

RELATÓRIO – INCEPTION

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

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

1 Introdução

Nos dias de hoje, é cada vez mais comum as pessoas viajarem e para tal, precisam de levar bagagem com elas, mas nem sempre é fácil. Devido a tal, torna-se mais cómodo aceder a serviços externos, que tratem dessa inconveniência.

1.1 Sumário executivo

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

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela LugWheels em resposta a um maior influxo de clientes, o que tornou necessário um desenvolvimento digital da LugWheels.

A LugWheels que atua na área de entrega de produtos visa agora, com o novo sistema, assegurar uma entrega de malas de forma segura e eficaz, permitindo aos seus clientes estarem, constantemente, atualizados em relação ao estado e localização do seu pedido.

Para isso, a LugWheels identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, permitindo aos seus clientes o usufruto de um serviço eficaz e seguro de transporte de malas.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto pesquisou e analisou serviços semelhantes, através dos seus websites.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
2022-05-04	João Figueiredo	Elaboração do relatório.
2022-05-15	Grupo	Aprofundamento do relatório.
2022-05-16	Grupo	Finalização do relatório

1.3 Referências e recursos suplementares

O grupo do projeto pesquisou e informou-se/inspirou-se, como outros serviços de transporte de malas operavam, o que ofereciam e aspetos que poderiam ser melhorados (por exemplo:

<https://www.sendmybag.com/>, <https://www.lugless.com/>, <https://www.nbcnews.com/id/wbna25459587>).

2 Contexto do negócio e oportunidades

2.1 Promotor e áreas de atuação

A *LugWheels*, uma start-up que se quer integrar na área de transporte de malas. Qualquer pessoa poderá ser cliente da *LugWheels*, mas é esperado que a maioria sejam turistas e pessoas que viajem devido à sua situação profissional. A *LugWheels* ambiciona disponibilizar os seus serviços a qualquer cliente, independentemente do país a que pertença.

Clientes:

- Turistas
- Trabalhadores
- Pessoas comuns
- Empresas

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

Desde os últimos anos, que tem havido uma globalização do mundo. As pessoas têm viajado mais, para lugares distintos e as empresas têm, também, investido em mercados estrangeiros. Tais mudanças forçaram a uma atualização no modelo de serviços de entrega de bens.

Na sociedade moderna em que vivemos, sistemas que permitem serviços eficazes e seguros, à distância de um clique, são importantes e imprescindíveis.

A pandemia, apanhou-nos de surpresa e forçou o mundo inteiro a repensar nas suas estratégias e métodos de trabalho. Desde então, que vemos cada vez mais empresas a adotarem regimes de trabalho remotos ou híbridos (por exemplo, ir uma vez por mês ao escritório). A existência de uma

plataforma, que atue no transporte de bens, para que possam ir ao escritório sem problema algum, é importante.

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

A geração de valor, irá manifestar-se de várias formas para as diversas entidades existentes.

Da perspectiva dos clientes, a plataforma será um serviço acessível e fácil de lidar, com um simples clique no conforto da sua casa. Além da comodidade, estes terão à sua escolha várias opções de transportadoras e modelos de entrega. Através de tal, os clientes possuirão um controlo completo em quem transporta as suas malas e como estas são transportados. Por fim, poderão ficar descansados, sabendo que não terão de lidar com a inconveniência de carregar as malas.

Do ponto de vista das transportadoras, é apresentada uma oportunidade para estas crescerem e disponibilizarem os seus serviços a um público cada vez maior. É importante notar que as transportadoras se encarregam de todo o processo desde o ponto de recolha da mala até ao destino desejado do cliente.

A oportunidade a implementar torna-se mais apelativa que as lojas físicas de serviços semelhantes, pois permite um processo inteiro seja mais agilizado e simplificado. Tornar-se-á mais apelativa que os seus competidores digitais, através de uma interface intuitiva e simples de utilizar pelo cliente.

Quanto à geração de valor da empresa, será retirada uma percentagem do que o cliente pagou, para a empresa, e o restante fica para as transportadoras parceiras.

2.4 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
O estado de entregas, nem sempre é conhecido.	Permitir, uma constante, notificação da localização geográfica das malas.
Por vezes, muitas entregas são demoradas.	Estimular uma entrega mais rápida.
É comum, as malas não chegarem intactas, na condição original ou nem sequer chegarem.	Assegurar um transporte seguro, no qual a integridade da mala e do seu conteúdo é uma prioridade.
Troca, accidental, de malas.	Cada mala ou conjunto de malas, será identificada e associada ao respetivo cliente, tornando bastante improvável que um cliente receba outras malas.

3 Definição do produto

3.1 Posicionamento do produto

Para o/a:	Clientes que pretendam viajar, devidos a motivos turísticos ou profissionais, e necessitem que as suas malas sejam transportadas para o seu destino.
Que apresenta:	<p>Perspetiva do cliente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Pode agendar o transporte das suas malas• Pode escolher a transportadora e modo de entrega (<i>standard</i> ou <i>express</i>)• Pode especificar que se existe conteúdo frágil ou não. <p>Perspetiva das transportadoras:</p> <ul style="list-style-type: none">• Expandir o seu negócio para plataformas digitais e obter uma maior visibilidade.• Fornecer os seus serviços a possíveis clientes.
O produto:	O produto é composto por uma plataforma digital (aplicação Web), que servirá como ponte entre os clientes e diferentes transportadoras.
Que:	O sistema permite aos seus utilizadores adquirir um serviço de transporte de malas, no conforto da sua casa. Tal processo, remove a necessidade de utilizador deslocar-se a um local físico para organizar tal serviço.
Ao contrário de:	Ao oferecer um sistema com maior facilidade de acesso, uma interface intuitiva e simples (user-friendly) ao cliente, torna-se mais apelativo que locais físicos e outros competidores digitais.
O nosso produto:	Com o nosso produto, o cliente pode assegurar que, o transporte das suas malas, é realizado eficazmente e não necessitará de se preocupar com as mesmas, o nosso produto também tratará do transporte, no seu todo.

3.2 Funcionalidades principais

A aplicação fornecerá ao utilizador várias funcionalidades:

- Permitir ao cliente, acompanhar as suas malas.
- Realização de pré-planeamento do transporte de malas, com sugestão de datas para a entrega coincidir com a chegada do cliente, ou já estiver no local à espera do cliente.
- Disponibilização das avaliações de cada transportadora, pelos utilizadores.
- Permitir ao cliente, escolher a transportadora a usar, os tempos estimados de entrega e os preços praticados por cada.
- Permitir ao cliente indicar a possível existência de bens frágeis nas malas a desejar.
- Permitir ao cliente a escolha entre um entrega *standard* e *express*.
- Possibilidade de escolher o local de entrega (posto de recolha ou destino específico).

3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

Mapa de versões e features:

- 1.0 Permitir ao cliente a escolha entre um entrega *standard* e *express*; possibilidade de escolher o local de entrega (posto de recolha ou destino específico); permitir ao cliente indicar a possível existência de bens frágeis nas malas a desejar.
- 2.0 Disponibilização das avaliações de cada transportadora, pelos utilizadores; permitir ao cliente, escolher a transportadora a usar, os tempos estimados de entrega e os preços praticados por cada.
- 3.0 Realização de pré-planeamento do transporte de malas, com sugestão de datas para a entrega coincidir com a chegada do cliente, ou já estiver no local à espera do cliente; permitir ao cliente, acompanhar as suas malas.

3.4 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Motivação para o projeto/valor esperado
LugWheels (Empresa)	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a eficácia e o número de transporte de malas.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Obtenção de um serviço rápido e seguro.
Gestores das transportadoras parceiras	<ul style="list-style-type: none"> Maior adesão aos seus serviços de transporte. Aumento do número de encomendas.

3.5 Limites e exclusões

- Devido a condições meteorológicas adversas, o transporte de malas pode ser adiado, atrasado ou nem sequer, realizado, havendo a necessidade de reagendar.
- Entidades reguladoras (por exemplo: agentes de fronteira e polícias) poderão revistar as malas ou até confiscá-las, sem que a LugWheels possa intervir.