Carlo convergem para o valor esperado real.

2.3.4 Visualização das distribuições

A simulação pode envolver qualquer tipo de distribuição estatística que melhor descreva os dados sendo modelados, como normal, log-normal, uniforme, binomial, etc. A escolha da distribuição depende do conhecimento ou das suposições sobre os processos subjacentes aos dados.

Na aplicação realizada pelo grupo, conforme a disposição dos dados, foi utilizada a distribuição normal para visualização dos resultados da simulação.

2.3.5 Aplicações da Simulação de Monte Carlo

- **Finanças:**
 - Avaliação de Riscos: Usada para modelar e prever a volatilidade dos preços de ativos, movimentos de mercado, e para testar estratégias de investimento em cenários variados.
 - Precificação de Opções: Aplicações como o modelo de Black-Scholes para opções europeias utilizam simulação de Monte Carlo para estimar os preços das opções sob incerteza.
- **Engenharia:**
 - Análise de Confiabilidade: Avaliar a confiabilidade e a falha de sistemas complexos, como redes de energia ou sistemas mecânicos.
 - Otimização de Processos: Ajudar no design de sistemas complexos, como circuitos integrados e grandes estruturas, considerando variáveis aleatórias.
- **Ciências da Saúde:**
 - Epidemiologia: Simular a propagação de doenças em populações para entender possíveis cenários de epidemias e eficácia de intervenções médicas.
- **Ciências Ambientais:**
 - Modelagem Climática: Simular diferentes cenários climáticos e seus efeitos sobre o ambiente para ajudar na tomada de decisões políticas e ambientais.

2.3.6 Aplicação da Simulação de Monte Carlo no Projeto

A simulação de Monte Carlo, aplicada pelo grupo em termos acadêmicos, pode ser diretamente adaptada para auxiliar no processo de otimização da landing page da Wizard ON e oferecer embasamento para as mudanças visando rodar os testes A/B.

A partir da aplicação da simulação, há a possibilidade de prever e entender o impacto de diferentes alterações na landing page sobre o aumento da conversão.

Contextualização do Projeto

O projeto visa aumentar a taxa de conversão de leads utilizando testes A/B para variar elementos de design, conteúdo e estrutura da landing page. O objetivo é determinar quais mudanças resultam no maior aumento das inscrições, oferecendo uma base de dados sólida para decisões de marketing.

2.3.7 Implementação da Simulação

A aplicação da simulação oferece uma metodologia poderosa para direcionar decisões de mudanças de conteúdo com base em dados estatísticos robustos. Isso não apenas maximiza as chances de aumentar as taxas de conversão de estudantes potenciais, mas também otimiza a experiência do usuário, contribuindo para uma estratégia de campanhas mais eficazes.

2.3.8 Links para as Simulações realizadas pelo grupo:

https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-SI10-G04/blob/main/src/montecarlo_simulation_conversion_rate.ipynb

3. Documentos de Negócios

3.1 Análise PESTEL

A Análise PESTEL é uma ferramenta que abrange as forças macroambientais que podem impactar uma organização. Considerando os fatores *Políticos, Econômicos, Sociais, Tecnológicos, Ambientais (E de environment) e Legais*. Ao aplicar essa análise para a Wizard, é possível identificar oportunidades e desafios que podem afetar a empresa, especialmente quando se considera a implementação do projeto, que tem foco no desenvolvimento de um teste A/B para melhorar a taxa de conversão.

Essa abordagem permite à Wizard entender como os fatores externos influenciam suas operações e processos de marketing, ajudando a criar estratégias de vendas mais eficazes. Para um projeto de teste A/B focado na geração de leads, a análise PESTEL oferece insights cruciais sobre o ambiente de negócios no qual a Wizard opera, apontando os aspectos que podem influenciar a resposta do público-alvo e o sucesso das campanhas de vendas.

Dessa maneira, a Wizard pode direcionar suas estratégias de teste A/B para gerar leads de forma mais eficaz, ajustando suas campanhas para maximizar o impacto positivo e minimizar os riscos associados aos fatores macroambientais. A análise PESTEL, ao fornecer uma visão abrangente do ambiente externo, se torna uma ferramenta valiosa para a tomada de decisões estratégicas, permitindo que a Wizard adapte suas abordagens de vendas de acordo com as realidades do mercado.

1. Análise Política

Nesta seção faremos a introdução de alguns itens de impacto para a Wizard em termos políticos. É importante salientar que a maioria destes termos pode ter relevância direta ou indiretamente à estratégia marco da empresa, tendo em vista o comportamento político. A principal implicação deste fator se destaca na influência nas decisões estratégicas tomadas pela empresa a curto e longo prazo, estas que são tomadas, principalmente pelos diretores da empresa.

Os subtópicos que serão abordados abaixo são a política do governo em relação à gestão de gastos públicos, políticas tributárias, a instabilidade política do país, e políticas fiscais.

1.2 Gestão de Gastos Públicos

A política de gestão de gastos públicos, nada mais é que a definição de alocação de recursos financeiros pelo governo. Em termos gerais este tema abrange áreas como orçamento, investimentos, despesas do governos, programas públicos e outros compromissos. Este tema pode afetar a Wizard de várias maneiras. Um aumento nos gastos em educação, por exemplo, poderia resultar em maiores investimentos em programas de idiomas nas escolas públicas, o que poderia diminuir a demanda por cursos privados. Esta movimentação surtiria um impacto negativo do Por outro lado, cortes no orçamento para educação podem criar oportunidades para a Wizard, já que a falta de programas de idiomas eficazes no setor público pode levar estudantes a buscar alternativas no setor privado.

Um exemplo de investimento público para diminuir este gap de aprendizado de línguas é a criação de programas de intercâmbio gratuitos que são oferecidos pelo governo. Dentre estes o principal que recentemente foi anunciado é o programa "Prontos Para o Mundo" que anualmente, distribui 1.000 bolsas de estudo para cursar um semestre letivo no exterior e impacta por volta de 70 mil jovens com curso intensivo de língua inglesa, este que é a primeira parte

preparatório para o processo de seleção para o programa. Segundo o Governo de São Paulo, o objetivo principal do programa é influenciar o desempenho escolar dos alunos e evitar a evasão escolar. Consequentemente, este tipo de programa e incentivo é excelente para o desenvolvimento da educação no país, no entanto, influencia diretamente na demanda de pessoas buscando cursos de idiomas, principalmente inglês, no Brasil. Sendo assim, se torna outro fator com impacto relevante e negativo para a empresa.

1.2.1 Oportunidades e Ameaças

Destacando as oportunidades dentro do que foi apresentado como alguns dos fatores impactantes, de gestão pública a Wizard pode explorar algumas deficiências do ensino público, principalmente no processo de ensino básico até o fundamental, para oferecer programas complementares ou até mesmo criar parcerias com as escolas, levando em consideração o período de atribuição de outros programas de incentivo (limite de idade, e outros pré requisitos) e universidades públicas.

Mesmo assim, é preciso estar sempre atento às movimentações do governo quanto a programas de incentivo sobre cursos ligados assistência ao aprendizado de novas línguas, com um olhar mais atento aos apoios para cursos de inglês, que possuem maior demanda do que outros. O principal agravante aqui seria o aumento significativo do uso de tecnologia e elevação na qualidade e alcance desses programas de idiomas públicos, o qual consequentemente poderia reduzir a demanda por cursos privados.

Sendo assim, este aspecto da análise política sugere que a Wizard deve se manter vigilante quanto às mudanças nos gastos públicos em educação, adaptando suas estratégias para colaborar ou competir com o setor público, conforme necessário. Isso pode envolver ajustes na oferta de cursos ou na estratégia de marketing para destacar a superioridade ou complementaridade dos seus serviços.

Probabilidade: Média. Depende das prioridades do governo atual e da situação fiscal.

1.3 Políticas tributárias: reforma tributária e como isso afetará o mercado

No significado de reforma tributária, podemos exemplificar a simplificação do processo de arrecadação sobre a produção e a comercialização de bens e a prestação de serviços, ou maior transparência referente aos tributos e outros tipos de imposto dentro do país. No entanto, as recentes movimentações do Senado e Governo em relação às reformas, tem sido um pouco confusas, e com um nível alto de abstração sobre seu contexto. Sendo assim, as reformas tributárias podem ter um impacto na estrutura de custos e na competitividade da Wizard. A redução de impostos para empresas pode aumentar a margem de lucro da Wizard, permitindo que a empresa invista mais em qualidade de ensino ou marketing. Entretanto, aumentos de impostos podem forçar a empresa a repassar esses custos para os consumidores, potencialmente reduzindo a demanda pelos cursos. Tem isso em mente, o escopo deste fator é bem mais “macro” e tem uma gama de atuação mais reativa, pelo fato de ter que esperar a decisão do governo quanto a este tipo de regulamentação. Deste modo, alterações nas políticas tributárias podem afetar diretamente os custos operacionais e a estrutura e precificação dos cursos da Wizard.

1.3.1 Oportunidades e Ameaças:

Os benefícios em relação à redução de tributação ou reestruturação de deduções, vão gerar uma flexibilização na estrutura contábil da empresa e isto pode ser aproveitados para melhorar a infraestrutura, tecnologia de ensino ou para oferecer preços mais competitivos.

No entanto, qualquer aumento de impostos, tem podem forçar a empresa a aumentar preços, o que poderia diminuir a demanda, especialmente em um contexto econômico desfavorável.

A partir da pesquisa realizada, é possível apontar a necessidade da Wizard de uma gestão financeira robusta e de estratégias para mitigação de riscos tributários. Acompanhar de perto as reformas tributárias se torna essencial para antecipar essas mudanças e ajustar a estratégia fiscal da empresa adequadamente, mesmo que no meio do caminho do ano por exemplo (estando nos termos legais de contabilidade).

Probabilidade: Alta. Reformas tributárias e políticas fiscais são frequentes e têm impactos diretos nas empresas brasileiras.

1.4 Instabilidade política

Outro fator determinante para o contexto externo, é em relação à instabilidade política. Em termos gerais, a instabilidade política pode ser considerada qualquer tipo de tensão, atitude ou ação que têm um impacto relevante para o país e sua percepção no contexto mundial. Neste contexto, é um fator que afeta a confiança tanto de consumidores quanto de investidores. Este tipo de confiança também reflete o montante de dinheiro investido em alguns produtos e empresas de setores “complementares” ou mais arriscados, como o setor de educação.

Normalmente, com o estresse do mercado, há uma centralização de esforços em setores mais confiáveis.

Especificamente, em cenários de instabilidade, também pode haver uma redução na disposição de famílias para

investir em educação não essencial, como cursos de idiomas, o que prejudicaria a demanda pelos serviços da Wizard. Além disso, a instabilidade pode afetar a capacidade da empresa de atrair investimentos estrangeiros ou de expandir para novos mercados.

1.4.1 Oportunidades e Ameaças

Com todos os pontos apresentados, é possível traçar a hipótese de que em cenários de incerteza, cursos de curta duração ou com foco em habilidades específicas podem atrair alunos que não querem se comprometer com programas longos. Isso surge uma oportunidade para promoções de cursos ou intensivos a curto prazo. No entanto, os riscos de desestabilização política podem afetar a demanda por cursos de inglês, o que pode ser considerado como o aspecto de principal preocupação.

A análise da instabilidade política revela a necessidade de a Wizard manter flexibilidade em seu modelo de negócio e oferta de cursos. Estratégias de diversificação geográfica e de produto podem ajudar a mitigar os riscos associados a crises políticas locais.

Probabilidade: Baixa a Média. Depende do contexto político específico do país, no contexto atual (Abril de 2024) poderia ser considerado baixa.

1.5 Políticas fiscais

As políticas fiscais tem como objetivo a promoção da gestão financeira equilibrada dos recursos públicos. Neste caso, o impacto atribuído pode ser especialmente relacionado à relação entre gastos e arrecadação governamentais, o que normalmente afeta muitas empresas no geral e impactaria a Wizard diretamente. Sendo assim, uma política fiscal expansionista, por exemplo, pode levar a uma maior inflação, o que diminuiria o poder de compra dos consumidores e poderia reduzir a demanda por cursos de idiomas, se tornando assim um impacto negativo para a empresa. Por outro lado, se a política fiscal for mais restritiva, visando controlar a inflação, isso poderia estabilizar a economia e melhorar o poder de compra, beneficiando a demanda por educação e cursos extensivo, se tornando um impacto positivo para a empresa. No conjuntura atual, é esta a situação na qual estamos evidenciando o mercado brasileiro se posicionado, o que impulsiona a empresa em termos de projeção.

1.5.1 Oportunidades e Ameaças

Diante de tudo o que foi levantado é possível fazer a inferência de que ambientes de baixa inflação podem ser aproveitados para expandir e investir em novos mercados, e a partir da movimentação da política fiscal, exemplo do contexto atual, é possível determinar a oportunidade de aproveitar o cenário e projetar mais investimentos e foco agressivo em venda.

Já numa estrutura de alta inflação, há a possibilidade de forçar a empresa a ajustar frequentemente seus preços, o que pode ser mal visto pelos consumidores e complicar a gestão financeira, e isso se torna uma ameaça para sua consolidação no mercado. Uma possível estratégia de mitigação, é focar em uma estratégia de reconhecimento de marca em campanhas, que pode ser uma oportunidade dentro de um contexto “ameaçador”.

Por fim, as políticas fiscais exigem que a Wizard monitore de perto os indicadores econômicos e ajuste suas estratégias de preços e orçamentárias conforme.

Probabilidade: Alta. Diante do contexto atual evidenciado sobre o Ministério da Fazenda.

Insights:

- **Impacto dos gastos públicos:** Aumentos nos gastos governamentais em educação podem reduzir a demanda por serviços privados de educação, enquanto cortes podem aumentar a demanda por serviços alternativos, como os oferecidos pela Wizard.
- **Políticas tributárias e fiscais:** Reformas tributárias que simplifiquem a arrecadação podem aumentar a lucratividade, enquanto políticas fiscais que gerem inflação podem diminuir o poder de compra e afetar negativamente a demanda por cursos de idiomas.
- **Instabilidade política:** A incerteza política pode reduzir a confiança do consumidor e do investidor, potencialmente afetando negativamente a demanda por educação não essencial.

2. Análise Econômica

Na análise econômica no contexto da empresa Wizard, decidimos, como grupo, considerar os cenários brasileiros de 2023 e a projeção para 2024, explorando quatro aspectos chave: crescimento econômico, taxa de juros, renda dos consumidores e taxas de câmbio.

Esses fatores são essenciais para compreender o ambiente em que a Wizard opera e como ele pode influenciar suas operações e estratégias.

2.1 Crescimento Econômico: Taxa de Inflação e Suscetibilidade de Pessoas Aderirem ao Tipo de Custo para Aulas Online

O desempenho da economia brasileira surpreendeu de forma positiva em 2023. Em 2023, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, o cenário econômico no Brasil foi marcado pela expansão do mercado interno acompanhada por uma elevação da massa de rendimentos do trabalho ampliada por benefícios sociais, e na elevada contribuição do consumo das famílias ao PIB. O PIB aumentou em 2,9%, e houve uma desaceleração da inflação em 4,62%, fruto da tendência de redução da taxa de juros e maior desempenho da exportação no cenário brasileiro. Esta tendência perdurou até o começo do ano de 2024, no qual o cenário de crescimento continuou. Sendo assim, tendo em vista este processo de crescimento argumentada pelo Instituto, está dentro da expectativa de que haverá um contexto de melhora da fragilidade financeira das famílias, com medidas como a continuidade da política de valorização do salário mínimo, o programa de renegociação das dívidas das famílias de baixa renda (o Desenrola Brasil) e a queda da taxa Selic, reverberando sobre o mercado de crédito e ampliando o campo de atuação da Wizard para atrair novos clientes, e aumento do investimento no setor em questão. É importante mencionar que este impacto positivo é garantido no Q1 do ano de 2024, no entanto, o Brasil ainda continua a enfrentar desafios para controlar a inflação, o que impacta diretamente o poder de compra dos consumidores. A inflação elevada pode tornar os consumidores mais cautelosos quanto aos gastos com serviços considerados não essenciais, como os cursos oferecidos pela Wizard. Nesse contexto, as aulas online podem ser vistas como uma alternativa mais econômica em comparação com as aulas presenciais.

2.1.1 Oportunidades e Ameaças:

A oferta de cursos online pode ser um diferencial, atraindo estudantes que buscam opções mais flexíveis e econômicas. Com a crescente demanda por conveniência e personalização na aprendizagem, cursos online oferecem a vantagem de acessibilidade e adaptabilidade, permitindo aos alunos estudar no seu próprio ritmo e de qualquer lugar. Este modelo pode expandir significativamente o alcance geográfico da empresa, tornando-a acessível a estudantes que não podem frequentar fisicamente as aulas devido à distância ou a compromissos pessoais. Além disso, a redução nos custos operacionais associados ao ensino online, como aluguel de espaço físico e manutenção, pode permitir que a Wizard ofereça preços mais competitivos, potencialmente aumentando sua base de alunos. No entanto, como cenário de ameaças, a inflação elevada pode reduzir a capacidade de gasto com educação, impactando negativamente as matrículas. Quando os preços de bens e serviços essenciais sobem, as famílias podem ser forçadas a cortar despesas consideradas não essenciais, incluindo a educação. Isso pode resultar em uma redução no número de novas matrículas e na taxa de retenção de alunos existentes, afetando as receitas da Wizard. Além disso, o aumento dos custos operacionais causado pela inflação, como o preço dos materiais didáticos e tecnologia, pode erodir as margens de lucro se a empresa não conseguir repassar esses custos para os preços dos cursos sem perder alunos. Outras oportunidades e ameaças complementares são:

Oportunidades:

- **Expansão de Mercado:** Utilizando plataformas online, a Wizard pode também atingir segmentos de mercado anteriormente inacessíveis, como adultos em transição de carreira ou estudantes internacionais.
- **Parcerias e Colaborações:** O ensino online facilita colaborações com instituições estrangeiras ou especialistas de diferentes regiões, enriquecendo o conteúdo dos cursos e aumentando a atratividade dos programas.

Ameaças:

- **Concorrência Intensificada:** O mercado de cursos online é altamente competitivo, com muitos players oferecendo conteúdo gratuito ou a preços muito baixos. Isso requer que a Wizard mantenha uma oferta de alta qualidade e diferenciada para se destacar.
- **Desafios Tecnológicos:** Dependência de tecnologia significa que interrupções técnicas ou falhas de segurança cibernética podem afetar negativamente a entrega de cursos e a satisfação do cliente, potencialmente prejudicando a reputação da empresa.

Portanto, enquanto a oferta de cursos online representa uma oportunidade significativa para expandir e diversificar o acesso à educação que a Wizard oferece, os desafios impostos pela inflação exigem uma gestão estratégica cuidadosa para equilibrar custos, preços e qualidade de serviço. A oferta de cursos online pode ser um diferencial, atraindo estudantes que buscam opções mais flexíveis e econômicas. A inflação elevada pode reduzir a capacidade de gasto com educação, impactando negativamente as matrículas. Tendo em vista este cenário, a Wizard deve ampliar o valor do investimento em produtos pontuais especialmente em um período de recuperação e crescimento gradual. Além disso, fortalecer a oferta de cursos online pode ser uma estratégia eficaz para atrair estudantes preocupados com custos.

Probabilidade: Média. Enquanto a inflação pode limitar o poder de compra, o impacto pode ser mitigado por estratégias de preço e valor agregado.

2.2 Taxa de Juros: Queda da Taxa Selic e Crescimento Econômico

A queda da taxa Selic, adotada pelo Banco Central, visa estimular o crescimento econômico reduzindo o custo do crédito. Isso pode levar a um aumento do consumo e do investimento das empresas e consumidores. Consequentemente, a projeção de queda da taxa de juros e processo contínuo de redução vai parar. A recente atualização das projeções para a taxa Selic, conforme indicado pelo Boletim Focus e reportado pela CNN Brasil, sugere um cenário de elevação gradual dos juros básicos até o final de 2024, alcançando 9,50%. Esta expectativa de aumento na taxa Selic pode ter várias implicações para empresas de médio porte como a Wizard, que operam intensamente no mercado brasileiro. O aumento da taxa Selic eleva o custo de empréstimos e financiamentos. Para uma empresa como a Wizard, que pode depender de capital externo para financiar expansões, renovações ou investimentos em tecnologia, a elevação dos juros pode resultar em maiores custos financeiros. Isso pode levar a uma reavaliação de projetos, priorizando iniciativas que ofereçam maior retorno sobre o investimento ou que sejam essenciais para a operação e competitividade da empresa. As taxas de juros mais altas geralmente desestimulam o consumo, pois elevam o custo do crédito para indivíduos e famílias. Com a renda disponível potencialmente reduzida e maiores encargos financeiros sobre empréstimos existentes, consumidores podem se tornar mais cautelosos com gastos não essenciais, incluindo serviços educacionais como os oferecidos pela Wizard. Isso pode afetar a demanda pelos cursos da empresa, exigindo estratégias de marketing e vendas mais eficazes para atrair e manter alunos. Embora o aumento da taxa Selic seja uma resposta ao combate à inflação, ele também reflete um esforço de estabilizar a economia. A inflação controlada pode beneficiar empresas de médio porte ao manter o poder de compra dos consumidores, o que é vital para o setor de serviços educacionais. No entanto, se o aumento da taxa Selic não conseguir conter a inflação, ou se for percebido como insuficiente, isso pode levar a uma incerteza econômica prolongada, afetando negativamente o ambiente de negócios.

2.2.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Juros mais baixos podem incentivar o consumo de serviços de educação e permitir à Wizard acessar financiamento mais barato para expansão.
- **Ameaças:** Uma política de juros baixos por um período prolongado pode resultar em superaquecimento da economia e eventual aumento da inflação, o que poderia reverter os benefícios iniciais, assim como o aumento da taxa de juros pode ser utilizado para controlar a inflação e pode ter um impacto negativo na elevação dos custos a longo prazo.

Sendo assim, é vital que a Wizard aproveite o ambiente de juros baixos, atual, para fazer investimentos estratégicos, como a melhoria de infraestrutura ou expansão de mercados. Além disso, monitorar as tendências econômicas para ajustar rapidamente as estratégias de preço e oferta conforme o cenário econômico evolui. No entanto, a possibilidade de aumento da taxa ainda deve ser mapeada a longo prazo. E como mitigação gestão prudente dos recursos financeiros, a adaptabilidade das estratégias de mercado em resposta às condições econômicas e um foco contínuo na inovação e eficiência operacional serão essenciais para que a empresa navegue com sucesso nesse cenário de taxas de juros crescentes e suas repercussões econômicas.

Probabilidade de baixas taxas de juros aumentando o consumo e investimento: Alta. Taxas de juros mais baixas historicamente estimulam o consumo e o investimento, e tem sido um esforço do atual governo, reduzir a taxa de juros.

Probabilidade de aumento de juros afetando negativamente a demanda: Baixa a Média. Aumentos na taxa de juros podem desencorajar gastos em serviços não essenciais em termos de investimento, como já houve a tendência de aumento nos anos anteriores, é provável que não haja o aumento significativo.

2.3 Renda dos Consumidores: Aumento em Relação a Outros Anos

A renda dos consumidores vem mostrando uma recuperação nos últimos anos. Isso influencia diretamente o poder de compra e pode aumentar a procura por cursos de idiomas, que são vistos como um investimento na carreira e desenvolvimento pessoal. Uma reportagem recente da revista Valor ressalta o aumento significativo nas vendas no varejo ampliado no início de 2024, impulsionado por um mercado de trabalho aquecido e políticas de estímulo ao consumo. Fornecendo um indicativo positivo para a economia brasileira e para a Wizard. Esse aumento nas vendas no varejo, especialmente quando consideramos a alta de 2,8% em janeiro e 1,2% em fevereiro, sugere uma maior disposição dos consumidores em gastar, o que é um reflexo direto do aumento da renda e do otimismo com o PIB, como mencionado no artigo da revista. A Wizard, que oferece serviços educacionais, vê um ambiente econômico fortalecido com aumento no consumo e na renda dos consumidores e isto cria uma tendência de investimento na qual as pessoas tendem a investir mais em educação, seja buscando melhorar as perspectivas de emprego ou adquirir novas habilidades. Para a Wizard, isso pode significar um aumento na procura por cursos de idiomas, especialmente

se os consumidores perceberem o aprendizado de um novo idioma como uma ferramenta valiosa para avanço profissional ou pessoal. Na visão a longo prazo, o ambiente econômico positivo e o aumento na renda podem permitir que a Wizard explore a expansão de seus serviços, introduzindo novos cursos ou modalidades de aprendizagem.

2.3.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Um aumento na renda dos consumidores possibilita a expansão da base de clientes potenciais, sua segmentação e aumento de precificação dos cursos. Com o aumento da renda dos consumidores, a Wizard tem a oportunidade de diversificar seus produtos, oferecendo cursos customizados e especializados que atendam a nichos específicos de mercado. Isso pode incluir cursos de idiomas focados em áreas profissionais específicas, como negócios, tecnologia, ou saúde, que geralmente têm preços premium devido ao seu alto valor agregado. Outro com ponto é que o aumento na renda também permite a implementação de programas de fidelidade e estratégias de upselling, incentivando os alunos a se matricularem em múltiplos cursos ou em programas de longo prazo, o que pode aumentar a receita per capita e fortalecer o engajamento do cliente.
- **Ameaças:** A concentração de renda pode limitar o acesso aos cursos da Wizard a apenas segmentos mais “concentrados” da sociedade, com baixa conversão e uma ampliação de mercado falha. Embora uma segmentação focada possa ser lucrativa, ela também corre o risco de excluir potenciais alunos que não se enquadram nos segmentos de renda mais elevados. Isso pode criar uma imagem de exclusividade que aliena uma grande parcela da população que poderia se beneficiar dos cursos, mas que encontra barreiras econômicas para o acesso. Aumentar a precificação dos cursos pode levar a uma percepção de que os serviços são demasiadamente caros, especialmente se os aumentos não forem acompanhados por melhorias perceptíveis na qualidade ou no valor agregado. Isso pode resultar em uma rejeição por parte dos consumidores, que podem optar por alternativas mais acessíveis.

O cenário descrito pela revista Valor é promissor para empresas como a Wizard, pois um aumento geral na renda dos consumidores e no otimismo econômico geralmente conduz a um maior gasto com serviços complementares, incluindo a educação. Para maximizar essas oportunidades, a Wizard deverá continuar a monitorar as tendências do mercado e adaptar suas estratégias de acordo, assegurando que suas ofertas permaneçam relevantes e atraentes em um ambiente econômico em evolução. Investir em qualidade, inovação e satisfação do cliente será crucial para aproveitar ao máximo o aumento da renda e do consumo previstos para 2024. A Wizard deve considerar estratégias de diferenciação de produtos para atender a diferentes segmentos de renda, maximizando seu alcance no mercado. Estratégias de preços dinâmicos e pacotes promocionais podem ser eficazes para atrair e reter alunos de diversos níveis socioeconômicos.

Probabilidade: Alta. A renda é um dos principais determinantes da demanda em serviços educacionais.

Insights:

- **Crescimento econômico e inflação:** Um ambiente econômico estável e um crescimento positivo podem aumentar a renda e o consumo, beneficiando a demanda por educação. Inflação controlada é crucial para manter o poder de compra dos consumidores.
- **Taxa de juros:** Flutuações na taxa Selic influenciam o custo do crédito e o comportamento do consumidor. Juros mais baixos podem estimular o consumo e investimento, enquanto juros altos podem contrair a demanda.
- **Renda dos consumidores:** Aumentos na renda disponível podem ampliar o mercado potencial para a Wizard, permitindo a introdução de cursos premium ou estratégias de expansão.

3. Análise Social

A análise social da Wizard, revela a complexidade e a necessidade de adaptação contínua às dinâmicas sociais que influenciam diretamente as preferências e comportamentos dos consumidores. Considerando os diversos aspectos da distribuição da população, as mudanças demográficas e os estilos de vida, a Wizard enfrenta desafios únicos e oportunidades para moldar suas estratégias de marketing, oferta de produtos e engajamento com os consumidores.

3.1 Distribuição da População: Concentração no Sul e Sudeste

As regiões Sul e Sudeste do Brasil são as mais densamente povoadas e também as mais desenvolvidas economicamente. Estas regiões possuem uma alta concentração de instituições de ensino e infraestruturas tecnológicas avançadas, o que facilita o acesso a serviços educacionais, incluindo cursos de idiomas. De acordo com uma reportagem da GIFE o desequilíbrio nos investimentos sociais entre as regiões do Brasil, apontam uma concentração predominante de iniciativas no Sudeste em detrimento de outras regiões, como o Centro-Oeste. Este cenário apresenta tanto oportunidades quanto desafios para empresas que têm como objetivo de ampliar sua atuação

de alunos, assim como aumentar a retenção de clientes, como a Wizard, especialmente quando consideramos a distribuição desigual da população e das oportunidades educacionais entre as regiões.

3.1.1 Oportunidades e Ameaças:

A alta concentração populacional e a disposição para investimento em educação criam um ambiente rico para a oferta de cursos de idiomas, permitindo à Wizard focar em mercados urbanos com campanhas de marketing segmentadas e ofertas personalizadas. Consequentemente, a entrada em mercados menos desenvolvidos ou com infraestrutura educacional precária pode representar desafios logísticos e operacionais significativos para a empresa. Isso inclui a necessidade de adaptar os cursos para atender às necessidades locais, bem como superar barreiras de acesso à tecnologia e internet, tendo em vista o alto investimento na plataforma Wizard On, que são essenciais para o modelo de educação à distância. Outro aspecto essencial como oportunidade, é o investimento em ações que visem diminuir as disparidades regionais. Por outro lado, a intensa concorrência nas regiões mais desenvolvidas requer que um esforço maior na atuação da Wizard. Enquanto o sudeste continua sendo um mercado importante devido à sua importância no contexto nacional, a intensa competição pode limitar a Wizard a não diversificar suas operações para outras áreas. E outro ponto é que a entrada em mercados menos desenvolvidos ou com infraestrutura educacional precária pode representar desafios de retenção de clientes. Isso, porque, há uma necessidade de adaptar os cursos para atender às necessidades locais, bem como superar barreiras de acesso à tecnologia e internet, como foi abordado anteriormente.

Sendo assim, a Wizard deve explorar as características socioeconômicas do Sul e Sudeste, desenvolvendo programas que atendam às demandas específicas e diversificadas dessas regiões. Mas mesmo assim, deve ter um olhar expansivo para outras regiões e deve traçar planos de atuação para ampliar sua participação em novos mercados.

Probabilidade: Alta. Regiões densamente povoadas e mais desenvolvidas acabam sendo os principais foco de atuação para a estratégia das empresas.

3.2 Distribuição de Faixas Etárias: Predominância de Jovens com Projeção de Envelhecimento

A população brasileira é jovem, mas as projeções indicam um envelhecimento gradual. Dados divulgados pelo IBGE revelam uma mudança significativa na distribuição etária da população brasileira, com um aumento na proporção e no número absoluto de pessoas com 30 anos ou mais, enquanto a parcela da população abaixo de 30 anos diminuiu tanto em termos percentuais quanto absolutos. Este cenário de envelhecimento populacional traz implicações específicas para a Wizard. Com a visão abrangente do contexto da empresa e o projeto, podemos inferir que a faixa etária entre 16 e 30 anos é particularmente relevante para a Wizard, pois abrange estudantes e jovens profissionais que buscam aprimorar suas habilidades linguísticas para oportunidades educacionais e profissionais.

3.2.1 Oportunidades e Ameaças:

Com todos os pontos abordados, há uma grande janela de oportunidade para engajar esses jovens através de cursos alinhados com suas aspirações de carreira, como preparatórios para exames internacionais ou inglês para negócios. Entretanto, à medida que a população envelhece, a demanda por educação tradicional pode diminuir, desafiando a Wizard a adaptar sua oferta para atender às necessidades de um público mais maduro.

Como conclusão, a Wizard deve monitorar as mudanças demográficas e ajustar a oferta de cursos para alinhar com as necessidades emergentes de diferentes faixas etárias será crucial. A empresa pode traçar como meta, entender a demanda a longo prazo, e desenvolver programas para adultos e idosos, focando em lazer, viagem, ou até mesmo em habilidades digitais, pode ajudar a manter a relevância da retenção de alunos ativos no longo prazo.

Probabilidade: Média. Apesar de ser um fato consolidado, as mudanças demográficas são lentas e seus efeitos são gradualmente percebidos para as empresas.

3.3 Estilos de Vida e Cultura do Consumo

Os estilos de vida no Brasil têm mudado significativamente, com um aumento no interesse por bem-estar, sustentabilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Este tipo de tendência reflete o aumento do otimismo entre os consumidores brasileiros, conforme indicado pela análise de tendência do SEBRAE para o ano de 2024, o qual sugere uma predisposição maior para investir em serviços que possam oferecer retornos pessoais ou profissionais a longo prazo, como a educação. Para a Wizard, isso representa uma oportunidade de enfatizar o valor de aprender um novo idioma como um investimento que pode melhorar as perspectivas de carreira e a qualidade de vida dos indivíduos. Assim como a conjunta relevância contínua das lojas físicas, com o aumento das compras online, destacando a importância da "omni-channelidade" para as empresas. Neste caso as empresas tem visto a necessidade de operar seus processos em termos de aprendizado integrado, que combine acesso digital com interações presenciais, no exemplo da Wizard, há possibilidade de integração com as aulas na Wizard On com dinâmicas em aulas presenciais.

3.3.1 Oportunidades e Ameaças:

Com todas as informações apresentadas, a Wizard pode capitalizar essas tendências oferecendo cursos que promovam não só o aprendizado de um idioma, mas também experiências culturais e interativas. Este tipo de ampliação de conteúdo, e "over-deliver" são ferramentas que têm se tornado uma necessidade no mercado tão exigente quanto o atual. Além disso, a integração de tecnologias digitais nos cursos pode atrair um público que valoriza flexibilidade e inovação. Mesmo com estas tendências, é importante ter em mente que estas mudanças rápidas nos estilos de vida do consumidor, e novas tendências aparecendo recorrentemente, podem tornar algumas ofertas tradicionais mais comuns, exigindo uma constante atualização e adaptação dos produtos oferecidos.

Por fim, a cultura de consumo e os estilos de vida atuais demandam que a Wizard seja ágil e inovadora em suas ofertas. A empresa deve explorar novas tecnologias e métodos de ensino para manter sua oferta relevante e atraente, adaptando-se continuamente às expectativas dos consumidores por serviços que sejam ao mesmo tempo enriquecedores e convenientes.

Probabilidade: Alta. A tendência de personalização e flexibilidade na educação está crescendo rapidamente, e isto está diretamente relacionado às novas tendências e maior desenvolvimento em nossa sociedade.

Insights:

- **Distribuição populacional e demográfica:** Regiões densamente povoadas e economicamente avançadas apresentam oportunidades significativas para a penetração de mercado, enquanto regiões menos desenvolvidas podem exigir adaptações no modelo de negócio.
- **Mudanças demográficas:** O envelhecimento da população pode requerer a adaptação de ofertas para atender a um público mais maduro, enquanto uma população jovem continua sendo um mercado chave.
- **Estilos de vida e consumo:** Mudanças nos estilos de vida que valorizam a flexibilidade, bem-estar e sustentabilidade podem abrir novos nichos para cursos que alinhem esses valores.

4. Análise Tecnológica

A análise tecnológica para a Wizard, parte do Grupo Pearson, revela um cenário dinâmico e desafiador, impulsionado pela rápida evolução das tecnologias e suas aplicações no campo da educação. Diante das exigências crescentes por flexibilidade, personalização e segurança, a Wizard se depara com múltiplas oportunidades de fortalecer sua oferta e presença no mercado, enquanto também enfrenta desafios que precisam ser gerenciados com estratégias à longo prazo.

4.1 Maior Investimento nas Plataformas de Ensino à Distância

A educação online tem crescido exponencialmente, especialmente impulsionada pela pandemia de COVID, que forçou muitas instituições de ensino a adotarem rapidamente plataformas digitais para manter suas atividades. A Wizard, operando primariamente com cursos de idiomas, encontra nesse cenário uma oportunidade de expandir seu alcance geográfico e demográfico por meio de tecnologias de ensino à distância. Sendo assim, de acordo com a NEO Feed, a transição da Wizard para focar mais intensamente nas plataformas de ensino à distância, como um negócio estratégico para a Pearson no Brasil, é um reflexo das tendências atuais no setor educacional. A acessibilidade e flexibilidade dos cursos online são uma necessidade para uma geração que valoriza a autonomia em aprender no seu próprio ritmo e horário. O produto da vez, neste caso, é o Wizard On.

4.1.1 Oportunidades e Ameaças:

Expandir a oferta de cursos online, como a Wizard On, pode permitir à Wizard atingir clientes em locais menos acessíveis e adequar sua oferta às necessidades de alunos com horários variados. Todavia, o mercado de educação online é altamente competitivo. Com muitas instituições oferecendo cursos de idiomas online, a Wizard precisa garantir que seus cursos se destaquem pela qualidade, eficácia e pelo valor agregado. Isso pode requerer investimentos contínuos em marketing e desenvolvimento de cursos para manter uma vantagem competitiva. Assim como a dependência de plataformas tecnológicas exige investimentos contínuos em atualizações de software e infraestrutura para garantir a qualidade do ensino, o que é um desafio para empresas que estão fazendo este tipo de transição.

Para a Wizard, a adoção eficaz de tecnologias de ensino à distância pode ser um diferencial competitivo significativo. A empresa deve investir em plataformas robustas e fáceis de usar, garantindo uma experiência de aprendizado contínua e envolvente para os alunos.

Probabilidade: Alta. A demanda por educação online continua a crescer, impulsionada pelo desenvolvimento de novas tecnologias, e efeito imediato causado pela necessidade deste tipo de serviço na pandemia.

4.2 Evolução da Inteligência Artificial em Educação

Outro fator de alta influência no mercado, tendo em vista o aumento de atuação da tecnologia nos setores é a inteligência artificial. O uso de inteligência artificial (IA) está remodelando muitos aspectos de diversos segmentos, inclusive o da educação, desde a personalização de currículos até a automação da avaliação e feedback para os estudantes. De acordo com uma reportagem na revista exame, A inteligência artificial aplicada na educação tem o potencial de estimular a aprendizagem, facilitar o ensino e medir o desempenho dos alunos de forma mais eficiente. Para a Wizard, que oferece cursos de idiomas, a IA pode ser particularmente útil para criar experiências de aprendizado adaptativas que se ajustem ao progresso e às necessidades individuais de cada aluno. Ferramentas de IA, como chatbots para prática de conversação e sistemas de reconhecimento de voz, podem melhorar significativamente a eficácia do aprendizado de idiomas, e de atendimento do cliente em todas as camadas de adoção.

4.2.1 Oportunidades e Ameaças:

A integração da Inteligência Artificial pode permitir à Wizard oferecer cursos mais personalizados e eficazes, aumentando a satisfação e retenção dos alunos. Tendo isso em vista, é necessário também mapear o orçamento e adição de custos variáveis. A integração de tecnologia envolve custos significativos de desenvolvimento e manutenção, além de exigir atualização constante das habilidades dos educadores.

Por fim, a utilização de Inteligência Artificial pode transformar a oferta educacional da Wizard, tornando-a mais atraente e eficiente. Sendo assim, a empresa precisa estar atenta às inovações tecnológicas e pronta para adaptar-se, garantindo que os investimentos em IA se traduzam em valor agregado para os alunos e para a organização.

Probabilidade: Alta. A tecnologia de Inteligência Artificial está se tornando um padrão na indústria da educação para personalização e eficiência.

4.3 Segurança Cibernética

À medida que a digitalização se torna predominante no setor educacional, a segurança cibernética emerge como um fator que demanda atenção constante. Esta realidade é impulsionada pelo aumento significativo no volume e na sensibilidade dos dados coletados e armazenados pelas instituições com responsabilidade educacionais, como a Wizard. Os dados dos alunos não apenas incluem informações pessoais básicas, mas também contêm detalhes financeiros, resultados de aprendizado e outras informações confidenciais. A proteção eficaz desses dados é fundamental não apenas para a confiança do consumidor, mas também para a conformidade com regulamentações rigorosas, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil, que impõe penalidades severas por falhas de segurança. Consequentemente, a importância da segurança cibernética é destacada por incidentes recentes no setor educacional onde violações de dados levaram a consequências de longo alcance. Além disso, há implicações financeiras diretas, incluindo potenciais multas regulatórias, custos de mitigação e possíveis litígios. Para instituições como a Wizard, a adoção de uma abordagem proativa em segurança cibernética é essencial. Isso envolve a implementação de criptografia de dados, autenticação multifatorial e redes seguras que possam ajudar a mitigar os riscos de ataques cibernéticos.

4.3.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Investir em segurança cibernética robusta pode ser um ponto de marketing positivo, reforçando a reputação da Wizard como uma escolha segura e confiável.
- **Ameaças:** A falta de medidas de segurança adequadas pode levar a violações de dados, resultando em perdas financeiras e danos à imagem da empresa.

Com o aumento da digitalização dos serviços educacionais, a segurança cibernética se torna um componente crítico. A proteção de dados de alunos e a garantia de sistemas seguros são essenciais para manter a confiança do consumidor e cumprir regulamentações legais. Para a Wizard, que lida com informações sensíveis de seus alunos, um comprometimento cibernético pode ter repercussões severas, tanto financeiras quanto de reputação. A Wizard deve priorizar a segurança cibernética, não apenas como uma necessidade operacional, mas como um compromisso com seus clientes. A implementação de políticas de segurança rigorosas e a educação contínua sobre práticas seguras são fundamentais para proteger a empresa e seus alunos.

Probabilidade: Alta. A segurança de dados é uma preocupação crescente em todos os setores digitais, principalmente em setores que lidam com informações de "terceiros" ou clientes.

Insights:

- **Educação à distância:** O aumento da adesão à educação online oferece a oportunidade de expandir geograficamente e atender a uma demanda diversificada, mas também exige investimentos em tecnologia e inovação para se manter competitivo.

- **Inteligência artificial:** O uso de IA pode personalizar a aprendizagem e melhorar a eficiência, mas requer investimentos significativos em tecnologia e treinamento.
- **Segurança cibernética:** A proteção de dados torna-se crucial à medida que a empresa depende mais da tecnologia digital. Investimentos em segurança podem melhorar a confiança do consumidor e a conformidade regulatória.

5. Análise Ambiental

A análise ambiental é essencial para entender como fatores ecológicos impactam a empresa Wizard, especialmente em um contexto onde a conscientização ambiental está crescendo e se tornando cada vez mais uma preocupação global. No Brasil, questões ambientais ganharam destaque, com um público cada vez mais atento às práticas sustentáveis das empresas. Vamos detalhar como esses fatores ambientais afetam diretamente a Wizard, considerando tópicos como sustentabilidade nas operações, impacto do uso de tecnologia e responsabilidade social corporativa.

5.1 Sustentabilidade nas Operações

No cenário atual, as empresas brasileiras estão cada vez mais sob pressão para adotarem práticas sustentáveis. Para uma empresa de educação como a Wizard, isso se traduz em otimizar o uso de recursos em suas operações, desde a gestão de instalações até a escolha de materiais e tecnologias utilizados nos cursos. Reduzir a pegada de carbono por meio de práticas como a diminuição do uso de papel, incentivando o ensino à distância, e utilizando recursos digitais que demandem menos energia, são medidas que a Wizard pode adotar para se alinhar com expectativas modernas de sustentabilidade. Uma das mudanças recentes que reforçam esta preocupação foi a troca do uso de CD's para o uso da caneta para os exercícios de listening.

5.1.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Adotar práticas sustentáveis pode melhorar a imagem da empresa perante consumidores e parceiros, além de potencialmente reduzir custos operacionais a longo prazo.
- **Ameaças:** A transição para práticas mais verdes pode requerer investimentos iniciais significativos, e a resistência interna à mudança pode ser um obstáculo.

A Wizard deve implementar uma estratégia de sustentabilidade que não apenas melhore sua eficiência operacional, mas também fortaleça sua marca como uma empresa responsável e inovadora no setor educacional.

Probabilidade: Alta, pois existe uma tendência global crescente em direção à sustentabilidade nas operações empresariais.

5.2 Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social corporativa ou empresarial, pode ser definido como ações direcionadas pela organização em relação à sociedade. Ainda assim, a responsabilidade social corporativa (RSC) relacionada ao meio ambiente tornou-se um componente crítico da estratégia empresarial. No contexto brasileiro de 2024, onde a sociedade mostra-se cada vez mais preocupada com questões ambientais, especialmente após eventos climáticos extremos e debates sobre sustentabilidade, a Wizard tem a oportunidade de liderar pelo exemplo.

5.2.1 Oportunidades e Ameaças:

A adoção de uma forte política de RSC pode aumentar o engajamento do cliente, atração e retenção de talentos, e melhorar a reputação da empresa. No entanto, a negligência em adotar práticas ambientais responsáveis pode resultar em danos à reputação e perda de oportunidades de negócio, o que se torna uma ameaça pertinente pra percepção da empresa à longo prazo.

Incorporar a RSC no núcleo da estratégia de negócios da Wizard não apenas atenderá às expectativas dos stakeholders, mas também contribuirá para um impacto social e ambiental positivo. Sendo assim, a empresa deve comunicar suas ações e progressos de forma transparente, fortalecendo sua posição como líder no ensino de idiomas e como uma empresa responsável e sustentável

Probabilidade: Média. É algo que o mercado vê valor, no entanto, ainda não há uma pressão muito forte, para que este tipo de responsabilidade seja implementada.

Insights:

- **Sustentabilidade:** Adotar práticas sustentáveis pode não apenas reduzir custos, mas também melhorar a imagem da marca e atender às expectativas crescentes de consumidores e parceiros.
- **Responsabilidade social corporativa:** Ações responsáveis podem reforçar o engajamento e a lealdade do cliente, enquanto a negligência pode danificar a reputação e resultar em perda de mercado.

6. Análise Legal

A análise legal é um aspecto muito importante especialmente para empresas como a Wizard que operam no setor educacional e estão sujeitas a uma variedade de regulamentações específicas. Vamos considerar os impactos das leis da concorrência, das leis trabalhistas e de proteção ao consumidor, e como essas legislações afetam a Wizard no contexto brasileiro principalmente.

6.1 Leis da Concorrência (CADE)

As leis de concorrência no Brasil, reguladas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e estabelecidas pela Lei nº 12.529 de 2011, desempenham um papel crucial em manter o equilíbrio do mercado, impedindo práticas anticompetitivas e a formação de monopólios. Estas leis no Brasil são reguladas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), que monitora fusões e aquisições para evitar a formação de monopólios e garantir uma concorrência saudável. Em um cenário onde grandes grupos educacionais como a Pearson podem buscar expandir suas operações adquirindo outras escolas de idiomas, a Wizard deve estar atenta às oportunidades e ameaças que tais movimentos no mercado podem representar. A ação do CADE pode tanto abrir quanto restringir oportunidades, dependendo de como as aquisições são vistas sob a perspectiva de concentração de mercado.

6.1.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Decisões favoráveis do CADE a aquisições podem permitir à Wizard também considerar expansões estratégicas para aumentar sua presença no mercado.
- **Ameaças:** Aquisições por grandes concorrentes podem limitar o espaço de mercado disponível para a Wizard, aumentando a pressão competitiva.

A Wizard deve monitorar constantemente o ambiente legal relativo à concorrência e considerar consultoria jurídica especializada para explorar estrategicamente as fusões e aquisições como meio de crescimento, bem como para se defender de possíveis desvantagens competitivas resultantes das ações de grandes players.

Probabilidade de mudanças nas leis de concorrência afetando estratégias de mercado: Média. Monitoramento constante é necessário devido à importância estratégica dessas regulamentações, mas mudanças de impacto alto não são tão recorrentes.

6.2 Leis Trabalhistas

As leis trabalhistas no Brasil são complexas e abrangentes, com frequentes atualizações que podem afetar a forma como a Wizard gerencia seu corpo docente e administrativo. Especificamente, mudanças significativas em leis trabalhistas podem impactar custos operacionais e estratégias de gestão de recursos humanos. Por exemplo:

- **Lei de Terceirização (Lei nº 13.429/2017):** Esta lei permite a terceirização de qualquer atividade da empresa. Para a Wizard, isso poderia significar a oportunidade de terceirizar funções não essenciais, como serviços de limpeza, manutenção ou até algumas funções administrativas, potencialmente reduzindo custos. No entanto, a gestão de terceirizados requer controle rigoroso para garantir a qualidade e a conformidade dos serviços, o que pode aumentar a complexidade operacional.
- **eSocial:** Sistema que unifica a prestação das informações referentes às obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas. A implementação do eSocial exige que a Wizard mantenha um alto nível de organização e precisão nas informações trabalhistas, o que pode aumentar os custos administrativos a curto prazo, mas potencialmente simplificar e reduzir riscos de penalidades no longo prazo.
- **Lei do Aprendiz (Lei nº 10.097/2000):** Obriga empresas de médio e grande porte a contratarem jovens aprendizes. A Wizard pode se beneficiar desta lei ao integrar jovens talentos em seu quadro, potencialmente inovando e injetando novas ideias na empresa. Contudo, isso também requer investimentos em treinamento e desenvolvimento desses jovens, o que pode representar um custo adicional.
- **Lei de Cotas para Pessoas com Deficiência (Lei nº 8.213/1991):** Exige que empresas com 100 ou mais funcionários preencham parte de suas vagas com pessoas com deficiência. A Wizard deve estar atenta para cumprir essa cota, o que é uma excelente oportunidade para promover inclusão e diversidade, mas também exige adaptações nas infraestruturas e nos processos seletivos para acomodar adequadamente esses colaboradores.

Estas leis, são alguns dos exemplos da presença de leis trabalhistas no contexto da empresa. Caso seja bem estudado, e dentro dos conformes, a tendência do embasamento nas leis trabalhistas sempre será positivo, no entanto, qualquer desatenção ou tentativa de "achar um jeitinho" pode providenciar consequências e um impacto negativo para a empresa.

6.2.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Políticas trabalhistas que facilitam a contratação e a flexibilização dos contratos podem permitir à Wizard ajustar mais facilmente sua força de trabalho às necessidades do mercado.
- **Ameaças:** Regulamentações mais rígidas e o aumento de obrigações legais podem elevar os custos com pessoal e complicar processos operacionais.

Manter uma estratégia de conformidade proativa e investir em consultoria jurídica especializada em direito trabalhista são essenciais para que a Wizard gerencie eficientemente seu capital humano e minimize riscos legais, garantindo ao mesmo tempo um ambiente de trabalho justo e produtivo.

Probabilidade de mudanças nas leis trabalhistas afetando operações: Alta. Leis trabalhistas são frequentemente revisadas e podem impactar significativamente os custos e operações.

6.3 Proteção ao Consumidor (CDC 8066)

A legislação brasileira de proteção ao consumidor, exemplificada pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece direitos e obrigações claros para as empresas em relação aos produtos e serviços que oferecem. Artigos como o 14, que trata da responsabilidade por defeitos de qualidade que tornem os produtos impróprios ou inadequados ao consumo, e o 39, que proíbe práticas consideradas abusivas, são particularmente relevantes para a Wizard no fornecimento de cursos de idiomas.

6.3.1 Artigo 14: Responsabilidade por Defeitos de Qualidade

O artigo 14 do Código do Consumidor responsabiliza fornecedores por defeitos de qualidade nos serviços que tornem estes inadequados ao consumo ou que diminuam seu valor. Neste contexto, para a Wizard isso significa que todos os cursos devem atender a um padrão de qualidade que garanta sua adequação ao propósito educacional a que se destinam. Qualquer falha, seja na entrega do curso, no material didático, na qualificação dos professores ou na infraestrutura de suporte, pode ser vista como um defeito de qualidade, sujeitando a empresa a reclamações (como implicações no site do “Reclame Aqui”, por exemplo) e possíveis penalidades.

6.3.2 Artigo 39: Práticas Abusivas

Já o artigo 39 proíbe práticas consideradas abusivas, como a venda casada ou a imposição de condições desproporcionais ou injustas. Isso implica em uma necessidade de transparência total nas práticas de vendas e marketing, para a Wizard. Por exemplo, a empresa deve evitar políticas que obriguem os alunos a comprar materiais exclusivos como condição para matrícula, ou condições de pagamento que possam ser vistas como desvantajosas para o consumidor sem justificativa razoável.

6.3.3 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** Adotar práticas exemplares de serviço ao cliente pode não apenas garantir a conformidade com o CDC, mas também reforçar a imagem da Wizard como uma empresa confiável e orientada para o consumidor.
- **Ameaças:** O não cumprimento das disposições do CDC pode levar a sanções legais severas, danos à reputação e perda de clientes.

É vital que a Wizard mantenha altos padrões de qualidade e transparência em seus cursos, investindo em treinamento de equipe e sistemas de feedback de clientes para garantir a conformidade contínua com a legislação de proteção ao consumidor. Implementar práticas recomendadas e manter-se atualizado sobre as alterações na legislação pode ajudar a minimizar riscos legais e fortalecer a relação de confiança com os alunos.

A análise legal mostra que é crucial para a Wizard manter uma vigilância constante sobre o ambiente regulatório para navegar eficazmente por um cenário que é tanto desafiador quanto repleto de oportunidades.

Probabilidade de regulamentações de proteção ao consumidor impactando operações: Alta. A conformidade é crucial para evitar sanções e manter a reputação do nome da empresa.

6.4 Regulamentações Específicas do Setor Educacional

O setor educacional no Brasil é altamente regulado, com normas que abrangem desde a qualificação dos professores até as estruturas curriculares e seus métodos de avaliação. A partir disso, instituições como a Wizard, precisam estar em conformidade com as diretrizes do Ministério da Educação (MEC) e outras autoridades educacionais. É importante complementar que estas regulamentações garantem que os padrões de qualidade sejam mantidos, mas também impõem certos limites operacionais. De acordo com as normas do MEC, os professores que atuam em cursos de idiomas devem possuir qualificações específicas, que incluem formação adequada e, frequentemente, certificações em ensino de idiomas e a Wizard deve assegurar que todos os seus instrutores atendam a esses critérios para garantir a conformidade e manter o padrão de qualidade de seus cursos. A falta de conformidade neste aspecto pode resultar em sanções e prejudicar a reputação da instituição. Outro aspecto importante é que os currículos dos cursos devem ser estruturados de forma a cumprir os objetivos educacionais conforme estabelecidos nas diretrizes nacionais para

educação. Isso inclui a definição clara de níveis de proficiência, competências a serem desenvolvidas em cada estágio do processo.

6.4.1 Oportunidades e Ameaças:

- **Oportunidades:** A conformidade com as regulamentações educacionais pode ser um diferencial de mercado, destacando a qualidade e a seriedade da oferta educacional da Wizard.
- **Ameaças:** Mudanças nas regulamentações podem exigir adaptações rápidas e potencialmente custosas na oferta de cursos e na qualificação dos professores.

A conformidade com as regulamentações do setor educacional não é apenas uma necessidade legal para a Wizard, mas também uma questão de manter a confiança e a credibilidade junto a seus alunos e a sociedade em geral. O cumprimento dessas normas reforça o compromisso da instituição com a excelência educacional e pode servir como um diferencial competitivo no mercado. Implementar e manter um sistema rigoroso de gestão da qualidade e conformidade regulatória é, portanto, fundamental para o sucesso sustentável da Wizard no setor de educação de idiomas no Brasil.

Probabilidade: Alta. As mudanças de regulamentações do setor educacional costumam ter atualizações recorrentes, e sempre há uma reavaliação, até mesmo que "conceitual" ou estrutural, dos métodos de ensino.

6.5 Propriedade Intelectual

A proteção da propriedade intelectual no setor educacional é um aspecto crítico para instituições como a Wizard, especialmente em um ambiente cada vez mais digital e globalizado. De acordo com o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT), a propriedade intelectual engloba uma gama de direitos associados a invenções, obras literárias e artísticas, símbolos, nomes e imagens usados no comércio. Para a Wizard, isso se traduz na proteção de materiais didáticos, cursos online, e metodologias de ensino, que são essenciais para manter sua identidade e vantagem competitiva no mercado.

6.5.1 Oportunidades e Ameaças:

Alguns destes argumentos sobre propriedade intelectual são muito importantes durante a revisão dos termos legais da empresa. Sendo assim, como visualização de oportunidades um registro rigoroso de propriedade intelectual pode abrir novas oportunidades de licenciamento e parcerias, além de oferecer uma proteção legal contra a pirataria e o uso indevido de seus materiais. Mas neste caso, as seções de ameaças são muito mais agravantes do que as oportunidades. Entre elas, a violação de propriedade intelectual podem diluir a marca e reduzir a vantagem competitiva da Wizard. Um dos principais desafios para a empresa, também, é o combate à pirataria e ao uso não autorizado de seu conteúdo educacional. Isso é particularmente prevalente no ambiente online, onde materiais didáticos podem ser facilmente copiados e distribuídos ilegalmente. Como estratégia de mitigação a Wizard precisa implementar medidas de segurança robustas, como encriptação de conteúdo, watermarks digitais, e restrições de acesso para proteger seus cursos.

A gestão eficaz da propriedade intelectual é fundamental para a sustentabilidade e o crescimento da Wizard no setor educacional. Proteger seus ativos intelectuais não apenas assegura a qualidade e originalidade dos seus serviços, mas também fortalece a posição de mercado da empresa, contribuindo para sua integridade e credibilidade no mercado global.

Probabilidade: Baixa a média. Atualmente, não é um fator de ocorrência alta nos termos do contexto da Wizard.

Insights:

- **Regulações da concorrência e do mercado:** Monitoramento contínuo e conformidade com as leis de defesa da concorrência são cruciais para evitar sanções e garantir práticas de mercado justas.
- **Leis trabalhistas:** As mudanças nas leis trabalhistas exigem adaptações que podem afetar a gestão de recursos humanos e a estrutura de custos.
- **Proteção ao consumidor:** A conformidade com o Código de Defesa do Consumidor é essencial para evitar litígios e manter a confiança do cliente.
- **Propriedade intelectual:** Proteger a propriedade intelectual é vital para manter a vantagem competitiva e a integridade do conteúdo educacional.

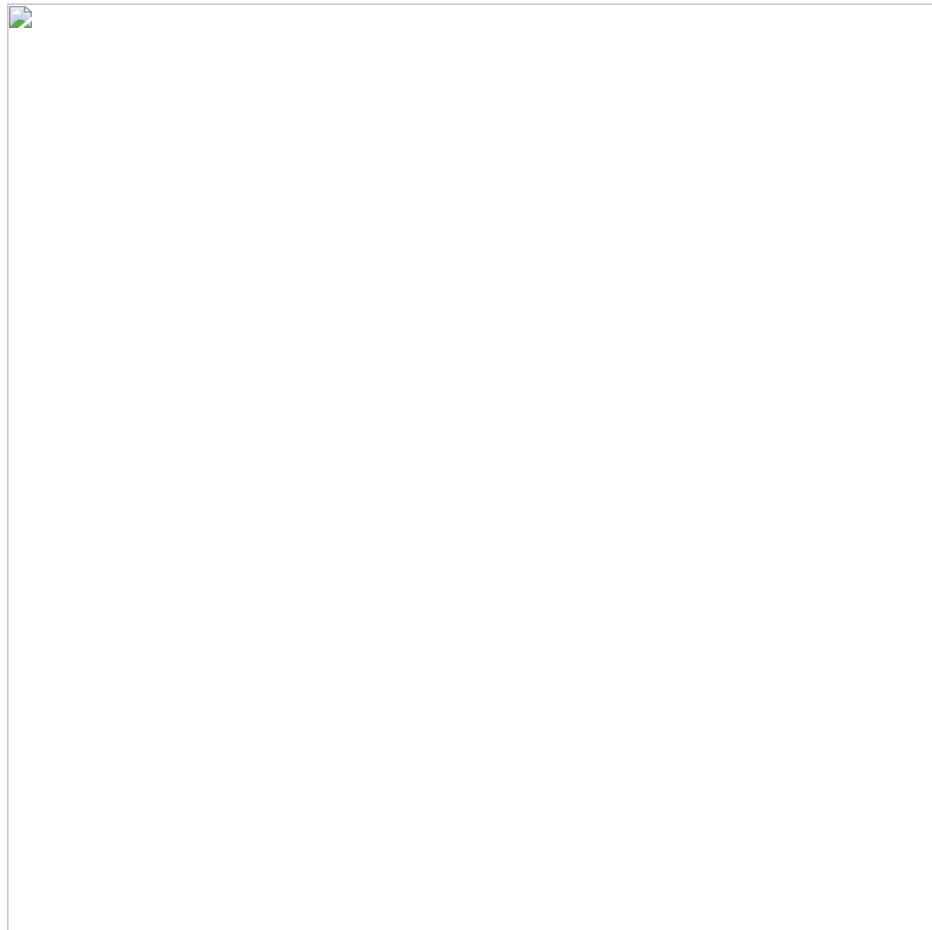
3.2 Canva Proposta de Valor

O Canva Proposta de Valor é uma ferramenta desenvolvida para ajudar a alinhar seus produtos ou serviços às necessidades e desejos específicos de seus clientes. Utilizando este modelo, podemos mapear de forma mais eficaz

como seu produto se posiciona no mercado, garantindo que este atenda às expectativas e resolva problemas reais dos consumidores. Em sua visualização, destacam-se dois componentes principais: o perfil do cliente e a proposição de valor. O perfil do cliente é dividido em três partes: as tarefas que o cliente tenta realizar ('Customer Jobs'), as dificuldades e frustrações enfrentadas ao tentar realizar essas tarefas ('Pains'), e os benefícios e resultados que o cliente espera ao realizar essas tarefas ('Gains'). Já a proposição de valor é composta por três elementos correspondentes: os produtos e serviços oferecidos ('Products and Services'), os aliviadores de dor ('Pain Relievers'), que explicam como os produtos ou serviços aliviam as dores do cliente, e os criadores de ganhos ('Gain Creators'), que descrevem como os produtos ou serviços podem gerar ganhos ou benefícios. A aplicação do Value Proposition Canvas é muito importante para garantir que os produtos sejam não apenas tecnicamente viáveis, mas também desejáveis do ponto de vista do mercado. Ao utilizar este método, é possível identificar lacunas em suas ofertas de produtos e ajustá-las para melhor atender às demandas do cliente, aumentando assim sua competitividade e relevância no mercado.

Ao adentrar o bloco de perfil do cliente, é crucial reconhecer que não estamos lidando com um único perfil, mas sim com três atores distintos, todos eles intimamente relacionados ao nosso projeto de teste AB, sendo eles: a Wizard by Pearson, os franqueados e os leads/futuros alunos. Cada um desses atores desempenha um papel crucial na dinâmica do negócio, e suas necessidades, dores e ganhos devem ser cuidadosamente considerados ao formular nossa proposta de valor. E ao organizar os resultados obtidos através de outros artefatos de negócios, UX e análises dos dados, foi possível identificar pontos que refletem nas expectativas desses diferentes stakeholders, bem como benefícios da solução desenvolvida que são relevantes nos fluxos de trabalho e da jornada do usuário. Esses atores foram identificados em cada bloco deste artefato, sendo distinguíveis através da legenda das figuras.

No bloco de proposta de valor, definimos o oferecido sendo o nosso projeto de Teste A/B da landing page e assim identificamos os principais criadores de ganho que agregam valor à experiência do cliente e os aliviadores de dores que mitigam os desafios enfrentados por cada um dos atores envolvidos. Ao adotar uma abordagem abrangente e centrada no cliente, podemos garantir que nossa proposta de valor seja verdadeiramente impactante e eficaz para todos os envolvidos.



Link para melhor visualização do canva: <https://www.figma.com/board/Du0kTC1YcBFEvAY5W0IQmo/Proposta-de-valor-G4?node-id=269%3A228&t=yEm9jsZNvmRKosyZ-1>

Proposta de valor:

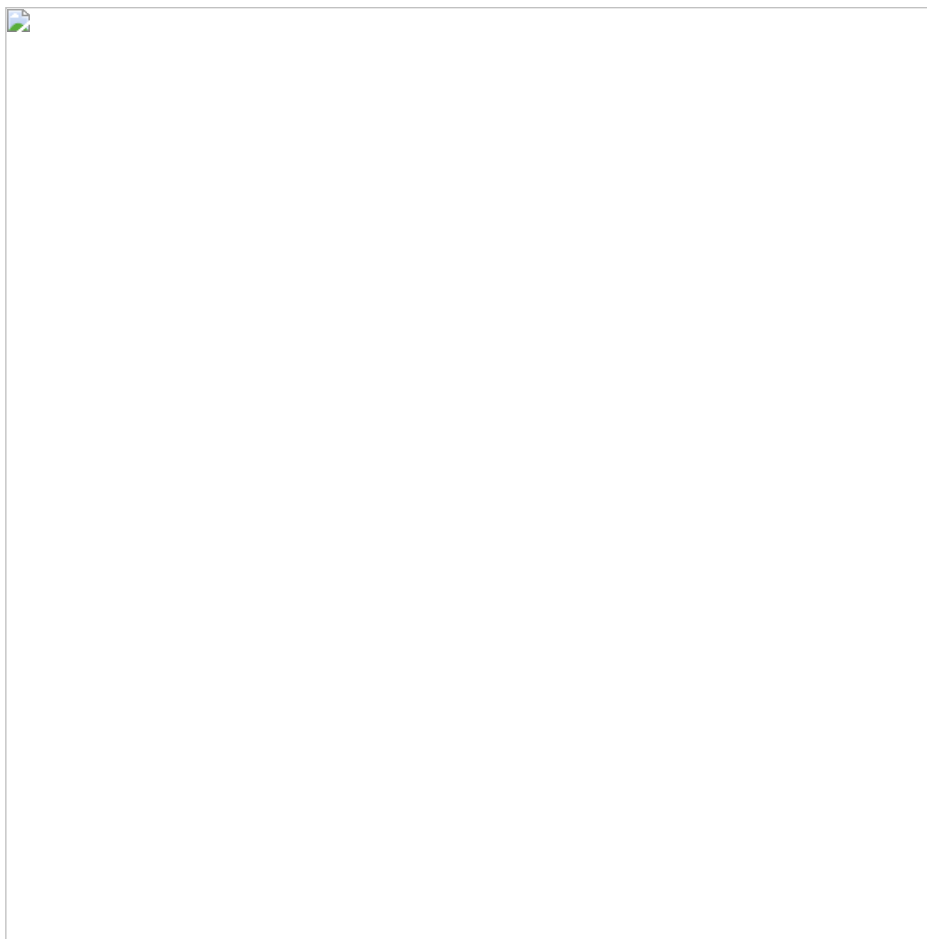
A solução que estamos apresentando é a utilização dos testes A/B para a área de marketing da Wizard by Pearson, com o objetivo de promover e aprimorar a conversão de leads na landing page do Wizard ON, a plataforma online de ensino da Wizard. Nossa proposta de valor se baseia nos seguintes pontos:

Principais Criadores de Ganho:

- Maior evidência na modalidade síncrona das aulas: Poderemos identificar quais elementos da LP melhor comunicam a vantagem da modalidade síncrona das aulas, aumentando a sua evidência e atraindo mais potenciais alunos.
- Maior assertividade nos investimentos de marketing: Poderemos avaliar diferentes estratégias de marketing e identificar aquelas que geram maior retorno sobre o investimento. Isso nos permitirá direcionar os recursos de forma mais eficiente, maximizando os resultados alcançados.
- Melhor visibilidade das ferramentas pedagógicas: Poderemos otimizar a apresentação das ferramentas pedagógicas oferecidas pelo Wizard ON, destacando sua relevância e benefícios para os potenciais alunos. Isso aumentará a percepção de valor da plataforma e incentivará a conversão de leads.
- Otimização da landing page baseada em dados: Poderemos realizar experimentos controlados na landing page, avaliando diferentes elementos como layout, cores, call-to-action, entre outros. Com base nos dados coletados, poderemos otimizar continuamente a página, melhorando sua eficácia na conversão de leads.
- Geração de leads de maior qualidade, aumentando as chances de conversão em clientes: Poderemos identificar as abordagens que atraem leads de maior qualidade, ou seja, aqueles que têm maior probabilidade de se tornarem clientes. Isso aumentará as chances de conversão e contribuirá para o crescimento do negócio.

Principais Aliviadores de Dores:

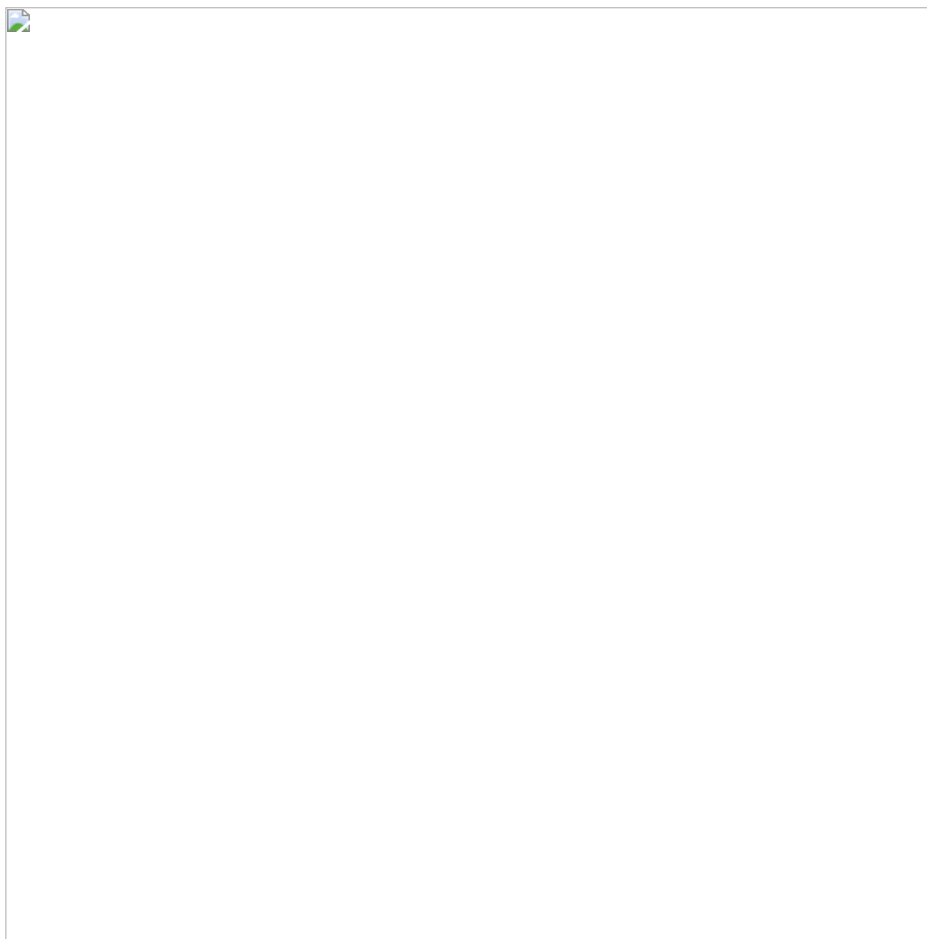
- Colocar na página que o curso mesmo sendo online possui todas as características e qualidade dos cursos presenciais da wizard: Destacar que o curso online oferecido pelo Wizard ON possui todas as características e qualidade dos cursos presenciais da Wizard. Tranquilizando os potenciais alunos e reduzindo a preocupação com a modalidade de ensino.
- Dar menos foco para o whatsapp na página a fim de dar foco para o formulário (rastreador): Maior ênfase ao formulário de inscrição. Isso facilitará o rastreamento dos leads e direcionará os potenciais alunos para a ação desejada, aumentando a taxa de conversão.
- Identificação de problemas e inconsistências na landing page: Identificação de possíveis problemas e inconsistências na LP, como erros de design, fluxo confuso ou informações contraditórias. Isso nos permitirá realizar ajustes e melhorar a experiência do usuário.
- Mudanças na landing page a partir de estudos de dados: Alterações na landing page de forma embasada, levando em consideração as preferências e comportamentos dos potenciais alunos. Isso resultará em uma página mais eficaz na conversão de leads.
- Minimização do risco de perder oportunidades de negócio devido a leads de baixa qualidade: Redução do risco de perder oportunidades de negócio valiosas. Isso contribuirá para o crescimento da base de clientes e o sucesso do Wizard ON.



Perfil do Cliente:

Ao adotar a nossa solução, o perfil do cliente, Wizard ON, terá acesso a uma série de benefícios que contribuirão para o sucesso e crescimento do negócio. Os principais ganhos do projeto incluem:

- Clareza sobre os diferenciais das aulas Wizard On em comparação com outros cursos online: Com o uso da solução, será comunicado de forma clara e convincente os diferenciais da Wizard On, atraindo potenciais alunos em busca de uma experiência de ensino online diferenciada.
- Aumento na alocação de leads para franqueados: Otimização da landing page direcionará de forma eficiente os leads gerados para os franqueados da Wizard, aumentando as oportunidades de conversão em clientes e fortalecendo a parceria com as unidades franqueadas.
- Melhoria na qualidade dos leads: Identificação de elementos que atraem leads de maior qualidade, aumentando o potencial de conversão em clientes efetivos e melhorando a eficácia das estratégias de conversão.
- Economia de tempo e recursos para análise de melhores práticas de conversão: Testes A/B na landing page permitirão experimentos controlados, eliminando análises demoradas e custosas de melhores práticas de conversão e fornecendo insights valiosos para otimizar as estratégias de marketing.
- Maior eficácia dos esforços de marketing: Implementação das alterações recomendadas com base nos resultados dos testes aumentará a eficácia das estratégias de marketing, direcionando esforços de forma precisa e eficiente, alcançando o público-alvo certo e aumentando as chances de conversão em clientes.



Conclusão

Um dos pontos principais que puderam ser observados nesse artefato é a relevância dos stakeholders no projeto, que poderão se beneficiar direta ou indiretamente dos resultados do projeto, sendo que isso foi identificado apenas a partir das informações e dados obtidos em outros artefatos de negócios, usuários e análises dos dados e metodologias estatísticas.

A partir disso, os pontos adicionados no framework da proposta de valor conectam também com as hipóteses prévias, fortalecendo alguns pontos, e já conectando com alívios de dores e ganhos que o projeto desenvolvido pode proporcionar, como os desafios de conversão de leads qualificados e a falta de clareza nos atributos do curso, que são passos importantes para aprimorar a plataforma. Isso pode ser alcançado ao colocar mais ênfase no formulário de inscrição para torná-lo mais rastreável, direcionando melhor os potenciais alunos para a ação desejada. Além disso, identificar e corrigir problemas na landing page é crucial para garantir uma experiência de usuário satisfatória, o que contribui para a conversão de leads.

Destacar a modalidade síncrona das aulas é fundamental, aumentando sua visibilidade na plataforma. Isso não apenas ressalta seu valor, mas também otimiza os recursos de marketing, direcionando-os de forma mais eficiente. Essas melhorias, ao serem implementadas, ajudam a superar obstáculos e a economizar recursos na análise e aplicação de melhores práticas de conversão, fortalecendo a posição do Wizard ON no mercado de ensino online.

3.3 Plano de comunicação

O Plano de Comunicação é essencial para o sucesso de um projeto. Seu objetivo é fornecer e estabelecer as bases de como as informações serão transmitidas e gerenciadas dentro de um projeto. Funcionando como um guia para todas as atividades de comunicação, procurando garantir que as mensagens sejam entregues aos públicos-alvo de forma efetiva, que a compreensão seja alcançada e que o feedback seja coletado de maneira adequada.

Propósito

Ao desenvolver o plano de comunicação para o projeto de otimização da página de conversão da Wizard On, nosso propósito é estabelecer uma comunicação clara, atrativa e persuasiva que promova a proposta de ensino única da Wizard On e aumente a taxa de conversão de visitantes em leads de alta qualidade. Queremos destacar os diferenciais e benefícios da Wizard On em relação a outros métodos disponíveis no mercado, ressaltando o valor agregado ao aprendizado de idiomas.

Além disso, buscamos aprimorar o processo de captação e conversão de leads, garantindo uma transição suave e eficiente do interesse inicial à inscrição efetiva. Através desse plano de comunicação, pretendemos incentivar os visitantes não apenas a se interessarem pelo serviço, mas também a tomar a decisão de se engajarem ativamente e se converterem em alunos da Wizard On, através de um processo tranquilo, efetivo e atrativo.

Público-alvo

O público-alvo da comunicação relacionada ao projeto de otimização da página de conversão da Wizard On abrange tanto grupos internos da Pearson quanto um público externo específico.

Internamente, é necessário direcionar a comunicação para os seguintes grupos:

Os executivos da Pearson desempenham um papel crucial no projeto, sendo responsáveis pelo alinhamento estratégico e pelas tomadas de decisões estratégicas. Portanto, é fundamental fornecer-lhes informações claras sobre os objetivos do projeto, os benefícios esperados e o impacto que a otimização da página de conversão pode trazer para a empresa.

A equipe de projeto, responsável pela implementação prática das mudanças na página de conversão. Para que possam executar suas tarefas de forma eficiente, eles precisam receber informações detalhadas sobre as alterações planejadas, os requisitos técnicos e as etapas de implementação.

A equipe de marketing, por sua vez, é responsável por desenvolver e ajustar as estratégias de comunicação para atrair o público certo para a página de conversão. Eles precisam receber informações sobre os diferenciais da Wizard On, os benefícios específicos que serão destacados e como essas mensagens serão incorporadas às campanhas de marketing.

Já a equipe de UX é encarregada de melhorar a experiência do usuário na landing page. Eles precisam estar cientes das mudanças planejadas, como a usabilidade, o design e o fluxo da página serão otimizados para aumentar a interação dos visitantes e, consequentemente, a taxa de conversão.

Por fim, a equipe de tecnologia é responsável por implementar as soluções técnicas necessárias para suportar as otimizações propostas na página de conversão.

Além dos grupos internos, o projeto também tem como objetivo atingir um determinado público-alvo. Tal público é composto principalmente por adultos, predominantemente mulheres, na faixa etária dos 25 a 35 anos. Embora já possuam um conhecimento básico sobre a Wizard On, o que se deve ao enorme nome da Wizard aqui no Brasil, ainda assim é necessário disponibilizar informações mais detalhadas sobre a empresa e seus planos de estudo.

As análises realizadas até o momento apontam que a landing page atual não está eficientemente capturando a atenção desse público-alvo externo. Existe uma diferença significativa entre o número de visitantes e o número de leads gerados e conversões efetivas. Isso indica que há um interesse claro por parte dessas pessoas em aprender mais sobre a Wizard On, porém, a comunicação atual no site e o processo de inscrição não está sendo eficaz o suficiente para converter esse interesse em ações concretas. É necessário revisar as campanhas na landing page, tornando-as mais atrativas e focadas nos elementos que motivam a conversão de visitantes em leads.

Mensagens-chave

Temos como objetivo enfatizar a metodologia inovadora de ensino da Wizard On, que combina técnicas interativas, uso intensivo de tecnologia e uma abordagem prática que prioriza a conversação desde as primeiras aulas. Essa metodologia não só facilita o aprendizado eficaz, mas também aumenta o engajamento dos alunos por meio de uma experiência imersiva e dinâmica.

Além disso, a Wizard On oferece programas de ensino adaptados para diversas faixas etárias e necessidades específicas. Os cursos são projetados para crianças, adolescentes, adultos e também há programas personalizados para o ambiente corporativo. Como é o caso da Wizard Pen, para o público infantil. Isso garante que cada aluno encontre o suporte e os recursos necessários para seu desenvolvimento linguístico.

Um aspecto crucial dessa proposta é o relacionamento contínuo entre alunos e professores. No método de ensino da Wizard, não há troca frequente de professores, o que fortalece a conexão e o entendimento mútuo. Desde a primeira aula, há um incentivo aos alunos para se expressarem em inglês e a se desafiarem constantemente, o que é fundamental para um progresso rápido e efetivo.

Quanto ao feedback, após o envio de um formulário, os alunos podem optar por receber informações e orientações via WhatsApp ou chamadas telefônicas, de acordo com sua conveniência.

Isso demonstra nossa flexibilidade e adaptação às preferências de comunicação dos alunos, fortalecendo uma proposta de ensino personalizado.

Entretanto, é evidente a necessidade de melhorar a usabilidade da landing page. Ao ajustar elementos como o destaque dado ao botão do WhatsApp, para focar mais nas informações sobre os cursos e metodologias. A troca de posições entre o formulário de contato e a campanha principal é uma das mudanças planejadas para garantir que o foco esteja mais na capacitação e desenvolvimento dos alunos, ao invés de apenas facilitar um contato rápido. Com tais mudanças buscaremos trazer uma experiência no site mais intuitiva e agradável, evidenciando os diferenciais e benefícios, assim, aumentando a taxa de conversão de leads.

Canais de comunicação:

Para garantir a disseminação efetiva das mensagens, iremos utilizar uma variedade de canais de comunicação estratégicos. Em primeiro lugar, iremos implementar testes A/B para experimentar diferentes abordagens de comunicação com os diversos grupos de pessoas que interagem com a landing page. Essa abordagem nos permitirá identificar as estratégias mais eficazes e personalizadas para cada público-alvo.

Ademais, a comunicação direta do marketing é essencial, que se mostra uma prática eficiente, já que a Wizard possui um nome famoso, tendo uma gama de contatos, e principalmente uma extensa lista de contatos e alunos, "capturados" ao longo desses anos. Essa rede nos ajudará a garantir que as pessoas ouçam mais sobre as propostas oferecidas pela Wizard e seus diferenciais exclusivos.

Entretanto, é inegável a importância das mídias sociais nos dias de hoje e planejamos utilizá-las de forma estratégica. Faremos um uso eficiente de plataformas populares, como Tik Tok e Instagram, ou até mesmo vídeos mais longos no youtube para atrair um público mais amplo e direcioná-lo à nova landing page. Esses canais nos proporcionam não apenas um alcance significativo, mas também a oportunidade de engajar de maneira direta e dinâmica, oferecendo conteúdo que destaque as características únicas do nosso método de ensino e os benefícios de fazer parte da Wizard On. Com essa abordagem multifacetada, esperamos alcançar um público mais amplo e despertar o interesse de potenciais alunos, apresentando-lhes a proposta diferenciada e envolvente do curso online.

Cronograma

O projeto de otimização da landing page da Wizard On segue um cronograma bem definido para alcançar resultados efetivos. Iniciamos com a fase de preparação e planejamento, dedicando quatro semanas para entendimento do negócio e um planejamento detalhado das alterações na landing page e a preparação dos testes A/B que serão testadas. Durante esse período, há uma intensa comunicação interna entre as equipes de projeto, marketing, UX e tecnologia para garantir alinhamento de objetivos e responsabilidades.

Após a fase de planejamento, passamos para a implementação das mudanças e o lançamento do teste A/B, que ocorreu logo na quinta semana. É um momento crucial que requer coordenação eficaz entre as equipes para monitorar os sistemas e coletar dados. A partir disso a ideia é manter as versões da landing page ativas, coletando dados sobre leads gerados e taxa de conversão de visitantes em alunos.

Para no final, concentramos nossos esforços na análise dos dados coletados. Com base nessa análise, determinamos qual versão da página teve melhor desempenho e identificamos os fatores que influenciaram a conversão de visitantes em leads, para assim, compartilharmos os resultados com todas as partes interessadas, além de sugestões para novos passos. Dependendo dos resultados obtidos, podemos implementar permanentemente a versão mais bem-sucedida da landing page e fazer ajustes adicionais com base no feedback coletado.

Esse cronograma estruturado assegura uma gestão eficiente de cada etapa do projeto, permitindo uma tomada de decisão informada e mantendo o alinhamento estratégico com os objetivos do projeto.

3.4 Análise Financeira

Cenário 1: Time de Desenvolvimento

Introdução

A presente análise visa calcular e avaliar os custos associados às horas de trabalho investidas pelo time de desenvolvimento, composto por seis membros, todos com a mesma função e remuneração. Cada membro trabalhou uma média de 50 horas durante o projeto.

Composição do Time e Remuneração

O time é formado por seis profissionais, todos desenvolvedores de software júnior, recebendo uma remuneração estimada de R\$ 4.261,00 por mês, segundo fontes do Glassdoor.

Esse é o valor do salário bruto, o mesmo funcionário ainda trará para a empresa empregadora obrigações como INSS, FGTS, frações do 13º salário, férias remuneradas, vale transporte e vale refeição/alimentação. Segundo a Convenia, as despesas da empresa representam 170% do salário bruto, nesse caso $1,7 \times 4.261$ resultam num custo mensal por funcionário de R\$7.243,70.

Cálculo do Custo Horário:

Para calcular o custo por hora, consideramos a jornada mensal padrão de 160 horas (8 horas por dia, 5 dias por semana). O custo por hora é calculado da seguinte forma:

$\text{Custo por hora} = R\$7.243,70 / 160 \text{ horas} = R\$45,27/\text{hora}$

Cálculo das Horas de Trabalho:

Cada membro do time trabalhou uma média de 50 horas durante o projeto. Portanto, o total de horas trabalhadas pelo time é calculado como:

$\text{Total de horas trabalhadas} = 6 \text{ membros} \times 50 \text{ horas} = 300 \text{ horas}$

Para calcular o custo total das horas trabalhadas, multiplica-se a quantidade de horas trabalhadas pelo time pela taxa horária:

● Custo por membro:

1. $50 \text{ horas} \times R\$45,27/\text{hora} = R\$2.263,66$

● Custo total do time:

2. $6 \text{ membros} \times R\$2.263,66 = R\$13.581,94$

Receitas

A partir dos dados da Pearson, com a LP de controle, em média 1,6% dos acessos submetem formulário, o que representa 120 submissões por mês. Os custos do projeto estão distribuídos ao longo de dois meses e meio, nesse período são esperadas 300 submissões. Ainda considerando esse período, as receitas são de 2,5 mensalidades de R\$299,00 e a venda de um livro de R\$110,00, faturando R\$857,50 por submissão no período. Considerando as 300 submissões, a receita total do período é de R\$257.250.

Return over Investment

O retorno sobre investimento é uma métrica calculada a partir das receitas e despesas de um período, sob a fórmula $((\text{Receita} - \text{Custo}) / \text{Custo}) \times 100$. Não é uma ciência exata falar sobre RoI em teste A/B, porque também há sucesso em testes B de pior desempenho uma vez que fica explícito um caminho menos viável. Além disso, ainda não estão disponíveis os dados de receita do teste B. Por isso será

apresentado um modelo de cálculo do Rol considerando a receita total da LP de controle e, para uma análise futura mais precisa, é recomendável substituir a receita total pela sua diferença com a receita de B. Isto visto, tem-se a aplicação da fórmula: $((\text{Receita} - \text{Custo}) / \text{Custo}) \times 100$
 $((R\$257,250 - R\$13.581,94) / R\$13.581,94) \times 100 = 1794\%$
Ou seja, o Rol esperado parte de 1794% e o Rol do projeto será calculado a partir do desvio do Rol esperado.

Conclusão

O atual projeto em si não apresenta receitas, porém as consequências do teste A/B podem afetar a receita esperada de R\$257,250 para o período. O custo total das horas de trabalho do time de seis pessoas, cada uma contribuindo com 50 horas ao longo do projeto, é de R\$13.581,94. Esta análise fornece uma base para a avaliação de viabilidade financeira e planejamento orçamentário com custos de time de desenvolvimento para o teste A/B, permitindo à Pearson ajustes necessários nesses dados para chegar a um valor preciso dos reais custos do projeto.

Cenário 2: Contratação de Consultoria

Introdução

A presente análise visa calcular e avaliar os custos associados à contratação de uma consultoria especializada, composta por seis membros, todos com a mesma função e remuneração. Cada membro trabalhou uma média de 50 horas durante o projeto.

Composição do Time e Remuneração

O time é formado por seis profissionais, todos consultores autônomos, recebendo uma remuneração estimada de R\$ 5.314,00 por mês, segundo fontes do Portalinsgths.

Cálculo do Custo Horário:

Para calcular o custo por hora, consideramos a jornada mensal padrão de 160 horas (8 horas por dia, 5 dias por semana). O custo por hora é calculado da seguinte forma:

Custo por hora = $R\$5.314,00 / 160 \text{ horas} = R\$33,21/\text{hora}$

Cálculo das Horas de Trabalho:

Cada membro do time trabalhou uma média de 50 horas durante o projeto. Portanto, o total de horas trabalhadas pelo time é calculado como:

Total de horas trabalhadas = $6 \text{ membros} \times 50 \text{ horas} = 300 \text{ horas}$

Para calcular o custo total das horas trabalhadas, multiplica-se a quantidade de horas trabalhadas pelo time pela taxa horária:

● Custo por membro:

1. $50 \text{ horas} \times R\$33,21/\text{hora} = R\$1.660,50$

● Custo total do time:

2. $6 \text{ membros} \times R\$1.660,50 = R\$9.963,00$

Receitas

A partir dos dados da Pearson, com a LP de controle, em média 1,6% dos acessos submetem formulário, o que representa 120 submissões por mês. Os custos do projeto estão distribuídos ao longo de dois meses e meio, nesse período são esperadas 300 submissões. Ainda considerando esse período, as receitas são de 2,5

mensalidades de R\$299,00 e a venda de um livro de R\$110,00, faturando R\$857,50 por submissão no período. Considerando as 300 submissões, a receita total do período é de R\$257.250.

Return over Investment

O retorno sobre investimento é uma métrica calculada a partir das receitas e despesas de um período, sob a fórmula $((\text{Receita} - \text{Custo}) / \text{Custo}) \times 100$. Não é uma ciência exata falar sobre RoI em teste A/B, porque também há sucesso em testes B de pior desempenho uma vez que fica explícito um caminho menos viável. Além disso, ainda não estão disponíveis os dados de receita do teste B. Por isso será apresentado um modelo de cálculo do RoI considerando a receita total da LP de controle e, para uma análise futura mais precisa, é recomendável substituir a receita total pela sua diferença com a receita de B. Isto visto, tem-se a aplicação da fórmula:

$$((\text{Receita} - \text{Custo}) / \text{Custo}) \times 100$$

$$((\text{R\$}257.250 - \text{R\$}9.963,00) / \text{R\$}9.963,00) \times 100 = 2482\%$$

Ou seja, o RoI esperado parte de 2482% e o RoI do projeto será calculado a partir do desvio do RoI esperado.

Conclusão:

O atual projeto em si não apresenta receitas, porém as consequências do teste A/B podem afetar a receita esperada de R\$257,250 para o período. O custo total das horas de trabalho de seis consultores autônomos, cada uma contribuindo com 50 horas ao longo do projeto, é de R\$9.963,00. Esta análise fornece uma base para a avaliação de viabilidade financeira e planejamento orçamentário com custos de time de desenvolvimento para o teste A/B, permitindo à Pearson ajustes necessários nesses dados para chegar a um valor preciso dos reais custos do projeto.

4. Documentos de UX

4.1 Metodologia HEART

Em busca de obter insights significativos e embasados nesta fase inicial de análise, adotamos uma abordagem abrangente de coleta de dados provenientes de diversas fontes. Além das informações fornecidas pelo cliente, priorizamos a obtenção de feedback externo de fontes confiáveis, como plataformas de avaliação e reclamação de empresas. Essa estratégia nos permite obter uma compreensão abrangente do contexto empresarial e obter insights detalhados. Ao basear nossas análises em evidências concretas, evitamos suposições e garantimos uma tomada de decisão informada e precisa. Essa abordagem diferenciada nos permite ter uma visão mais completa, fornecendo uma base sólida para ações estratégicas e eficazes.

Nossa abordagem inclui uma análise exploratória detalhada e a criação de um blueprint de serviço para obter insights qualitativos mais profundos. Além disso, utilizamos as métricas do HEART para orientar nossas ações e decisões ao otimizar a página de conversão da Wizard On.

- **Felicidade (Happiness):** Pesquisa e análise de dados externos, como avaliações da Wizard no "Reclame Aqui" e outros sites de avaliação da empresa, visando trazer uma maior compreensão da satisfação dos usuários com a experiência atual da Wizard On. Fator crucial para identificação de pontos fortes e fracos do produto, e possíveis melhorias.
- **Engajamento (Engagement):** Utilização das ferramentas de análise do site fornecido pela própria Wizard, visando avaliar como os usuários interagem com a página, ao observar métricas como o tempo de permanência e taxa de cliques em elementos-chave. Resultando em um maior entendimento referente ao nível de engajamento dos visitantes no site.
- **Adoção (Adoption):** Análise de taxa de conversão de novos visitantes em leads, verificando com que frequência eles se inscrevem após a primeira visita. Permitindo uma visão mais clara da adoção da Wizard On e otimizando o processo de conversão.

- **Retenção (Retention):** Utilização dos dados de analytics para analisar a taxa de retenção dos usuários, verificando sua capacidade de permanecer engajados e continuar utilizando a página da Wizard On ao longo do tempo.
- **Sucesso na Tarefa (Task Success):** Avaliação geral do sucesso dos usuários ao tentarem completar ações importantes, como preenchimento do formulário de inscrição, navegação por informações relevantes e na conclusão de tarefas-chave. Buscando identificar possíveis obstáculos e oportunidades de melhoria.

Essas métricas do HEART são fundamentais para obter uma compreensão abrangente do desempenho da página de conversão. Com base nesses insights, podemos ajustar e otimizar estrategicamente a experiência do usuário, com o objetivo de melhorar a satisfação, aumentar a adoção e impulsionar a conversão de leads em alunos para a Wizard.

Análise Qualitativa

Feedback dos usuários, revisões, comentários e interpretação destes dados.

Na etapa de análise qualitativa, foram conduzidos testes de usabilidade presenciais moderados com usuários para capturar insights sobre suas experiências e percepções em relação aos produtos ou serviços.

Uma abordagem fundamental para avaliar a usabilidade de uma solução é a realização de tarefas comuns dentro do sistema, com o objetivo de avaliar o desempenho dos usuários.

Conclusão e Recomendações Preliminares

É importante ressaltar que as hipóteses são uma etapa inicial no processo de investigação ou planejamento, e sua função é orientar a direção das investigações subsequentes. Elas podem ser derivadas de insights qualitativos, dados quantitativos ou uma combinação de ambos, mas sua natureza preliminar significa que devem ser interpretadas com cautela.

- Será que uma abordagem mais direta e persuasiva no botão do WhatsApp aumentaria a taxa de leads por envio do formulário? Acredita-se que um texto mais convincente no botão do WhatsApp, incentivando os usuários a entrar em contato ou a fornecer seus dados, pode aumentar a probabilidade de eles se engajarem e se tornarem leads
- Será que simplificar a navegação e a experiência do usuário, eliminando obstáculos e confusões, levaria a uma melhoria na taxa de conversão de leads? Foi notado nos testes de usuário que a grande quantidade de informações na página pode confundir o usuário sobre quais pontos a modalidade Wizard On oferece.
- Será que destacar visualmente o formulário de contato e torná-lo mais acessível resultaria em mais leads gerados? Durante as entrevistas qualitativas, foi apontado que a visibilidade e acessibilidade do formulário de contato são cruciais. Os participantes expressaram que um formulário visualmente destacado e facilmente acessível pode aumentar sua disposição para preencher.
- Será que a inclusão de depoimentos de clientes satisfeitos ao lado do formulário de contato aumentaria a confiança dos visitantes e consequentemente a taxa de leads? Os depoimentos de clientes satisfeitos foram mencionados como um fator de confiança durante a análise qualitativa. Os participantes indicaram que depoimentos positivos ao lado do formulário de contato podem aumentar a confiança dos visitantes e incentivá-los a se tornarem leads.
- Será que a simplificação do processo de preenchimento do formulário e no whatsapp, reduzindo o número de campos necessários, resultaria em mais leads gerados? Reduzir o número de campos necessários foi identificado como uma forma de facilitar a conversão de visitantes em leads, reduzindo o tempo de conversão dos visitantes da página.

Usuários Participantes

Já na análise qualitativa, adotamos uma abordagem inovadora que combinou observação direta e análise de comportamento em um ambiente virtual. Nosso objetivo principal era obter insights profundos sobre a experiência do usuário, suas interações e reações ao explorar plataformas educacionais online. Durante as sessões de monitoramento, registramos detalhes como movimentos, cliques, expressões verbais e tempo gasto em cada página. Essa coleta minuciosa permitiu uma análise sequencial das interações do usuário, fornecendo uma base sólida de informações comportamentais.

A análise busca compreender as experiências, frustrações e satisfações do usuário durante a navegação. Ao observar padrões comportamentais para identificar problemas recorrentes e áreas de interesse no design e funcionalidade das plataformas avaliadas. Essa abordagem nos proporciona uma compreensão abrangente dos aspectos emocionais e comportamentais dos usuários. Combinando esses insights com os dados quantitativos, pudemos obter uma visão holística da experiência do usuário e identificar oportunidades de melhoria nas plataformas educacionais online avaliadas.

Os testes foram realizados por cinco (5) usuários, onde todos os participantes responderam um questionário demográfico antes de iniciar as avaliações de usabilidade, tendo como base um público com um perfil semelhante ao da persona desenvolvida para realizar o blueprint.

Questionário de perfil demográfico.

Questão de Perfil Demográfico

Qual a sua idade?

Qual gênero se identifica?

Qual seu nível de escolaridade?

Qual sua área de especialização?

Qual cargo ocupa atualmente?

Perfil dos Avaliadores

Durante a sessão de teste, o avaliador é o responsável por todas as etapas do processo. Isso inclui interação com o participante, coleta e análise de informações e coordenação das atividades da equipe de teste. O teste em questão envolveu dois avaliadores por sessão: o Observador, responsável por monitorar o usuário durante o teste e registrar seu comportamento e feedback; e o Perito Organizador de Informações, que garante a execução eficiente do teste, fornecendo orientações e suporte técnico aos participantes.

Roteiro do Teste

Roteiro utilizado para teste de usabilidade presencial moderado.

Número	Teste	Objetivo do Teste
1	Quando você pensa em cursos de inglês, qual escola vem à sua mente?	Esta pergunta visa descobrir a primeira escolha de curso de inglês que vem à mente do interlocutor, fornecendo uma ideia inicial de suas associações e preferências.
2	Se você considerasse um curso de inglês online, qual escola você escolheria?	Ao questionar sobre cursos de inglês online, o objetivo é entender se o interlocutor considera a modalidade online e qual escola específica ele escolheria, fornecendo insights sobre suas preferências de aprendizado digital.
3	O que você entendeu sobre o curso Wizard On?	Esta pergunta visa avaliar o nível de entendimento do interlocutor ao analisar a LP do curso de inglês Wizard On.
4	Você se matricularia neste curso? Por quê?	Ao perguntar se o interlocutor se matricularia no curso Wizard On e por quê, o objetivo é explorar os motivos por trás de sua decisão, revelando suas prioridades e critérios na escolha de um curso de inglês.
5	Se optasse por se matricular, quais meios ou canais você usaria para fazer a matrícula?	Esta pergunta visa descobrir os meios ou canais que o interlocutor prefere para realizar a matrícula, fornecendo informações sobre suas preferências de comunicação ou interação com instituições educacionais.

Ao final do teste, foi aplicado o questionário de pós-teste:

Questionário de pós-teste.

Quais linguagens são atendidas no curso Wizard on?

Você faria alguma mudança na interface da LP?

Ficou confuso sobre alguma informação?

Indicaria este curso para outras pessoas?

Resultados e discussão

Durante o teste, foram feitas perguntas específicas para entender a percepção dos usuários sobre cursos de inglês e o curso Wizard On em particular. Entre as respostas obtidas, houve uma variedade de escolhas de escolas de inglês tradicionais, como Fisk, CNA e Cultura Inglesa, além de plataformas online como Duolingo e Open English.

Os usuários destacaram aspectos como a presença de aulas práticas ao vivo, material didático físico, aplicativos e ferramentas adicionais, como a caneta, oferecidos pelo Wizard On. No entanto, alguns expressaram preocupação com

a falta de informações claras sobre o preço da mensalidade e a estrutura das aulas online. Além disso, a interface da landing page do Wizard On foi objeto de críticas construtivas, sugerindo ajustes na organização das informações.

Quanto ao meio de inscrição, a maioria das pessoas optaria por preencher o formulário online primeiro, seguido pelo contato via WhatsApp para obter mais informações. Foi observado um baixo interesse em ligar diretamente para o número fornecido.

As respostas também revelaram dúvidas sobre as linguagens atendidas pelo curso Wizard On, sugestões para melhorias na interface da landing page, confusão em relação à hierarquia das informações e a promoção oferecida, levando ao ponto de observação que eles não compreendem que as aulas não são gravadas, não têm clareza sobre os níveis e idiomas atendidos e não percebem o suporte contínuo do professor. No entanto, houve indicações positivas sobre a praticidade e as vantagens percebidas do curso, mostrando um interesse potencial, especialmente se as questões apontadas forem endereçadas de forma eficaz.

Apesar das dúvidas e sugestões de melhorias, a indicação de interesse por parte de alguns usuários mostra um potencial positivo para o curso Wizard On, especialmente se ajustes forem feitos para atender às expectativas e necessidades dos usuários de forma mais eficaz.

Para conferir a totalidade das

informações: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mR1WQfHLHjK6XoB0dg8BTl1cteRy2_hlqYNTtXXUosA/edit#gid=

4.2 Blueprint

Um documento Blueprint, no contexto de design e desenvolvimento, é uma representação detalhada e estruturada de um processo, produto ou serviço, além disso é uma ferramenta essencial para compreender e visualizar a jornada do usuário, destacando os pontos de contato entre o usuário e o produto ou serviço ao longo do tempo.

Este estudo ajuda a mapear e entender a interação do usuário em diferentes estágios, desde o primeiro contato até a conclusão de uma tarefa ou objetivo específico. Ele oferece uma visão abrangente das ações do usuário, das funcionalidades do produto e dos sistemas que sustentam essa interação.

Ao criar um Blueprint UX é possível identificar oportunidades de melhoria, eliminar pontos de atrito e garantir uma experiência coesa e satisfatória para o usuário.

Touchpoints

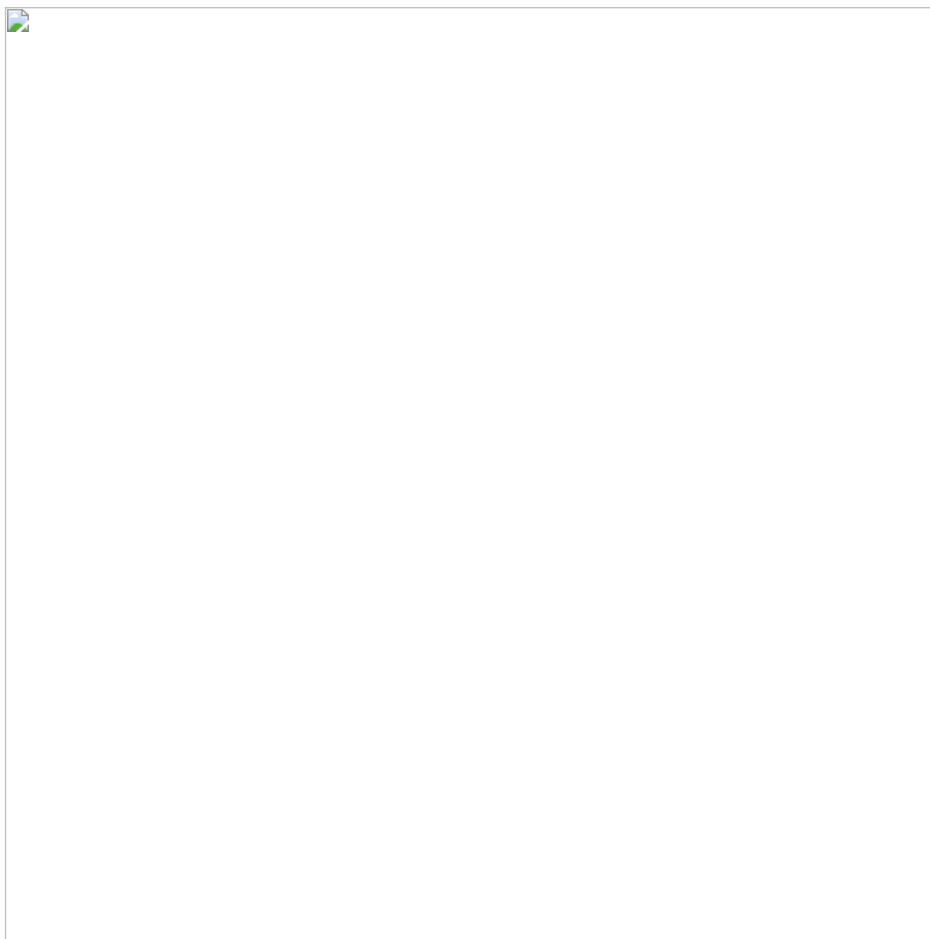
Touchpoints (pontos de contato) são os locais, momentos ou canais onde os clientes têm interações com a marca, produto ou serviço. Esses pontos de contato podem ocorrer em diferentes estágios da jornada do cliente e podem ser físicos, digitais ou uma combinação de ambos.

Cada touchpoint oferece uma oportunidade única para a marca se envolver com o cliente, influenciar suas percepções e moldar sua experiência geral. Ao mapear e entender os touchpoints, as empresas podem criar estratégias mais eficazes para envolver e atender às necessidades dos clientes ao longo de sua jornada.

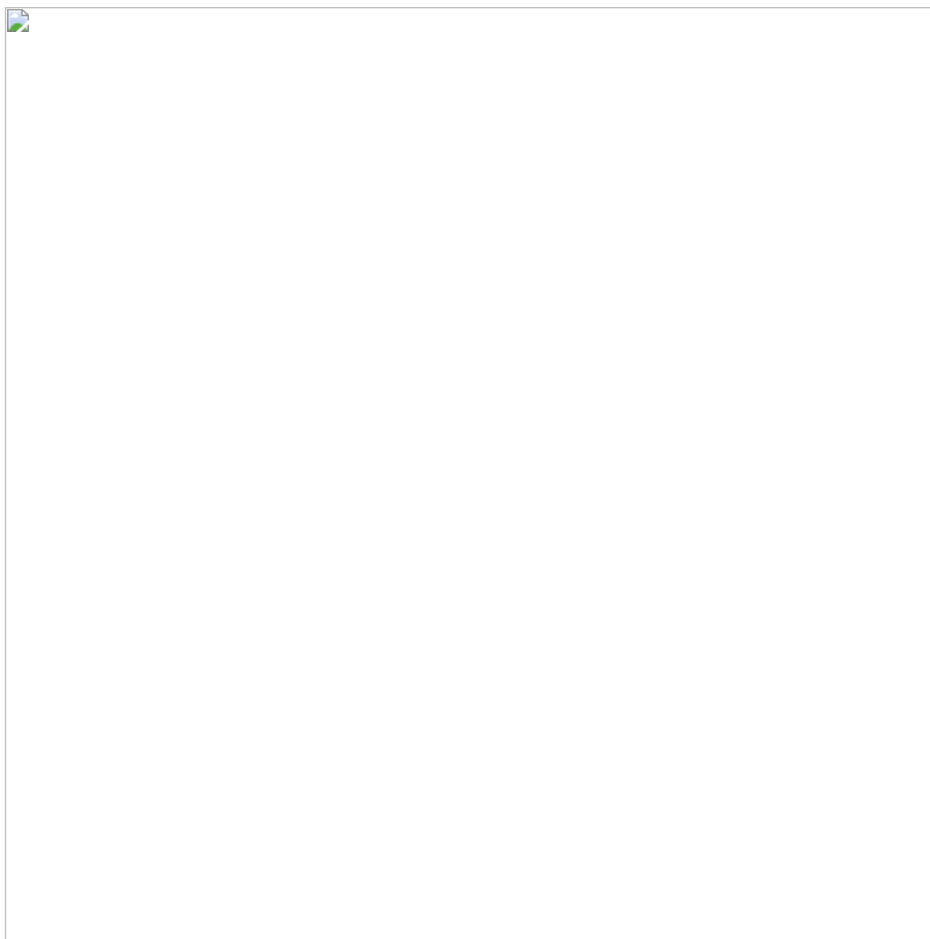
Neste contexto, focaremos exclusivamente na análise dos touchpoints da página web da Wizard by Pearson. Ao examinar cada touchpoint da página web, podemos identificar áreas de melhoria no design, na usabilidade e na experiência do usuário, garantindo que a interação online com a marca seja fluida, intuitiva e agradável para os visitantes. A compreensão detalhada desses touchpoints permite que a empresa otimize sua presença online para atender melhor às necessidades e expectativas dos clientes, aumentando assim a satisfação e a fidelidade do cliente.

Na página que iremos fazer o teste A/B foram encontrados três touchpoints principais:

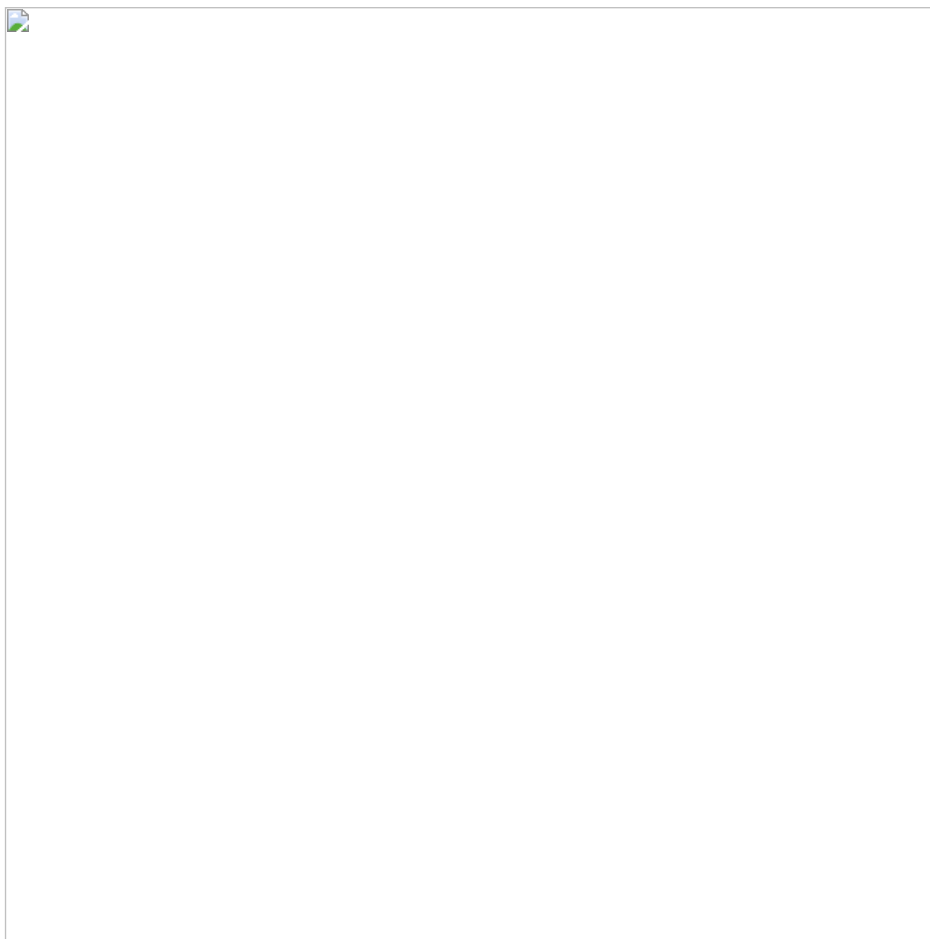
- Ligue agora



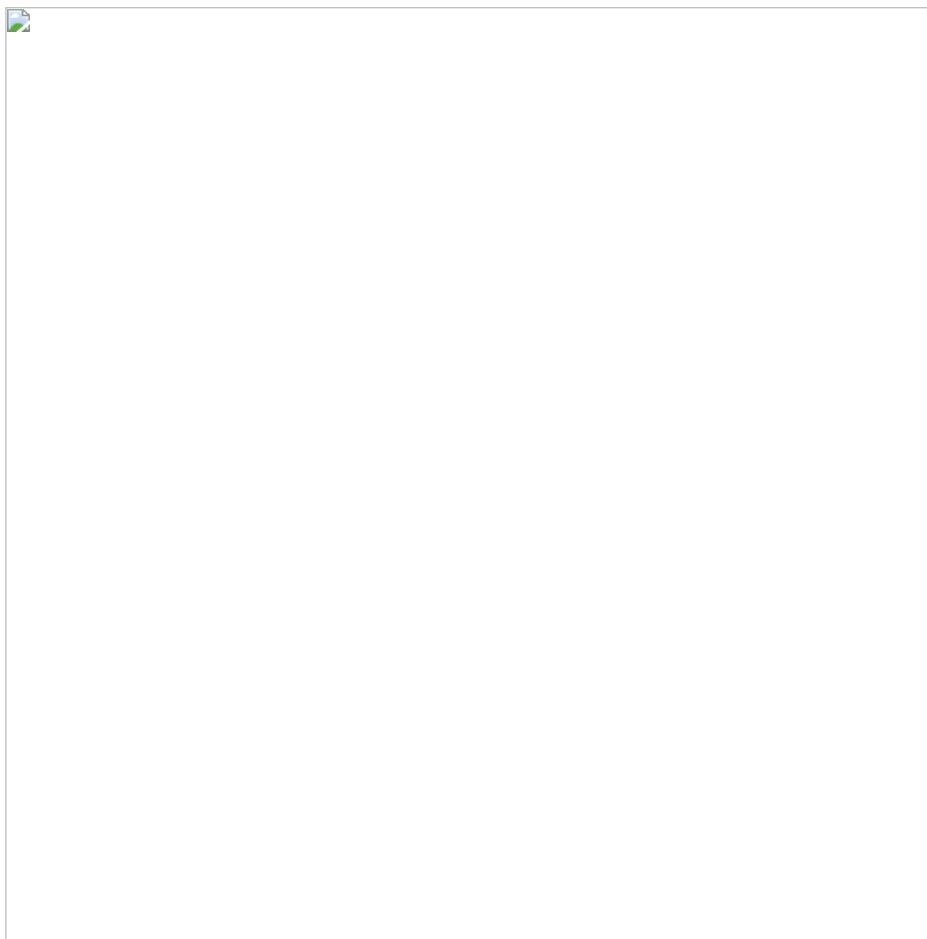
- Formulário



- Whatsapp

**Persona**

Persona é uma representação fictícia do cliente ideal de uma empresa, produto ou serviço, com base em dados demográficos, comportamentais, necessidades e objetivos reais. Ela é criada para ajudar as empresas a entenderem melhor seus clientes-alvo e a orientar suas estratégias de marketing, vendas, desenvolvimento de produtos e experiência do usuário.



NOME: Jenifer Santos

IDADE: 24 anos

GÊNERO: Feminino

OCUPAÇÃO: Estagiária na área de análise de dados

Biografia

Jenifer Santos tem 24 anos e faz faculdade de ciências da computação. Ela gosta de estudar e testar tecnologias recentes e entender quais oportunidades o mundo tende a ganhar com elas. Além disso, Jenifer faz estágio na área de dados e notou a necessidade de aprimorar seu inglês. Como possui pouco tempo disponível no seu dia ela busca aulas on-line de qualidade.

Características

- Comunicativa;
- Pragmática;
- Curiosa;
- Organizada;

Dores

- Desafio em executar atividades fora da rotina habitual.
- Restrição financeira para investir em um curso.
- Reside distante da unidade Wizard mais próxima em sua região.
- Insegurança para treinar suas falas com pessoas estranhas

Formação

Mackenzie - São Paulo

Necessidades

- Preferência por conhecer colegas e o professor para desenvolver confiança na expressão oral.
- Preços fixos para evitar surpresas com aumentos repentinos.
- Oferta de aulas online ao vivo para conveniência e flexibilidade.
- Disponibilidade de material didático em formato físico para uma experiência de aprendizado mais prática e organizada.

Link para melhor visualização - https://www.canva.com/design/DAGCru51UOA/OrU7kcOpSW5INmxvFjs9MA/edit?utm_content=DAGCru51UOA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Fluxo de interação

A partir do resultado do teste com os usuários notamos que os únicos touchpoints utilizados eram o formulário (em primeiro lugar) e em segundo lugar o whatsapp. Logo, foram feitos dois fluxos de interação.

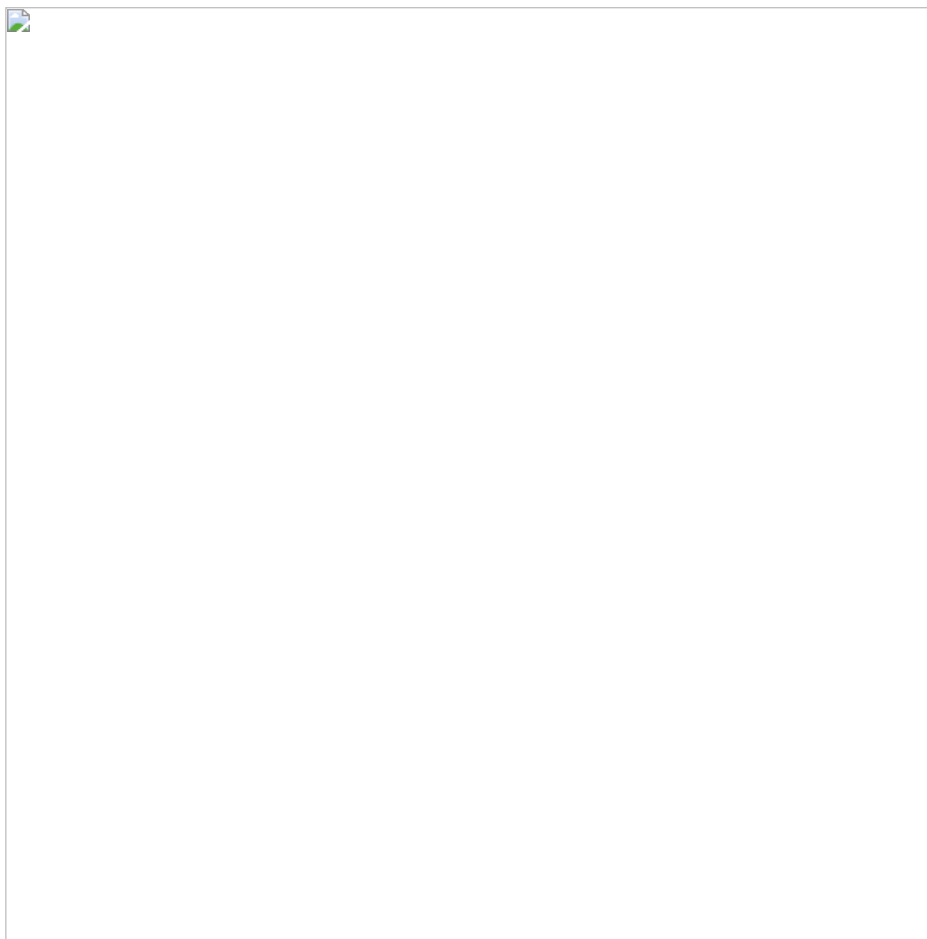
Link para melhor visualização - <https://www.figma.com/file/ODJxUulw5ecj2a4QqTEuZk/Blueprint-G4?type=whiteboard&node-id=565%3A1060&t=ehHjWUbFg5ipQtzR-1>

Cenário

Jenifer Santos é estudante de ciências da computação apaixonada por explorar e experimentar tecnologias. Ela está sempre em busca de compreender as oportunidades que essas inovações podem trazer para o mundo. Atualmente, Jenifer está realizando um estágio na área de dados, onde percebeu a importância de aprimorar suas habilidades de comunicação em inglês para acompanhar o ritmo acelerado do campo de tecnologia. Com um cronograma apertado entre os estudos universitários, o estágio e outros compromissos, Jenifer decidiu buscar aulas de inglês online para otimizar seu tempo. Ela começou sua busca navegando pelo Google em busca de cursos online de inglês de alta qualidade, procurando por opções que se encaixassem em sua agenda flexível e oferecessem recursos adaptáveis para suas necessidades de aprendizado.

Blueprint 1 - Fluxo Formulário

A jornada para o fluxo de inscrição pelo Formulário teve início em 21 de abril às 18h e foi concluída 23 de abril às 14h. Mais informações podem ser conferidas na imagem a seguir:



Começando com a pesquisa sobre o curso através da ferramenta de busca do Google, onde o frontstage é a própria ferramenta de busca, o backstage contou com o suporte do especialista em SEO (Search Engine Optimization), com o apoio do processo do Google Ads.

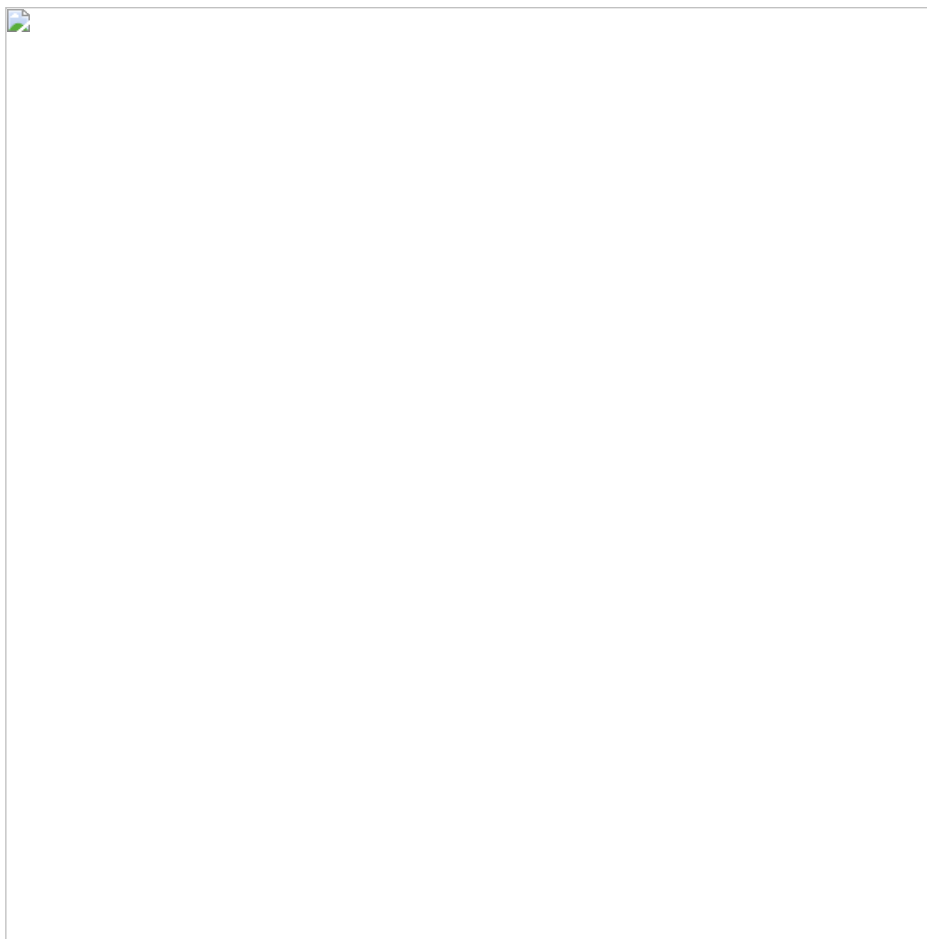
Ao acessar a landing page, os usuários ficam curiosos e começa a navegar pela página para encontrar mais detalhes do curso. Após cinco minutos o consumidor volta para o topo da página e começa a preencher o formulário. Ao clicar em "Eu quero", os usuário visualiza a tela de carregamento dos dados por enquanto as informações estão sendo salvas em um banco de dados. Ao finalizar o envio o consumidor visualiza a tela de "Feedback de confirmação do recebimento dos dados".

Após aproximadamente 17 horas desde o último contato do cliente com a wizard, o consumidor recebe uma notificação no whatsapp por um chatbot. A partir daí, são solicitadas informações como qual horário de interesse, qual a motivação pela procura, já fez algum curso de inglês e etc. Esses dados são verificados através de um script de verificação que encaixa o perfil do cliente com alguma aula disponível e é nesse momento em que chega a o "Momento da verdade", onde o usuário decide de vai querer ou não realizar a matrícula.

Essa jornada proporciona uma mais demorada, em relação ao whatsapp, porém possui menos campos para preenchimento de dados.

Blueprint 2 - Fluxo Whatsapp

A jornada para o fluxo de inscrição pelo WhatsApp teve início em 22 de abril às 9h e foi concluída às 11h do mesmo dia. Mais informações podem ser conferidas na imagem a seguir:



Começando com a pesquisa sobre o curso através da ferramenta de busca do Google, onde o frontstage é a própria ferramenta de busca, o backstage contou com o suporte do especialista em SEO (Search Engine Optimization), com o apoio do processo do Google Ads.

Ao acessar a landing page, os usuários encontram um botão para iniciar o contato via WhatsApp. Ao clicar, são redirecionados para o frontstage da aplicação da empresa Meta, o WhatsApp. A conversa é iniciada com uma mensagem sugerida no campo de texto, facilitando o processo para o usuário.

A partir daí, são solicitadas informações como nome, e-mail, número de telefone, interesses nos cursos e idioma desejado. Esses dados são verificados através de um script de verificação.

Após essa etapa, um colaborador da empresa entra em contato, obtém informações adicionais como idade e envia materiais sobre a modalidade Wizard On, orientando sobre o processo de matrícula para o curso selecionado.

Essa jornada proporciona uma experiência simplificada, em relação ao preenchimento do formulário, combinando a coleta de dados necessários e com suporte humano durante o processo de inscrição, proporcionando materiais específicos para entender a modalidade do curso.

Proposição de teste A/B

Os alunos devem elaborar o Artefato 3, centrado na "Proposição de Teste A/B". Após a obtenção dos melhores resultados na simulação de Monte Carlo, é crucial formular uma proposta sólida para implementar o teste A/B. A descrição detalhada do design experimental, incluindo a seleção de grupos, métricas-chave e duração, é essencial. Para esse mesmo design experimental, devem constar relatos de estratégias sobre Arquitetura de Informação, Design de Interface e Redação Estratégica. Os alunos devem demonstrar compreensão do impacto potencial da implementação do teste B com base nos insights adquiridos na simulação de Monte Carlo e das proposições de Design. Os alunos devem elaborar o Artefato 3, centrado na "Proposição de Teste A/B". Após a obtenção dos melhores resultados na simulação de Monte Carlo, é crucial formular uma proposta sólida para implementar o teste A/B. A descrição detalhada do design experimental, incluindo a seleção de grupos, métricas-chave e duração, é essencial. Para esse mesmo design experimental, devem constar relatos de estratégias sobre Arquitetura de Informação, Design

de Interface e Redação Estratégica. Os alunos devem demonstrar compreensão do impacto potencial da implementação do teste B com base nos insights adquiridos na simulação de Monte Carlo e das proposições de Design. "Matriz de Correção (Barema) para Artefato 3: Proposição de Teste A/B

Introdução

O teste A/B é uma metodologia utilizada para comparar duas versões de uma página ou elemento digital para determinar qual delas desempenha melhor em termos de um objetivo específico. No contexto do projeto vamos criar uma proposta B da landing page da Wizard ON, o objetivo principal do teste é aumentar a taxa de conversão e melhorar a qualidade dos leads. Isso será alcançado através de mudanças estratégicas nos elementos da página, como o texto dos botões, o design de interface e a redação estratégica. Baseado nos insights adquiridos na simulação de Monte Carlo, análise dos dados, teste com usuários e em princípios de design, esta proposta detalha como o teste A/B será estruturado e implementado para otimizar a eficácia da landing page. Sendo assim, dentro desta proposição o intuito principal é garantir que todas as mudanças, sejam embasadas nos dados coletados, nos insights que foram retirados a partir da tendência dos resultados das campanhas, e principalmente baseadas na inferência da visão estrutural da página, e conteúdo da landing page. Neste último ponto, com um olhar dentro dos princípios de arquitetura da informação, design de interface e UX Writing. Consequentemente, esta proposta busca otimizar a eficácia da landing page da Wizard ON.

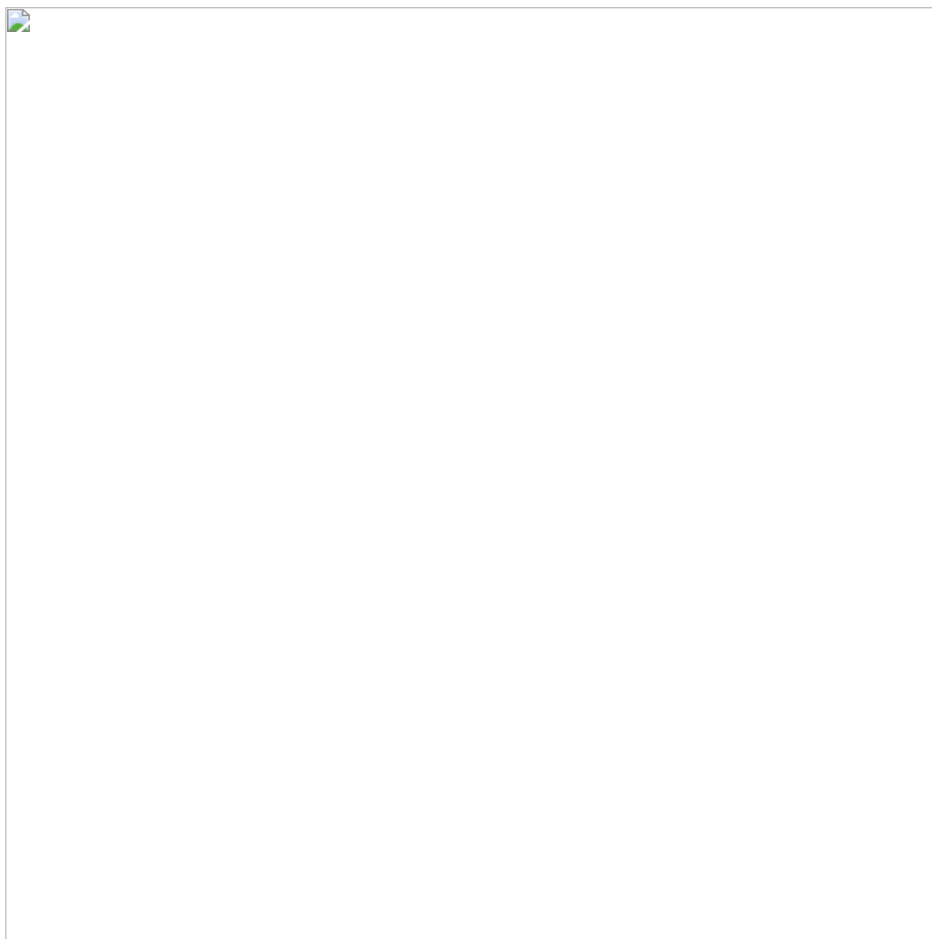
Design Experimental:

O teste A/B será realizado com dois grupos distintos: o Grupo A, que representará a versão atual da landing page, e o Grupo B, que implementará as mudanças propostas. As mudanças propostas são baseadas em princípios de arquitetura de informação, design de interface e redação estratégica (UX Writing).

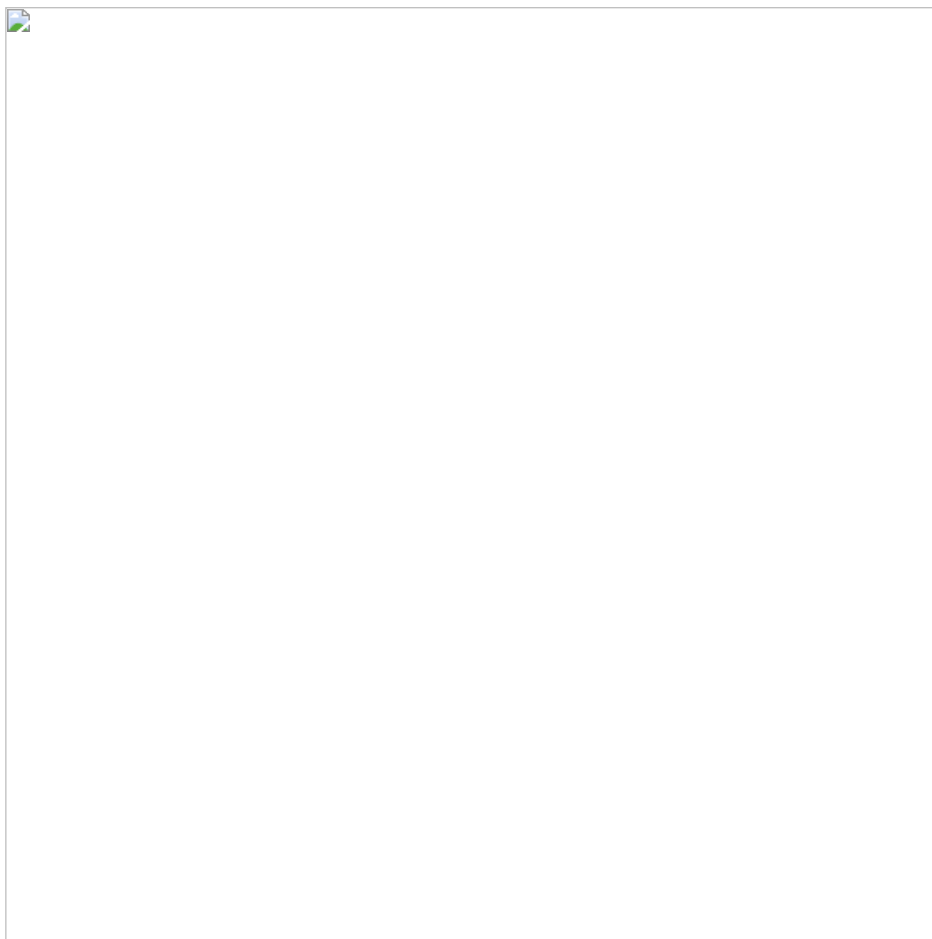
O objetivo principal da proposta B desse teste A/B é ajudar a empresa a melhorar seus números de conversão de leads. Isso envolve tornar a experiência do usuário mais direcionada, facilitando a navegação, e isolando o formulário de elementos que possam competir pela atenção do usuário, visando aprimorar a eficiência da página em direcionar os usuários para o preenchimento do formulário e, consequentemente, para o início do processo de inscrição no curso.

Elaboração detalhada do design do teste A/B:

- Grupo A (Controle): Manterá a versão atual da landing page.

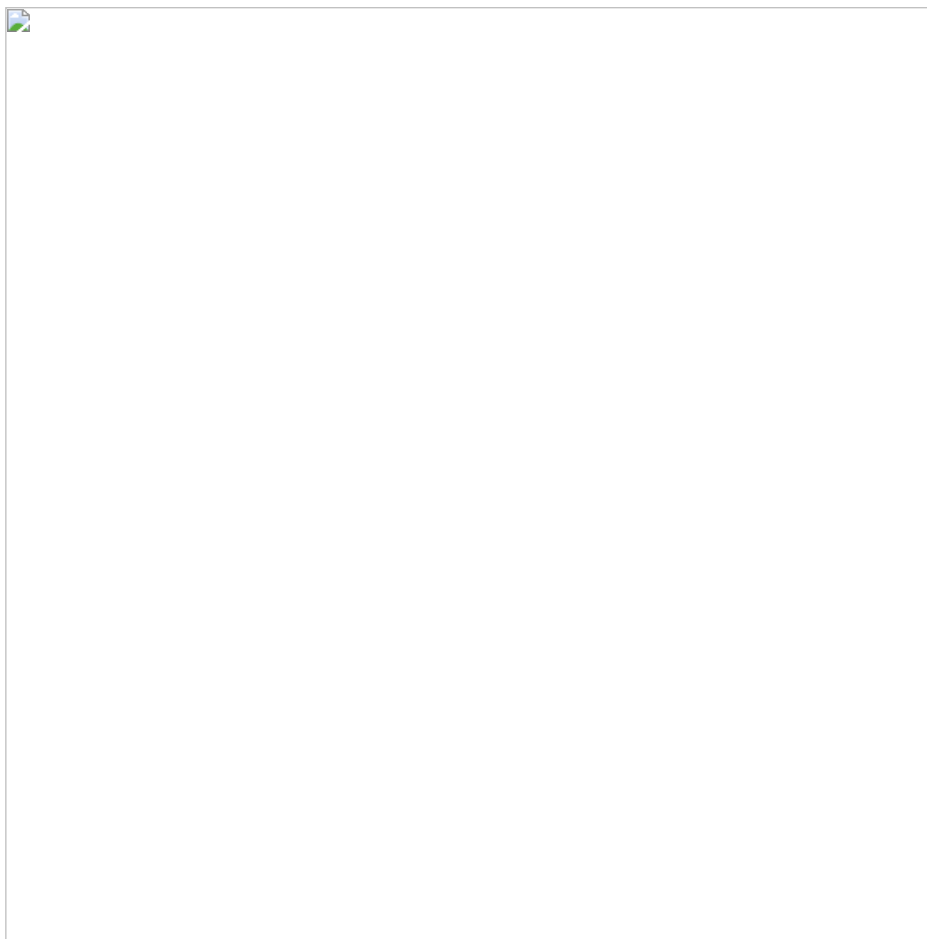


A proposta B visa aprimorar a experiência do usuário na navegação da página, focando em facilitar o acesso ao conteúdo por meio de botões de ancoragem estrategicamente posicionados. Uma das mudanças principais é o isolamento do formulário, removendo elementos que competem pela atenção do usuário, tornando-o mais visível e acessível. Essa abordagem visa direcionar de forma clara e intuitiva o usuário para o preenchimento do formulário, sem distrações desnecessárias. Ao concentrar-se na eficiência da navegação e na destacada visibilidade do formulário, a proposta B busca otimizar a interação do usuário e aumentar as conversões de forma significativa.



1. Mudança no botão "Ligue Agora" (Arquitetura de Informação):

- A realocação do botão para o rodapé considerou a arquitetura de informação, garantindo que informações específicas estejam localizadas onde os usuários geralmente as procuram.



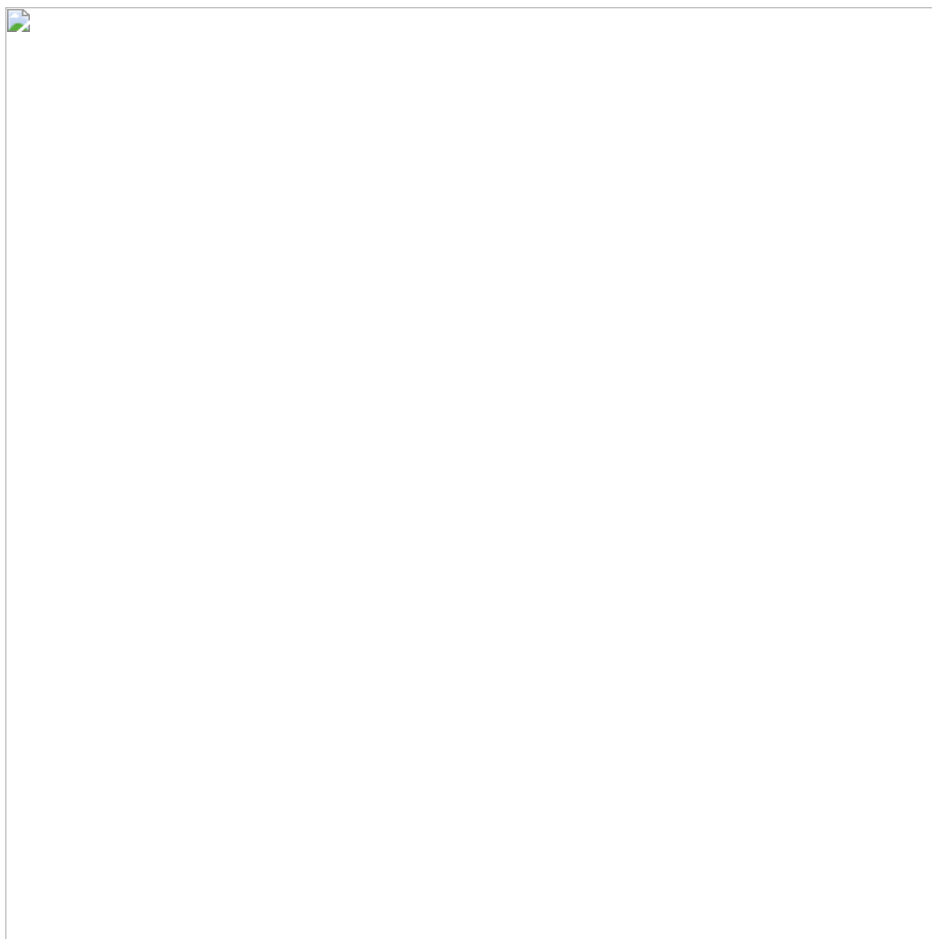
1. Mudanças no header (Design de Interface, UX Writing e Arquitetura de Informação):

Além de mudanças na parte do texto dos botões do header, a ancoragem da página também foi mudada para que a navegação seja aplicada de acordo com o assunto dos botões.

- **Home - Início:** A mudança visa melhorar a navegabilidade e clareza do conteúdo.
- **FAQ - Sobre Wizard On:** Foi aplicada a redação estratégica para garantir que as características do curso sejam compreendidas de forma clara e atrativa.
- **Regulamento - FAQ:** A reorganização considerou a importância do conteúdo para o público-alvo.
- **Participe - Mais informações:** A mudança foi orientada pelo design de interface para tornar a função do botão mais intuitiva e direta.

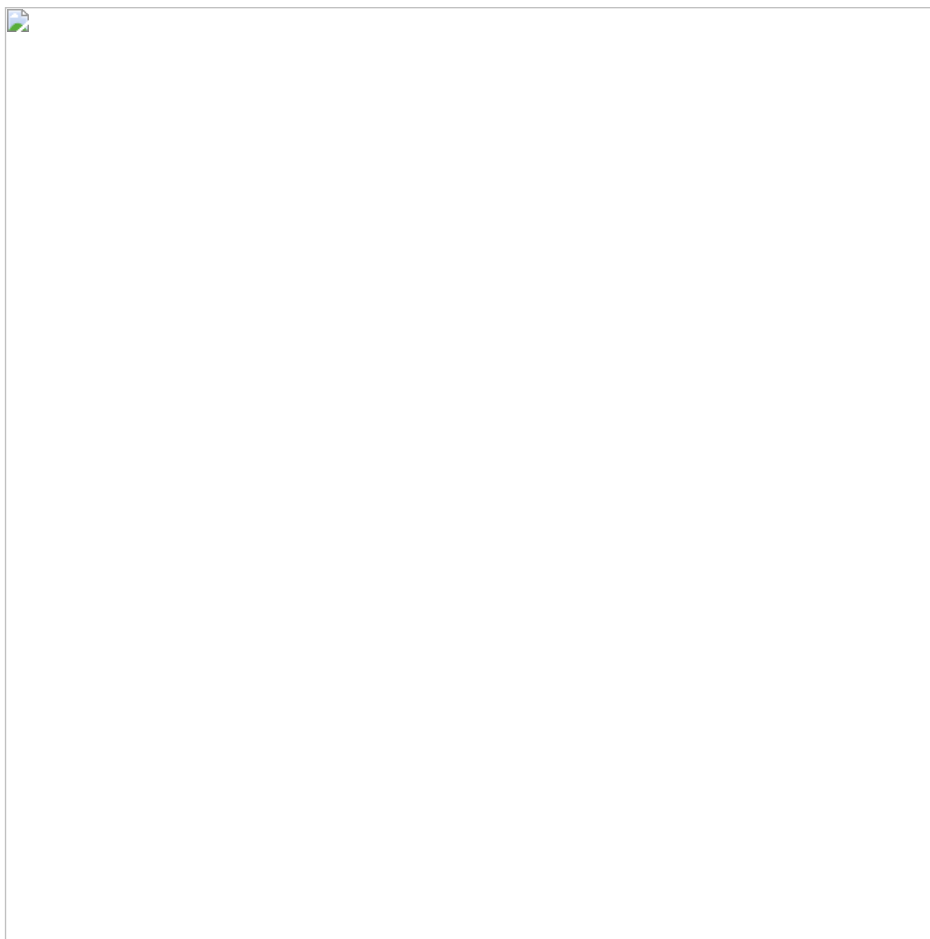
2. Mudanças no formulário (UX Writing e Arquitetura de Informação):

- **Ligue Agora:** O botão "Ligue Agora" foi realocado para o rodapé do site, um local onde os usuários geralmente procuram por informações mais específicas.
- **Adição de logo Wizard On acima do formulário:** A inclusão da logo tem o objetivo de melhorar a identificação da marca e reforçar sua presença visual na página.
- **Ajustes nos textos do formulário:** A redação estratégica foi utilizada para engajar e proporcionar clareza sobre o objetivo do formulário.
- **Botão "Aproveite" - "Enviar":** A mudança do CTA para "Enviar" foi orientada pela redação estratégica para tornar a ação desejada mais evidente e fácil de entender.
- Adicionada a feature de preenchimento automático do formulário com base nos dados cache do navegador nos campos de email e telefone, visando facilitar a interação do usuário.

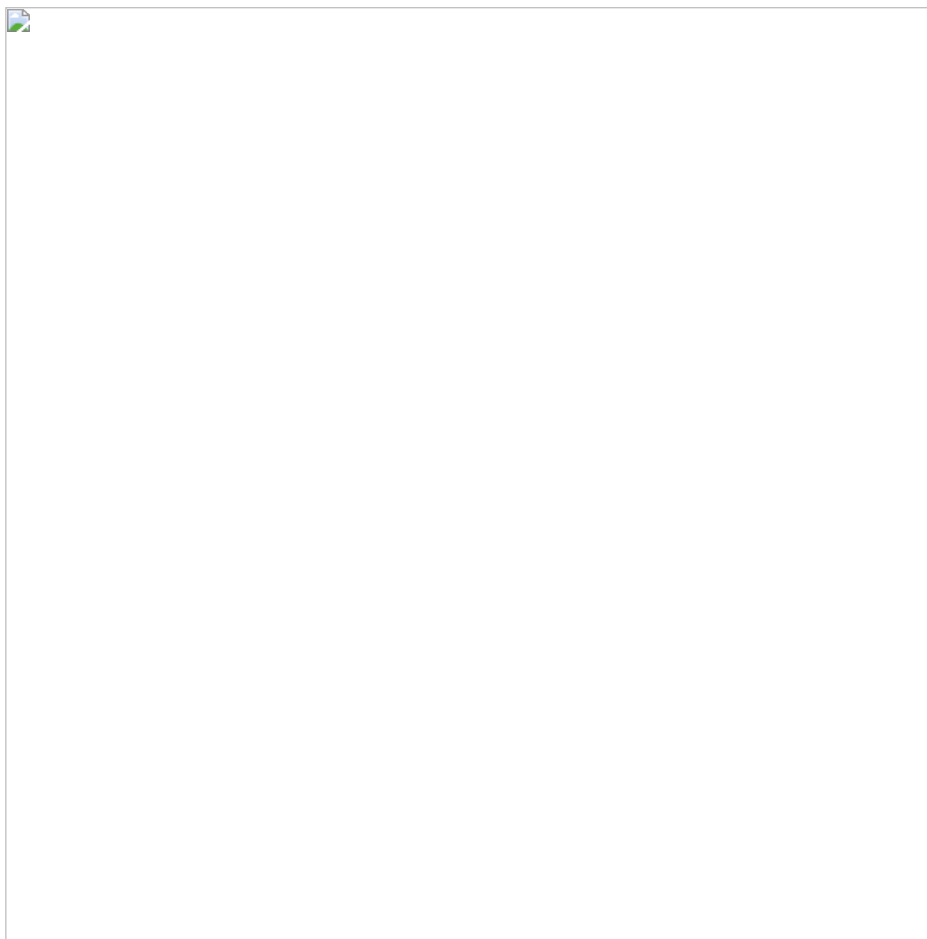


1. Mudança no botão do WhatsApp (Design de Interface):

- A redução do botão foi uma decisão de design de interface para melhorar a experiência de navegação, evitando interferências visuais e garantindo que os elementos na página sejam acessíveis e utilizáveis de forma eficiente.



Na comparação abaixo, é possível ver as páginas do teste A/B, destacando os pontos alterados. Isso facilita a análise das mudanças feitas na proposta B em relação à versão de controle, mostrando claramente as diferenças de layout, design e conteúdo entre as duas variantes da landing page. Clique na imagem para ampliá-la.

**Seleção de grupos, métricas chave e parâmetros relevantes:**

Para a realização do teste A/B, foi estabelecida uma seleção de grupos específica, onde quatro por cento dos usuários totais serão aleatoriamente direcionados para a página variante do grupo B. Esse método de seleção aleatória visa garantir uma representação significativa da amostra total, permitindo uma análise comparativa precisa entre a página de controle A e a variante B.

O teste está programado para iniciar no dia 3 de junho e será concluído em 14 de junho, totalizando uma duração de 11 dias. Esse período foi determinado para capturar dados significativos o suficiente que possibilitem uma análise das métricas-chave.

No que diz respeito às métricas, serão avaliadas diversas medidas para mensurar a eficácia da página do teste B em comparação com a versão de controle A. Serão considerados o número de visitantes na página do teste B, a taxa de conversão de leads e a taxa de preenchimento do formulário. Essas métricas fornecerão insights valiosos sobre como a variante B está impactando o comportamento dos usuários e a eficiência na conversão de leads em comparação com a versão de controle. Essa análise detalhada das métricas permitirá uma avaliação criteriosa do desempenho das diferentes versões da página, auxiliando na tomada de decisões embasadas.

Para uma análise abrangente da eficácia do teste A/B, é crucial comparar não apenas a quantidade de leads gerados, mas também a origem desses leads. Em particular, é importante avaliar a quantidade de leads que iniciaram o processo de inscrição do curso a partir do formulário disponibilizado na página com aqueles que iniciaram o processo através do WhatsApp.

Essa comparação permitirá uma compreensão mais profunda do comportamento dos usuários e das preferências em relação aos canais de comunicação e interação. Ao entender a proporção de leads que optaram pelo preenchimento do formulário em comparação com aqueles que utilizaram o WhatsApp para iniciar o processo de inscrição, será possível identificar a eficácia relativa de cada canal e tomar decisões informadas sobre estratégias de engajamento e conversão.

Relações com análises de Arquitetura de Informação, Design de Interface e Redação Estratégica:

Arquitetura de Informação: Melhoramos a organização dos elementos para guiar o usuário de forma intuitiva. A estrutura de navegação foi aprimorada, especialmente no cabeçalho com botões de ancoragem, para incentivar os usuários a saber mais sobre o curso e a obter informações adicionais através do formulário.

Design de Interface: Aperfeiçoamos a estética e a usabilidade, ajustando tamanho, cor e posicionamento dos botões. Reduzimos o tamanho do botão do WhatsApp, que estava sobrepondo o botão de envio do formulário. Removemos o botão "Ligue Agora" devido ao seu baixo uso e adicionamos o logo do curso Wizard On para reforçar a marca.

Redação Estratégica (UX Writing): Utilizamos textos claros e persuasivos para incentivar a ação desejada. Principalmente no título do formulário, alteramos as palavras para esclarecer o motivo do envio do mesmo.

Justificação da Proposta:

A escolha do método de teste A/B para análise e otimização da landing page da Wizard by Pearson se deve por resultados obtidos através da simulação de Monte Carlo. Esta simulação, aplicada às campanhas de marketing da Wizard, revelou que as variações nos resultados de conversão de leads, baseadas nas visitas à landing page, foram mínimas. Este cenário destaca a necessidade de uma metodologia que possa identificar e validar mudanças incrementais de forma precisa e eficiente, o que torna o teste A/B a ferramenta ideal.

A decisão de seguir a Proposta B, que visa o isolamento do formulário dos demais elementos da tela, foi embasada em análises quantitativa e em insights qualitativos obtidos através de entrevistas moderadas com usuários e o mapeamento da jornada do usuário. A simulação de Monte Carlo, aplicada aos dados de conversão de leads da empresa Wizard, revelou que pela pouca variação na conversão dos visitantes em leads, levantando uma primeira hipótese geral de que o problema pode ser o formulário, que sofreu poucas mudanças, já que a imagem das campanhas e as promoções mudaram ao longo do tempo. A presença de muitos elementos concorrentes na página de inscrição poderia estar prejudicando a atenção dos usuários, resultando em uma baixa taxa de conversão.

A partir disso, a análise qualitativa foi utilizada para entender os quais pontos de melhoria que a página poderiam necessitar, fundamentando a necessidade de realocar, reduzir ou eliminar elementos que competem com o formulário pela atenção do usuário.

As entrevistas moderadas com usuários proporcionaram uma compreensão profunda das dificuldades enfrentadas durante a navegação na Landing Page. Os principais insights qualitativos foram:

- **Dificuldade de navegação:** Muitos usuários relataram dificuldade em identificar pontos importantes do curso devido à complexidade e disposição dos elementos na página. Isso resultava em uma navegação confusa, onde informações cruciais não eram encontradas rapidamente.
- **Excesso de informações:** A sobrecarga de informações logo no início da página causava confusão entre os usuários. Muitos entrevistados mencionaram que o excesso de detalhes afastava ao invés de engajar, tornando difícil entender as principais características e benefícios do curso.
- **Poluição visual:** A forma desorganizada de apresentar informações e a presença de muitos elementos concorrentes desmotivavam os usuários a preencher o formulário de inscrição. A poluição visual era apontada como um dos principais fatores que afetavam a experiência do usuário negativamente.

A jornada do usuário, documentada através do artefato de blueprint, identificou os elementos específicos que necessitavam ser ajustados ou reorganizados. Esse mapeamento detalhou o processo de inscrição no curso, tanto via formulário quanto via WhatsApp, revelando os pontos críticos na experiência do usuário.

Com base nesses dados qualitativos, foram geradas as seguintes hipóteses:

- **Usuários não identificam pontos do curso por dificuldade de navegação na página:** A complexidade e a disposição dos elementos dificultam a compreensão dos pontos principais do curso, o que leva os usuários a não encontrarem informações cruciais de forma rápida e eficiente.
- **Confusão para entender sobre o curso por excesso de informações no início da página:** A sobrecarga de informações logo no início da página causa confusão, afastando os usuários ao invés de engajá-los.
- **Baixo estímulo para preencher formulário por poluição visual e forma de passar informação:** A poluição visual e a forma desorganizada de apresentar informações desmotivam os usuários a preencher o formulário de inscrição.

Para abordar esses problemas, a Proposta B utiliza técnicas de UX, como UX writing, design de interface e organização da informação, visando criar uma experiência mais intuitiva e focada no usuário. A reestruturação da página inclui:

- **Isolamento do formulário:** O formulário de inscrição será destacado e isolado dos demais elementos, garantindo que a atenção do usuário seja direcionada para a ação desejada.

- **Redução e realocação de elementos:** Elementos não essenciais que competem pela atenção do usuário serão realocados ou reduzidos, de modo a minimizar a distração sem comprometer a integridade das informações importantes.

A implementação da Proposta B deve considerar vários fatores críticos como a usabilidade, clareza na apresentação das informações, equilíbrio entre simplificação e informatividade, e alinhamento com a estratégia de marketing. É essencial realizar testes contínuos de usabilidade e monitorar o desempenho da página, garantindo que todas as mudanças sejam bem integradas tecnicamente.

Viabilidade Logística e Análise de Riscos:

Avaliação realista da viabilidade da implementação do teste A/B.

Consideração da logística envolvida na execução do teste e potenciais riscos.

A avaliação da viabilidade da implementação do teste A/B deve ser realista, levando em consideração a logística envolvida e os potenciais riscos. Um teste A/B com muitas variáveis alteradas pode resultar em dados confusos e dificultar a compreensão dos resultados, tornando impossível identificar quais variáveis específicas afetaram o desempenho. Alterar simultaneamente vários elementos da landing page pode obscurecer a análise, já que a interação entre diferentes mudanças pode produzir efeitos imprevistos.

Para evitar esses problemas, é essencial focar em objetivos específicos. No caso da proposta atual, o principal objetivo é entender o que afeta o preenchimento do formulário e isolar essa variável, ajustando elementos diretamente relacionados a ela.

Um ponto de atenção crucial na implementação de mudanças na landing page é garantir que todas as alterações sejam responsivas. Mudanças que não se adaptam bem a diferentes tamanhos de tela podem resultar em uma experiência de usuário inconsistente, especialmente para os usuários que acessam a página em dispositivos móveis ou tablets. Portanto, é essencial que todas as modificações sejam testadas em uma variedade de resoluções de tela para assegurar que a página mantenha sua funcionalidade e estética em todas as plataformas.

A estratégia de utilizar a ferramenta de inspeção do navegador (Developer Tools) para realizar alterações na página oficial da landing page é particularmente útil. Essa ferramenta permite visualizar e editar o HTML e CSS em tempo real, proporcionando uma maneira de testar mudanças antes de implementá-las permanentemente. Ao simular diferentes tipos de tela diretamente no navegador, é possível identificar rapidamente como as alterações afetam a responsividade da página.

Dentre os potenciais riscos da realização do teste A/B incluem a possibilidade de não alcançar uma amostra suficientemente grande para obter resultados estatisticamente significativos, o que pode prolongar a duração do teste e consumir mais recursos do que o previsto. Além disso, mudanças inesperadas no comportamento dos usuários ou fatores externos, como eventos sazonais ou campanhas de marketing concorrentes, podem influenciar os resultados.

Outro risco é a resistência interna à mudança. A equipe precisa estar comprometida com o processo e disposta a aceitar os resultados, mesmo que estes sugiram alterações significativas na estratégia atual. É crucial comunicar claramente os objetivos e benefícios do teste A/B para obter o apoio necessário.

Além disso, é importante considerar a possibilidade de ocorrer alguns setbacks, ou até mesmo situações que possam invalidar as premissas anteriormente definidas. Problemas técnicos, falhas na implementação das mudanças, ou alterações no mercado que não foram previstas podem impactar negativamente o teste. Estar preparado para ajustar a estratégia conforme necessário e manter uma abordagem flexível é essencial para lidar com esses desafios e garantir o sucesso do teste A/B.

Estratégias adotadas para os riscos

É essencial estabelecer objetivos claros, como compreender o impacto no preenchimento do formulário. Garantir a responsividade das alterações na página é fundamental para uma experiência do usuário consistente em diferentes dispositivos.

Utilizar ferramentas de inspeção do navegador para realizar mudanças em tempo real e simular diferentes tipos de telas pode ajudar a avaliar a responsividade da página antes da implementação definitiva. No entanto, é preciso estar atento aos riscos, como a possibilidade de não obter uma amostra estatisticamente relevante ou mudanças inesperadas no comportamento dos usuários.

Gerenciar a resistência interna à mudança é essencial para garantir a adesão e o sucesso do teste A/B. Nesse sentido, realizar sprints reviews permitem apresentar os progressos feitos em cada sprint aos parceiros de projeto, alinhando expectativas e garantindo que todos estejam cientes dos objetivos e das mudanças implementadas. Além disso, as

sprints reviews proporcionam uma oportunidade para receber feedback valioso dos stakeholders, identificar possíveis contratempos e ajustar o curso do teste conforme necessário.

Ao envolver os stakeholders e manter uma comunicação transparente durante todo o processo, é possível minimizar a resistência à mudança, onde isso não apenas ajuda a obter insights valiosos sobre a experiência do usuário e as estratégias de marketing, mas também fortalece a colaboração e o alinhamento entre as equipes envolvidas.

Introdução

O artefato "Proposta B para Teste A/B" consiste na nova página refatorada de acordo com as modificações propostas pelo grupo com base na página original, sintetizando o resultado de um processo colaborativo e incremental, integrando insights e feedbacks de várias etapas do desenvolvimento do projeto, incluindo a elaboração de um blueprint de serviço a partir da metodologia HEART, os resultados da Simulação de Monte Carlo e a formulação do Teste A/B a partir do entendimento do negócio do parceiro e dores que devem ser tratadas.

Premissas de Avaliação das Mudanças

Realizar pequenas mudanças durante o processo de teste A/B permite um controle mais preciso sobre os efeitos de cada alteração específica na experiência do usuário. Ao implementar modificações incrementais, como ajustes na navegação, otimização de processos da página ou mudanças sutis na identidade visual, é possível isolar e medir o impacto de cada variável com maior precisão. Esse método não apenas facilita a identificação das melhorias mais eficazes, mas também minimiza o risco de impactos negativos significativos na funcionalidade ou na experiência do usuário, assegurando que o site continue operando de maneira eficiente enquanto se busca continuamente sua otimização.

Alterações Realizadas



1. Navegação e Menu

Foi realizada uma modificação na barra de navegação superior da página, especificamente na seção anteriormente intitulada "Regulamento". Com o objetivo de otimizar a página para leads, essa seção foi substituída por "SOBRE

WIZARD ON", que fornece informações sobre a Wizard On. Essa alteração busca direcionar melhor a atenção dos visitantes e proporcionar um foco maior na captação de leads.

Além disso, essa modificação visa reduzir a taxa de dispersão dos visitantes ao acessar a página, alinhando-se à teoria de manter apenas as informações relevantes para a conversão de um lead.

- Antes:



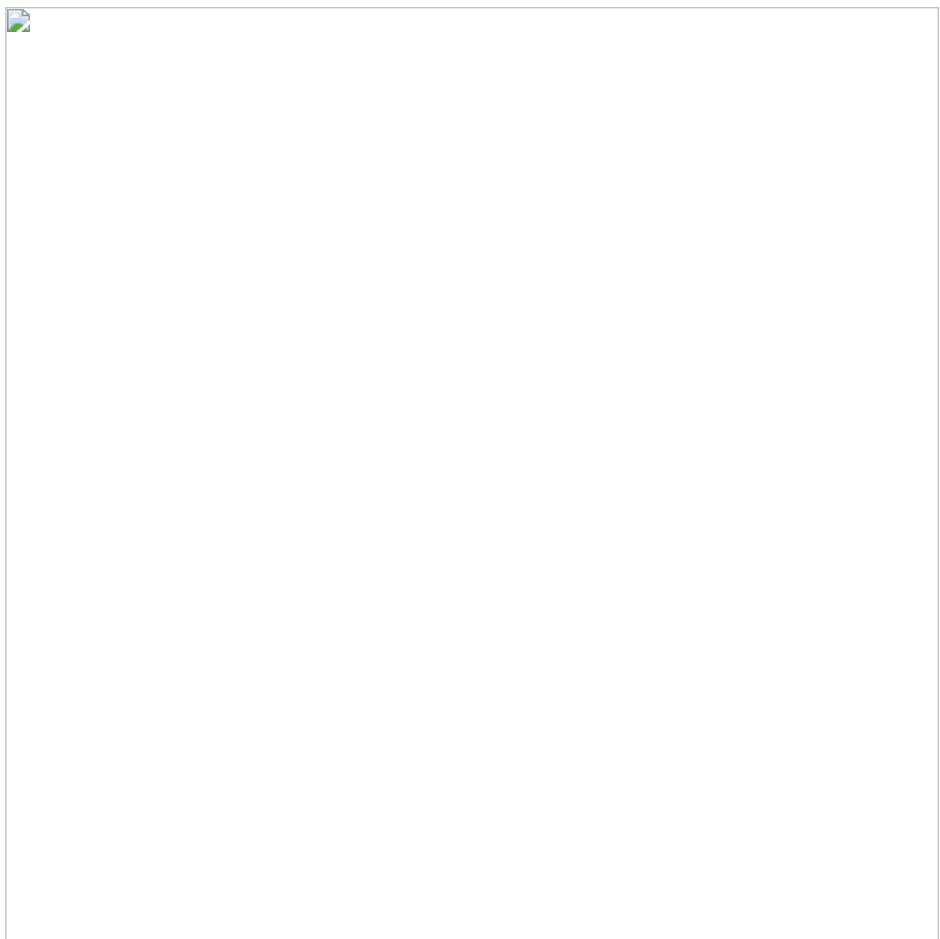
- Depois:

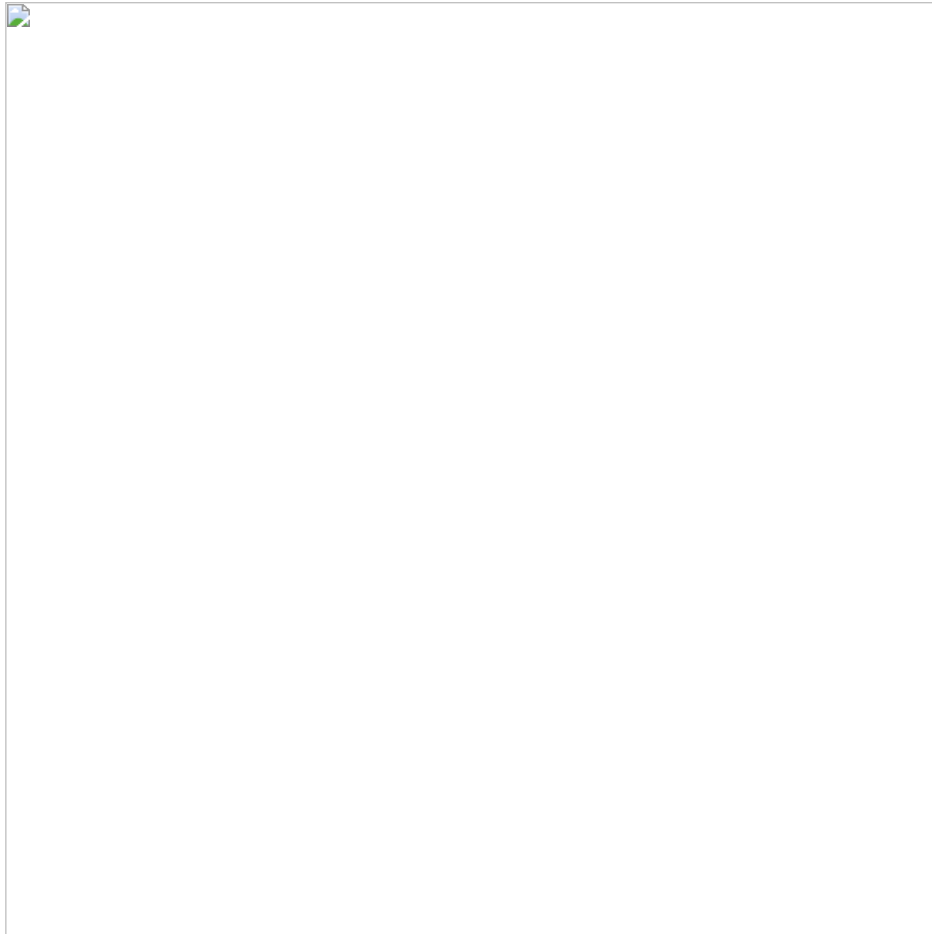
```
<ul class="navbar-nav">
  <li class="nav-item">
    <a data-scroll="" class="nav-link" href="#banner">INÍCIO</a>
  </li>
  <li class="nav-item">
    <a data-scroll="" class="nav-link" href="#rtb">SOBRE WIZARD ON</a>
  </li>
  <li class="nav-item">
    <a data-scroll="" class="nav-link" href="#faq">FAQ</a>
  </li>
  <li class="nav-item">
    <a data-scroll="" class="nav-link" href="#form">CONTATO</a>
  </li>
  <li class="nav-item d-lg-none">
    <a data-scroll="" href="#form" class="w-100 btn btn-red">PARTICIPE!</a>
  </li>
</ul>
```



2. Formulário de Contato

Foi feita a mudança de autocomplete para o formulário para facilitar o envio do formulário em si. Anteriormente, o autocomplete não estava configurado para todos os campos, o que podia tornar o processo de preenchimento mais demorado e suscetível a erros. Com a nova configuração de autocomplete, os campos de nome, e-mail e telefone agora utilizam sugestões automáticas do navegador, facilitando e agilizando o preenchimento do formulário. Essa mudança visa melhorar a experiência do usuário, tornando o envio do formulário mais rápido e eficiente.





- Depois:

```
<div id="form-content">
  <div class="text-center">
    <h2 class="form-title fw-bold text-red mb-3 h3">
      APRENDA INGLÊS ONLINE
      <span class="bg-red px-2 text-white d-inline-block"> COM AULAS AO VIVO</span>
    </h2>
    <small>Preencha agora o formulário e entraremos em contato para mais informações.</small>
  </div>
  <form id="formCta" name="formCta" class="formCta" novalidate="novalidate">
    <!-- Form fields -->
    <div class="form-group">
      <label for="additional_info">Informações Adicionais</label>
      <textarea class="form-control" name="additional_info" id="additional_info" rows="3"
placeholder="Insira mais detalhes aqui"></textarea>
    </div>
    <button class="btn btn-red text-white btn-lg cursor-pointer" id="submitFormCta" type
="submit">
      ENVIAR
    </button>
  </form>
</div>
```

3. Botão de Envio Foi identificado que o Call-to-Action (CTA) precisava ser mais claro e apelativo. Inicialmente, o CTA continha o texto “Aproveite”, mas foi concluído que essa mensagem não deixava claro que se referia a uma promoção específica. Para melhorar a compreensão e a efetividade do CTA, ele foi modificado para “Aproveitar Promoção”. Essa

mudança visa tornar a chamada para ação mais específica e atraente, facilitando o entendimento dos usuários e aumentando a taxa de conversão.

- Antes:

```
<button class="btn btn-red text-white btn-lg cursor-pointer" id="submitFormCta" disabled="true" type="submit">
  APROVEITAR! </button>
```

- Depois:

```
<button class="btn btn-red text-white btn-lg cursor-pointer" id="submitFormCta" type="submit">
  APROVEITAR PROMOÇÃO!
</button>
```

A mudança no Call-to-Action (CTA) de "Aproveite" para "Aproveitar Promoção" apresenta as seguintes vantagens, com base na nossa hipótese:

- **Clareza:** O texto "Aproveitar Promoção" torna o propósito do CTA imediatamente claro para o usuário, eliminando qualquer ambiguidade.
- **Relevância:** Especificar que se trata de uma promoção específica pode aumentar o interesse dos usuários, levando-os a agir com mais rapidez.
- **Efetividade:** Um CTA mais específico é mais provável de captar a atenção e gerar conversões, melhorando a eficácia das campanhas de marketing.
- **Atração:** Tornar o CTA mais apelativo pode aumentar a taxa de cliques, já que a promoção parece mais atraente e urgente.
- **Experiência do Usuário:** Melhorar a clareza e a especificidade do CTA contribui para uma experiência do usuário mais positiva e fluida, potencialmente aumentando a satisfação geral com a página.

Essas mudanças são projetadas para aumentar o engajamento e a conversão, alinhando-se aos objetivos de otimização da página.

4. Identidade Visual

Alterações na Paleta de Cores

Mantivemos a paleta de cores original da marca Wizard, utilizando vermelho, branco e azul para consistência com a identidade visual da marca. Isso vai de acordo também com uma das diretrizes estabelecidas junto ao parceiro. Neste caso, não há mudanças realizadas.

Fontes e Tipografia

Utilizamos fontes padrão da marca, garantindo a legibilidade e a consistência com o restante do site.

Evidências de Implementação



- Mudanças no HTML: <https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-SI10-G04/blob/main/src/html/mudancas.html>
- Mudanças no CSS: <https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-SI10-G04/blob/main/src/html/style.css>

5. Resultado e Análise do Teste A/B

A Importância dos Resultados de um Teste A/B

Os testes A/B são uma ferramenta essencial para entender a relevância de qualquer tipo de mudança e considerar quais mudanças em uma página ou aplicação podem levar a melhores resultados, como neste caso, o aumento das taxas de conversão.

Ao comparar duas versões (controle e teste) com uma variável alterada, até mesmo mais de uma, é possível identificar quais modificações têm um impacto positivo, negativo ou neutro nos objetivos da empresa.

Neste caso, mapeamos as mudanças de acordo com mudanças na arquitetura da informação e principalmente o design da interface.

Comparação Final

A análise realizada permitiu a interpretação das diferentes versões da landing page para avaliar o impacto das mudanças propostas. Tudo isso para aumentar na conversão de leads e outras métricas.

Resultados dos Grupos

Taxas de Conversão Observadas:

- **Grupo 1:** 5.1%
- **Grupo 2:** 5.0%
- **Grupo 3:** 3.7%
- **Grupo 4:** 5.1%
- **Grupo 5:** 3.2%
- **Página A (Controle):** 3.5%

Os resultados indicam que os grupos 1, 2 e 4 apresentaram taxas de conversão superiores à da página controle (3.5%), enquanto os grupos 3 e 5 tiveram taxas de conversão inferiores.

Ferramentas Utilizadas

Para a análise dos dados, foram utilizadas as seguintes ferramentas:

- **Looker:** Coleta e análise de dados de sessões. As conversões foram passadas a partir de contato com o pessoal de marketing da Wizard.

A seguir, apresentamos uma comparação detalhada entre as versões A (controle) e B (variável), destacando as diferenças nas métricas definidas.

Versão A (Controle)

A versão A da landing page representa o layout e a estrutura originalmente implementados, sem as modificações propostas. As principais características dessa versão incluem:

- **Botão "Ligue Agora":** Posicionado no topo da página, visível logo ao acessar o site.
- **Header:** Composto por links para Home, FAQ, Regulamento, e Participe.
- **Formulário:** Inclui campos padrão, com ênfase no botão "Ligue Agora".
- **Botão do WhatsApp:** Tamanho grande, posicionado de forma a ser facilmente acessado, mas podendo competir com o botão de envio do formulário.
- **Layout Geral:** Inclui elementos visuais e de texto que competem com o formulário.

Versão B (Variável)

A versão B da landing page incorpora várias mudanças, com o objetivo de melhorar a taxa de conversão de leads e otimizar a experiência do usuário. As principais modificações incluem:

- **Botão "Ligue Agora":** Realocado para o rodapé do site, permitindo maior foco em outras áreas da página.
- **Header:** Home renomeado para Início. FAQ alterado para Sobre Wizard On. Regulamento movido para FAQ. Participe renomeado para Mais Informações.
- **Formulário:** Enfatizou a marca ao substituir o botão "Ligue Agora" por um logotipo. Ajustes nos textos para engajar mais o usuário. Botão "Aproveite" alterado para "Enviar". Adição de preenchimento automático dos campos com dados do navegador.
- **Botão do WhatsApp:** Reduzido para diminuir a poluição visual e facilitar o acesso ao formulário.
- **Logo Wizard On:** Adicionado acima do formulário para melhor identificação da marca.

Comparação das Métricas entre as Versões A e B

Taxa de Conversão de Leads

A taxa de conversão de leads é a métrica principal avaliada. Na versão B, buscamos melhorar essa taxa isolando o formulário de elementos que competem pela atenção do usuário. A expectativa era que a visibilidade e a clareza do formulário resultassem em um maior número de envios.

Análise Estatística

Utilizando a estatística t para comparar a taxa de conversão dos grupos com a página controle (Página A), podemos verificar a significância das diferenças observadas: https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-S110-G04/blob/main/src/analise_final_resultados_grupo4.ipynb

- **Grupo 1 vs Página A:**
 - **t-statistic:** Valor alto (indica diferença significativa)
 - **p-value:** ≤ 0.05 (indica rejeição da hipótese nula)
- **Grupo 2 vs Página A:**
 - **t-statistic:** Valor alto (indica diferença significativa)
 - **p-value:** ≤ 0.05 (indica rejeição da hipótese nula)
- **Grupo 3 vs Página A:**
 - **t-statistic:** Valor próximo de zero (diferença não significativa)
 - **p-value:** > 0.05 (não rejeitamos a hipótese nula)
- **Grupo 4 vs Página A:**
 - **t-statistic:** Valor alto (indica diferença significativa)
 - **p-value:** ≤ 0.05 (indica rejeição da hipótese nula)

A comprovação desta análise está aqui no nootebook com a análise estatística feita pelo grupo:

- **Grupo 5 vs Página A:**
 - **t-statistic:** Valor negativo (indica taxa de conversão menor)
 - **p-value:** > 0.05 (não rejeitamos a hipótese nula)

Os testes de significância mostram que os grupos 1, 2 e 4 apresentaram diferenças significativas em comparação com a página controle, indicando que suas taxas de conversão são significativamente maiores.

Tamanho do Efeito (Cohen's d)

- **Cohen's d:** 1.58 (muito grande)

O tamanho do efeito é considerado muito grande, sugerindo que a nova interface proposta pelo grupo tem um impacto substancial na taxa de conversão, mas um fator de corroboração ao que foi feito no processo de Teste A/B.

Resultados vs Mudanças

Foco nos Grupos 1, 2 e 4: As taxas de conversão significativamente maiores nestes grupos sugerem que elementos testados neles são eficazes e devem ser considerados para implementação.

Mudanças Atribuídas pelo Grupo 4

Como a Pesquisa Qualitativa Ajudou no Processo de Realização das Mudanças?

A pesquisa qualitativa desempenhou um papel muito importante no processo de realização das mudanças na landing page da Wizard On. Através de testes de usabilidade e feedback direto dos usuários, conseguimos obter insights valiosos que orientaram a implementação de melhorias significativas, visando otimizar a experiência do usuário e aumentar a taxa de conversão.

Captura de Insights e Percepções

Testes de Usabilidade

Realizamos testes de usabilidade presenciais moderados, onde usuários executaram tarefas comuns dentro do sistema. Este processo permitiu-nos avaliar o desempenho dos usuários e identificar pontos de frustração, satisfação e áreas de melhoria. Durante essas sessões, observamos interações diretas dos usuários com a landing page, registrando movimentos, cliques e expressões verbais.

Feedback Direto

Os usuários forneceram alguns feedbacks diretos sobre suas experiências e percepções em relação à landing page. Este feedback incluiu comentários sobre a clareza das informações, a atratividade visual e a facilidade de navegação. Identificamos que uma apresentação mais clara e atrativa das informações, assim como uma navegação simplificada, são cruciais para melhorar a experiência do usuário.

Com base nos insights qualitativos, formulamos várias hipóteses e recomendações para melhorar a landing page:

1. Botão do WhatsApp:

- Um botão mais simplificado do WhatsApp, incentivando os usuários a entrar em contato ou a fornecer seus dados, que não atrapalhe ou desfoque a atenção ao formulário propriamente dito.

2. Simplificação da Navegação:

- Simplificar a navegação e a experiência do usuário, eliminando obstáculos e confusões, pode levar a uma melhoria na taxa de conversão de leads.

3. Destaque do Formulário de Contato:

- Destacar visualmente o formulário de contato e torná-lo mais visível e acessível.

4. Simplificação do Formulário:

- Reduzir o número de campos necessários no formulário pode resultar em mais leads gerados.

Resultados Esperados

Com estas mudanças, nosso principal objetivo sempre foi aumentar a taxa de conversão, tornando a landing page mais atraente e funcional para os usuários.

A pesquisa qualitativa foi fundamental para identificar os pontos críticos e orientar as melhorias, assegurando que as mudanças implementadas fossem alinhadas com as necessidades e expectativas dos usuários. Ela nos forneceu uma base sólida para entender as experiências e percepções dos usuários. As informações detalhadas e os insights comportamentais coletados permitiram-nos fazer mudanças direcionadas e eficazes, resultando em uma landing page otimizada que atende melhor às expectativas dos usuários e, potencialmente, aumenta a taxa de conversão.

Redesign e Consideração dos Resultados

O redesign baseado em resultados de testes A/B permite otimizar a experiência do usuário e maximizar os objetivos do negócio, como conversões e retenção. Com base nos resultados positivos dos testes, as seguintes mudanças podem ser implementadas de forma segura:

- **Elementos Visuais:** Melhorar a estética e a clareza visual com base no que mais atraiu os usuários.
- **Call to Actions (CTAs):** Ajustar textos e posicionamentos para maximizar a ação desejada.
- **Ofertas e Benefícios:** Implementar promoções ou benefícios que mostraram maior aceitação e conversão.

Mudanças Implementadas pelo Grupo 4

Elementos Destacados:

1. Navegação e Menu

Foi realizada uma modificação na barra de navegação superior da página, especificamente na seção anteriormente intitulada "Regulamento". Com o objetivo de otimizar a página para leads, essa seção foi substituída por "SOBRE WIZARD ON", que fornece informações sobre a Wizard On. Essa alteração busca direcionar melhor a atenção dos visitantes e proporcionar um foco maior na captação de leads.

1. Formulário de Contato

Foi feita a mudança de autocomplete para o formulário para facilitar o envio do formulário em si. Anteriormente, o autocomplete não estava configurado para todos os campos, o que podia tornar o processo de preenchimento mais demorado e suscetível a erros. Com a nova configuração de autocomplete, os campos de nome, e-mail e telefone agora utilizam sugestões automáticas do navegador, facilitando e agilizando o preenchimento do formulário. Essa mudança visa melhorar a experiência do usuário, tornando o envio do formulário mais rápido e eficiente.

1. Botão de Envio

Foi identificado que o Call-to-Action (CTA) precisava ser mais claro e apelativo. Inicialmente, o CTA continha o texto "Aproveite", mas foi concluído que essa mensagem não deixava claro que se referia a uma promoção específica. Para melhorar a compreensão e a efetividade do CTA, ele foi modificado para "Aproveitar Promoção". Essa mudança visa tornar a chamada para ação mais específica e atraente, facilitando o entendimento dos usuários e aumentando a taxa de conversão.

Antes:

- Botão com o texto "APROVEITE!"

Depois:

- Botão com o texto "APROVEITAR PROMOÇÃO!"

Vantagens da Mudança no Call To Action:

- **Clareza:** O texto "Aproveitar Promoção" torna o propósito do CTA imediatamente claro para o usuário, eliminando qualquer ambiguidade.
- **Relevância:** Especificar que se trata de uma promoção específica pode aumentar o interesse dos usuários, levando-os a agir com mais rapidez.
- **Efetividade:** Um CTA mais específico é mais provável de captar a atenção e gerar conversões, melhorando a eficácia das campanhas de marketing.
- **Atração:** Tornar o CTA mais apelativo pode aumentar a taxa de cliques, já que a promoção parece mais atraente e urgente.
- **Experiência do Usuário:** Melhorar a clareza e a especificidade do CTA contribui para uma experiência do usuário mais positiva e fluida, potencialmente aumentando a satisfação geral com a página.

1. Mudança no Botão do WhatsApp

Análise da Mudança de Estilo do Botão do WhatsApp e Impacto na Conversão

Proposta A - Botão Original

O botão inclui um ícone do WhatsApp seguido pelo texto "CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO". Cores predominantes: verde e branco, com um fundo azul. Design mais informativo, chamando diretamente à ação com texto.

Proposta B - Novo Estilo

Apenas o ícone do WhatsApp em verde e branco, sobre um fundo azul. Design minimalista e mais limpo, sem texto.

Impacto da Mudança

A mudança de estilo do botão de WhatsApp na plataforma pode trazer diferentes impactos no processo de conversão e envio dos formulários. Seguimos com a premissa e a partir de informações tiradas das pesquisas, acreditamos na premissa que o design minimalista da Proposta B é mais "atraente" e moderno, podendo garantir uma maior taxa de conversão, especialmente em um público diversificado. A Proposta A (do botão original) é informativa e clara, indicando diretamente ao usuário que ele deve clicar para falar conosco. No entanto, pode ser considerado visualmente carregado. A Proposta B é mais limpa e minimalista, o que pode ser mais agradável visualmente e menos intrusivo para o usuário.

Considerações para Implementação em Produção (Olhar específico para nosso grupo)

Significância Estatística:

- **Estatística t e Valor p:** Resultados significativos indicam que a diferença observada é improvável de ser devida ao acaso. Isso dá confiança para implementar mudanças com base nesses resultados.

- **Cohen's d:** Tamanho do efeito ajuda a entender a magnitude da mudança e sua importância prática, que neste se provou muito alta.

Mapear se os Resultados são Consistentes:

- É crucial que os resultados sejam consistentes ao longo de diferentes testes e períodos. Implementar mudanças baseadas em resultados consistentes garante maior confiabilidade.
- Neste caso é importante salientar que o período de duas semanas foi atribuído à que as campanhas pudessem rodar com as mudanças que foram propostas

Feedback Qualitativo:

- Para embasar ainda mais o resultado, algo que poderia ser interessante rodar mais uma pesquisa qualitativa para colher o feedback dos usuários sobre as mudanças propostas. Isso pode fornecer insights sobre a usabilidade e aceitação das mudanças, auxiliando no refinamento das implementações.

Monitoramento Pós-Implementação:

- Após a implementação, é importante continuar monitorando a performance para garantir que os resultados positivos se mantenham em um ambiente de produção real.

Considerações e Recomendações de Negócio

A partir dos resultados e da análise dos mesmos, foi possível elaborar as seguintes considerações e recomendações. A Página B apresentou uma taxa de conversão de 5.1%, superior à taxa de conversão de 3.5% da Página A. Isto sugere que a estratégia de isolar o formulário de elementos que competem pela atenção dos visitantes na Página B foi eficaz em aumentar a taxa de conversão.

Além disso, como não foram feitas muitas alterações nas variáveis nem modificações significativas na estrutura da página, tornou-se mais prático avaliar o desempenho da Página B. Pequenas alterações incrementais podem ser testadas para ver seu impacto na taxa de conversão sem comprometer a integridade do site.

Recomenda-se adotar o design de formulário isolado da Página B como base para futuras otimizações. A melhoria na taxa de conversão sugere que focar a atenção dos visitantes no formulário é uma estratégia relevante. No entanto, é válido realizar novos testes com campanhas diferentes para avaliar se o desempenho pode aumentar ainda mais ou se há necessidade de investigar outros elementos da landing page ou de outras etapas do fluxo de usuários.

Embora a Página B tenha uma taxa de conversão mais alta, o número absoluto de conversões (31) é significativamente menor em comparação com a Página A (470). Isso se deve ao menor número de sessões na Página B, que foi intencionalmente direcionada a um fluxo menor de pessoas para mitigar riscos financeiros potenciais. Portanto, é necessário realizar um teste com um maior fluxo de visitantes para validar se o efeito notado com uma pequena quantidade não é enviesado. Um teste em larga escala e por um período maior permitirá avaliar com maior precisão o impacto das alterações propostas.

É importante verificar por onde os usuários estão acessando a landing page para entender onde o fluxo se inicia. Compreender as principais fontes de tráfego permitirá ajustar as estratégias de marketing, direcionando os esforços para canais que tragam visitantes mais propensos a se converterem em leads.

Ressalta-se ainda que a colaboração com outras equipes para realizar testes A/B com elementos diferentes pode fornecer insights sobre possíveis pontos de melhoria. Isso levanta dados para discussão com a equipe de marketing e determinação de campanhas e otimizações na landing page.

Considerações e Recomendações de Negócio

Apresentação Abrangente dos Dados Acumulados Durante o Teste

Durante o teste A/B, acumulamos alguns dados tanto quantitativos quanto qualitativos. Estes dados incluem taxas de conversão, cliques no formulário, e feedback direto dos usuários através de testes de usabilidade.

Dados Quantitativos:

A maioria dos nossos dados quantitativos foram provenientes dos dados providenciados pela Pearson, tanto no Looker, como agora de forma manual pelo Excel.

Dados Qualitativos:

- Feedback dos usuários sobre clareza das informações, atratividade visual e facilidade de navegação.
- Observações durante os testes de usabilidade, incluindo pontos de frustração, satisfação e áreas de melhoria.

Para mais informações é possível acessar o processo de coletas dos dados: <https://github.com/Inteli-College/2024-1B-T04-SI10-G04/blob/main/Entregas/Doc-Sprint1/README-Sprint1.md>

6.Principais Metodologias Utilizadas:

Teste A/B

Comparação de duas versões da landing page (A e B) para avaliar o impacto das mudanças propostas. Esta metodologia permite identificar quais modificações têm um impacto positivo, negativo ou neutro nos objetivos da empresa.

Análise Estatística

- **Estatística t:** Utilizada para comparar a taxa de conversão dos grupos com a página controle, verificando a significância das diferenças observadas.
- **Cohen's d:** Medida do tamanho do efeito, ajuda a entender a magnitude da mudança e sua importância prática.
- **p-valor:** Utilizado para determinar a significância estatística dos resultados. Um p-valor ≤ 0.05 indica uma diferença significativa.
- **Variáveis Confundidoras:** Consideração de fatores que podem influenciar os resultados e não estão relacionados diretamente às mudanças testadas.
- **Poder do Teste:** A probabilidade de detectar um efeito se ele realmente existir. Um poder de teste alto (> 0.8) é desejável para garantir a robustez dos resultados.

Pesquisa Qualitativa

Testes de usabilidade presenciais moderados para capturar insights sobre a experiência do usuário. Os participantes realizam tarefas comuns dentro do sistema, permitindo avaliar desempenho e identificar pontos de frustração e satisfação.

Framework HEART

Utilizado para medir a experiência do usuário através de cinco dimensões:

- **Happiness (Felicidade):** Satisfação do usuário.
- **Engagement (Engajamento):** Interação com a aplicação.
- **Adoption (Adoção):** Adoção de novos recursos ou serviços.
- **Retention (Retenção):** Manutenção dos usuários ao longo do tempo.
- **Task Success (Sucesso da Tarefa):** Eficiência e eficácia na realização de tarefas.

Framework GSM (Goals-Signals-Metrics)

Ajuda a definir metas claras, sinais que indicam progresso em direção às metas, e métricas para medir esses sinais. Isso permite alinhar objetivos de negócio com resultados mensuráveis.

Simulação de Monte Carlo

Utilizada para modelar e entender o impacto de variáveis aleatórias e incertezas no desempenho da landing page. A simulação de Monte Carlo pode prever a distribuição de resultados possíveis, ajudando a identificar riscos e oportunidades.

Descrição das Observações mais Relevantes

Tendências e Padrões:

- **Taxas de Conversão Superiores:** Grupos 1, 2 e 4 apresentaram taxas de conversão significativamente superiores em comparação à versão controle (Página A).

- **Melhoria na Visibilidade:** Isolamento do formulário de elementos competidores melhorou a visibilidade e a clareza, resultando em mais envios de formulários.
- **Feedback Positivo sobre Navegação Simplificada:** Usuários relataram uma experiência de navegação mais simples e clara.

Anomalias de Resultados:

- **Grupo 3:** Taxa de conversão de 3.7%, ligeiramente superior à versão controle, mas não significativa.
- **Grupo 5:** Taxa de conversão de 3.2%, inferior à versão controle.

7. Resumo das Conclusões Principais

Impactos e Implicações para o Negócio:

- **Eficácia das Mudanças:** As mudanças implementadas na versão B resultaram em uma melhoria significativa na taxa de conversão, especialmente nos grupos 1, 2 e 4.
- **Confirmação Estatística:** Os testes de significância estatística confirmam que as taxas de conversão superiores não foram devidas ao acaso.
- **Importância da Simplicidade:** A simplificação da navegação e a clareza das informações são cruciais para melhorar a experiência do usuário e aumentar as conversões.
- **Implementação Completa da Versão B:** Baseado nos resultados positivos, recomenda-se a implementação completa das mudanças propostas na versão B.

A partir dos resultados e da análise dos mesmos, foi possível elaborar as seguintes considerações e recomendações. A Página B apresentou uma taxa de conversão de 5.1%, superior à taxa de conversão de 3.5% da Página A. Isto sugere que a estratégia de isolar o formulário de elementos que competem pela atenção dos visitantes na Página B foi eficaz em aumentar a taxa de conversão.

Além disso, como não foram feitas muitas alterações nas variáveis nem modificações significativas na estrutura da página, tornou-se mais prático avaliar o desempenho da Página B. Pequenas alterações incrementais podem ser testadas para ver seu impacto na taxa de conversão sem comprometer a integridade do site.

Recomenda-se adotar o design de formulário isolado da Página B como base para futuras otimizações. A melhoria na taxa de conversão sugere que focar a atenção dos visitantes no formulário é uma estratégia relevante. No entanto, é válido realizar novos testes com campanhas diferentes para avaliar se o desempenho pode aumentar ainda mais ou se há necessidade de investigar outros elementos da landing page ou de outras etapas do fluxo de usuários.

Embora a Página B tenha uma taxa de conversão mais alta, o número absoluto de conversões (31) é significativamente menor em comparação com a Página A (470). Isso se deve ao menor número de sessões na Página B, que foi intencionalmente direcionada a um fluxo menor de pessoas para mitigar riscos financeiros potenciais. Portanto, é necessário realizar um teste com um maior fluxo de visitantes para validar se o efeito notado com uma pequena quantidade não é enviesado. Um teste em larga escala e por um período maior permitirá avaliar com maior precisão o impacto das alterações propostas.

É importante verificar por onde os usuários estão acessando a landing page para entender onde o fluxo se inicia. Compreender as principais fontes de tráfego permitirá ajustar as estratégias de marketing, direcionando os esforços para canais que tragam visitantes mais propensos a se converterem em leads.

Ressalta-se ainda que a colaboração com outras equipes para realizar testes A/B com elementos diferentes pode fornecer insights sobre possíveis pontos de melhoria. Isso levanta dados para discussão com a equipe de marketing e determinação de campanhas e otimizações na landing page.

8. Referências

SÃO PAULO, Governo de. Governo de SP lança programa de intercâmbio para alunos do ensino médio. Disponível em: <https://www.educacao.sp.gov.br/governo-de-sp-lanca-programa-de-intercambio-para-alunos-ensino-medio/>.

Acesso em: 23 abr. 2024.

O GLOBO. Imposto de Renda 2024: posso deduzir gastos com cursos de idiomas? Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/imposto-de-renda/noticia/2024/03/06/imposto-de-renda-2024-posso-deduzir-gastos-com-cursos-de-idomas.ghtml>. Acesso em: 24 abr. 2024.

IDP. Qual é o valor gasto com educação privada no Brasil? Disponível em: <https://www.idp.edu.br/blog/laipp/qual-e-o-valor-gasto-com-educacao-privada-no-brasil/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

VEJA. Executivos indicam instabilidade política como risco para empresas latinas. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/executivos-indicam-instabilidade-politica-como-risco-para-empresas-latinas>. Acesso em: 26 abr. 2024.

IPEA. Sumário Executivo. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/category/sumario-executivo/>. Acesso em: 27 abr. 2024.

CNN BRASIL. Mercado eleva pela 2ª vez previsão para taxa Selic em 2024, aponta Focus. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/mercado-eleva-pela-2a-vez-previsao-para-taxa-selic-em-2024-aponta-focus/>. Acesso em: 28 abr. 2024.

VALOR ECONÔMICO. Renda e consumo surpreendem e elevam otimismo com PIB no 1º tri. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2024/04/19/renda-e-consumo-surpreendem-e-elevam-otimismo-com-pib-no-1o-tri.ghtml>. Acesso em: 23 abr. 2024.

IBGE. População cresce, mas número de pessoas com menos de 30 anos cai 5,4% de 2012 a 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34438-populacao-cresce-mas-numero-de-pessoas-com-menos-de-30-anos-cai-5-4-de-2012-a-2021>. Acesso em: 24 abr. 2024.

NEO FEED. Wizard ON: O paliativo que virou um negócio para o grupo Pearson no Brasil. Disponível em: <https://neofeed.com.br/negocios/wizard-on-o-paliativo-que-virou-um-negocio-para-o-grupo-pearson-no-brasil/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

EXAME. Inteligência artificial pode otimizar rotina pedagógica de instituições de ensino. Disponível em: <https://exame.com/bussola/educacao-inteligencia-artificial-pode-otimizar-rotina-pedagogica-de-instituicoes-de-ensino/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

BRASIL. Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. Acesso em: 27 abr. 2024.

TJDFT. Propriedade intelectual. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/artigos-discursos-e-entrevistas/artigos/2021/propriedade-intelectual>. Acesso em: 28 abr. 2024.

OpenAI. (2023). ChatGPT: Optimizing language models for dialogue. Recuperado de <https://openai.com>

https://www.glassdoor.com.br/Salários/desenvolvedor-de-software-junior-sal%20A1rio-SRCH_KO0,32.htm

<https://blog.convenia.com.br/custo-de-um-funcionario/https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/qual-o-valor-cobrado-por-uma-consu>

Itoria-empresarial#:~:text=O%20valor%20da%20hora%20de,um%20hora%20de%20seu%20trabalho.