

1. Introdução

Este documento define a **declaração de escopo** para o projeto de desenvolvimento e aprimoramento contínuo do site de e-commerce da **Nike**. O objetivo principal é criar e manter uma plataforma robusta e escalável que permita aos clientes uma experiência de compra excepcional, além de apoiar as estratégias globais da marca Nike. O projeto visa garantir que o site atenda às expectativas dos consumidores, com foco em inovação tecnológica, integração omnichannel/global e personalização de produtos.

2. Objetivos do Projeto

- **Desenvolvimento de E-commerce de Alta Performance** : Criar uma plataforma digital que suporte um alto volume de tráfego e transações, com uma interface moderna e intuitiva.
- **Experiência do Usuário e Personalização** : Oferecer uma jornada de compra personalizada, com opções de personalização de produtos, recomendações inteligentes e navegação simplificada.
- **Omnichannel** : Garantir uma experiência de compra integrada entre o ambiente online e lojas físicas, permitindo retiradas e devoluções na loja, bem como verificação de estoque em tempo real.
- **Integração Global** : Expandir e manter o suporte para vendas internacionais, garantindo a mesma qualidade de experiência em diferentes mercados ao redor do mundo.
- **Sustentabilidade e Responsabilidade Social** : Integra funcionalidades que promovem práticas sustentáveis, como o uso de materiais recicláveis e programas de coleta e reciclagem de produtos.

3. Escopo do Trabalho

3.1 Inclusões:

- **Desenvolvimento da Plataforma** : Criação e otimização contínua de um site responsivo e compatível com todos os dispositivos, suportando múltiplas linguagens e moedas.
- **Cadastro de Produtos** : Sistema robusto de registro de produtos, com descrição detalhada, opções de personalização (tamanhos, núcleos, modelos) e controle preciso de estoque, garantindo que os consumidores sempre encontrem o que desejam.
- **Cadastro de Clientes** : Registro de usuários com dados pessoais, opções de produtos e histórico de compras, garantindo personalização em futuras interações.
- **Registro de Vendas** : Monitoramento detalhado de todas as vendas, incluindo processamento de pagamentos, status de envio e relatórios financeiros em tempo real.
- **Registro de Compras com Fornecedores** : Controle completo de compras com fornecedores, gerenciamento de estoque e fluxo logístico eficiente, minimizando rupturas de estoque.
- **Integração com Pagamentos Globais** : Suporte a diferentes métodos de pagamento, como cartões de crédito, débito, carteiras digitais (Apple Pay,

Google Pay) e sistemas locais, garantindo segurança e conveniência em todas as transações.

- **Marketing Digital e SEO** : Estratégias contínuas de SEO (Search Engine Optimization) para aumentar a visibilidade do site e campanhas de marketing direcionadas, como anúncios pagos e marketing de conteúdo.
- **Omnichannel** : Integração de recursos omnichannel para permitir que os clientes consultem a disponibilidade de produtos em lojas físicas e façam retiradas e devoluções no local.
- **Análise de Mercado** : O comércio eletrônico global tem crescido de maneira significativa nos últimos anos, com uma mudança acelerada para o comércio online impulsionado pela pandemia e pela proliferação generalizada. O setor de roupas e calçados esportivos, em particular, apresenta uma taxa de crescimento robusta, impulsionada por fatores como:

- Aumento na prática de atividades físicas e busca
- Expansão do mercado de **athleisure** (combinação de roupas esportivas e casuais).
- Crescente demanda por produtos personalizados e de edição limitada.

Estima-se que o mercado de e-commerce de moda esportiva continue a crescer com taxas de dois dígitos nos próximos anos, à medida que as marcas investem em tecnologia e inovação para melhorar a experiência do cliente.

Plano de Marketing Digital :

SEO (Otimização para Mecanismos de Busca) :

- reduza o site com palavras-chave relevantes para melhorar o ranking nos motores de busca.
- Criar conteúdo de qualidade, como blogs e guias de produtos, para atrair tráfego orgânico.
- Melhore a velocidade de carregamento e a usabilidade do site para favorecer o posicionamento.

SEM (Marketing de Mecanismos de Busca) :

- Invista em campanhas de **Google Ads** para palavras-chave estratégicas.
- Utilização de anúncios de display e remarketing para alcançar usuários que já visitaram o site.

Marketing de Conteúdo :

- Desenvolver um blog oficial com artigos sobre esportes, saúde, moda e estilo de vida.
- Produzir vídeos e tutoriais sobre produtos, técnicas de treinamento e histórias de atletas patrocinados.

Marketing por e-mail :

- Criar campanhas segmentadas com base nas preferências e histórico de compras dos clientes.
- Envie newsletters com lançamentos, promoções exclusivas e conteúdos relevantes.

Redes Sociais :

- Fortalecer a presença em plataformas como Instagram, Facebook, Twitter, TikTok e YouTube.
- Desenvolver conteúdo interativo, como pacotes, desafios e especificidades ao vivo.
- Colabore com influenciadores e atletas para ampliar o alcance.

3.2 Exclusões:

- **Customização Avançada** : Funcionalidades de customização exclusivas de produtos, como a criação de designs exclusivos para tênis ou roupas, estão fora deste escopo inicial, embora possam ser integradas futuramente.
- **Aplicações de Realidade Aumentada (AR)** : Apesar de serem uma tendência em e-commerce, funcionalidades que utilizam AR para experimentação de produtos ainda não serão integradas nesta fase.
- **Expansão de Lojas Físicas** : A integração com as lojas físicas existentes será priorizada, mas a expansão de novas lojas não faz parte deste escopo.

4. Entregáveis do Projeto

- **Plataforma de E-commerce Atualizada** : Um site com uma interface amigável e otimizada, capaz de suportar alta demanda de tráfego e personalização de produtos.
- **Documentação Técnica e Manuais de Usuário** : Documentação completa para a equipe técnica e para usuários, detalhando o uso e manutenção do site.
- **Relatório de Análise de Mercado** : Já concluído pelo grupo, este relatório justifica as soluções oferecidas, identificando as oportunidades e tendências de mercado.
- **Plano de Marketing** : Estratégia específica para execução de campanhas e otimizações no primeiro ano após o lançamento das melhorias.

5. Cronograma de Implementação

Período	Atividades
Mês 4-6	<ul style="list-style-type: none">- Otimização SEO- Planejamento de conteúdo- Configuração de campanhas SEM
Meses 7-12	<ul style="list-style-type: none">- Lançamento do blog e primeiros artigos- Início das campanhas de Google Ads- Campanhas em redes sociais
Meses 14-16	<ul style="list-style-type: none">- Início do programa de fidelidade- Parcerias com influenciadores- Lançamento de e-mail marketing segmentado
Meses 17-20	<ul style="list-style-type: none">- Promoção de eventos nas lojas físicas- Implementação de recomendações personalizadas no site
Meses 21 a 25	<ul style="list-style-type: none">- Avaliação e otimização das campanhas- Expansão das iniciativas sustentáveis- Ajustes estratégicos com base nos KPIs

6. Recursos Necessários

- **Equipe Técnica** : Desenvolvedores de software, especialistas em UX/UI, engenheiros de infraestrutura e segurança.
- **Equipe de Marketing Digital** : Profissionais especializados em campanhas de SEO, anúncios pagos e otimização de conversão.
- **Orçamento para Infraestrutura** : Recursos financeiros para servidores robustos, segurança digital e integração com sistemas globais de pagamento e logística.
- **Parcerias Comerciais** : Relações contínuas com fornecedores de produtos Nike e outras marcas parceiras para garantir estoque e lançamentos de novos produtos.

7. Riscos Identificados

- **Concorrência** : A presença de concorrentes fortes no segmento de e-commerce esportivo, como Adidas, Puma entre outros... pode impactar a participação do mercado.
- **Mudanças de Comportamento do Consumidor** : Tendências e preferências podem mudar rapidamente, exigindo que o site esteja constantemente atualizado e adaptado.
- **Problemas Técnicos** : Erros no desenvolvimento ou no sistema de pagamento e logística podem prejudicar a experiência do usuário e causar perdas financeiras.

8. Descrição dos Principais Processos

- **Processo de Cadastro de Produtos** : Uma equipe de gerenciamento de produtos registra tênis, roupas e acessórios, com instruções fornecidas, imagens, tamanhos e informações sobre o estoque.
- **Processo de Cadastro de Clientes** : Os clientes podem se registrar no site, criar perfis personalizados e receber recomendações de produtos com base em suas preferências e histórico de compras.
- **Processo de Registro de Vendas** : Cada transação é registrada automaticamente no sistema, com notificações para os clientes sobre status do pedido, envio e entrega.
- **Processo de Registro de Compras** : O sistema integra diretamente com fornecedores, gerenciando pedidos de compra, coleta e atualização automática do inventário.
- **Processo de Pagamentos** : As transações são processadas em tempo real, com suporte a diferentes métodos de pagamento, garantindo segurança e rapidez.
- **Processo de Suporte ao Cliente** : Os clientes podem acessar o suporte via chat, e-mail ou telefone para resolver questões relacionadas a pedidos, devoluções e troca de produtos.

9. Conclusão

Esta declaração de escopo estabelece uma visão clara para o aprimoramento do e-commerce da **Nike** , alinhando as funcionalidades do site às expectativas dos consumidores e à estratégia global da marca. A execução cuidadosa deste projeto, em conjunto com o relatório de análise de mercado e o plano de marketing, garantirá que a Nike continue a liderar o setor de vendas online de produtos esportivos, entregando inovação e excelência em todos os aspectos da experiência de compra.