

## RELATÓRIO – *INCEPTION*

# Visão e âmbito do produto

## Conteúdos

### Visão e âmbito do produto<sup>1</sup>

#### 1 Introdução<sup>1</sup>

- 1.1 Sumário executivo<sup>1</sup>
- 1.2 Controlo de versões<sup>2</sup>
- 1.3 Referências e recursos suplementares<sup>2</sup>

#### 2 Contexto do negócio e oportunidades<sup>2</sup>

- 2.1 Promotor e áreas de atuação<sup>2</sup>
- 2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)<sup>2</sup>
- 2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor<sup>2</sup>
- 2.4 Principais objetivos<sup>3</sup>

#### 3 Definição do produto<sup>3</sup>

- 3.1 Posicionamento do produto<sup>3</sup>
- 3.2 Funcionalidades principais<sup>4</sup>
- 3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes<sup>4</sup>
- 3.4 Perfis dos *stakeholders*<sup>4</sup>
- 3.5 Limites e exclusões<sup>4</sup>

## 1 Introdução

Planear atividade para férias pode ser um processo desgastante e algo confuso. Quando da marcação de atividades podem não ser encontradas as melhores opções.

### 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 CampingSpot em resposta à dificuldade de planear e gerir uma viagem de campismo.

A CampingSpot que atua na área de agendamento de viagens visa agora, com o novo sistema, tornar o mais fácil e intuitivo a experiência de planear e agendar a viagem de campismo de sonho.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio.

## 1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
<data>	<quem alterou>?	<explicação das principais alterações/secções introduzidas. Não vale a pena registar pequenas edições, mas sim <b>revisões importantes</b> no documento que devem ficar registadas no histórico>

## 1.3 Referências e recursos suplementares

<https://www.eurocampings.co.uk/>

<https://www.booking.com/index.pt-pt.html>

## 2 Contexto do negócio e oportunidades

### 2.1 Promotor e áreas de atuação

O Promotor do nosso projeto é uma start-up denominada CampingSpot (o mesmo nome da aplicação), composta pelos quatro elementos do grupo.

Os clientes-alvo do projeto são:

- Famílias com crianças que queiram marcar férias com atividades temáticas.
- Pessoas individuais à procura de planos de viagem relaxantes ou aventuras.

**Contextualização (genérica) de PONTOS MENOS CONSEGUIDOS da atuação da empresa ou do domínio, relacionados com o âmbito do projeto, i.e., limitações que são percebidas pelos *stakeholders* ou clientes. Impulso para a mudança (oportunidade)**

Face aos períodos de confinamento obrigatório trazidos pela pandemia do Covid-19, homens, mulheres e crianças de todos os cantos do mundo tiveram que viver as suas vidas quase exclusivamente dentro das paredes das suas casas. Agora que o povo está de volta às ruas e as restrições estão a ser levantadas a uma escala global, a oportunidade de explorar e conviver com a natureza está finalmente a par com a vontade que todos sentimos em casa. Mas o problema atual está na logística e no planeamento que uma viagem de campismo traz.

### 2.2 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor

CampingSpot é uma plataforma que simplifica e torna intuitivo o processo de planear a próxima viagem de campismo, desde a reserva do local até aos transportes necessários.

Isto implica um foco redobrado em UX, com o mínimo de momentos de dúvida entre a entrada na plataforma até ao agendamento e pagamento da viagem.

A geração de valor vai abranger várias demográficas.

Para as agências de transporte e os parques temáticos e de campismo, o valor está na exposição e no fluxo de clientes que a cooperação com a CampingSpot oferece.

Para o cliente, a facilidade e intuitividade que a plataforma CampingSpot oferece é irresistível.

Especialmente se acompanhada com descontos oferecidos pelas colaborações especificadas acima.

Para a CampingSpot, o valor está na imposição de uma leve comissão por cada agendamento bem sucedido e com as parcerias com as agências especificadas acima.

Em termos de transformação digital, queremos:

- Permitir a marcação de férias no conforto e conveniência do seu lar.
- Ajudar a promover atividades na natureza ou parques temáticos de várias localidades.

## 2.3 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
Aquando da marcação de atividades podem não ser encontradas as melhores opções.	Integração de tecnologias digitais
Planejar atividade para férias pode ser um processo desgastante e algo confuso.	Facilidade de utilização tendo todas as ferramentas necessárias à marcação de férias reunidas num único espaço.

## 3 Definição do produto

### 3.1 Posicionamento do produto

<b>Para o/a:</b>	Clientes que queiram planejar e agendar uma viagem de campismo. Agências de viagem, parques temáticos e de campismo.
<b>Que apresenta:</b>	Clientes: Falta de experiência ou desgosto/impaciência em planejar ou agendar viagens.  Agências: Que querem ter maior visibilidade e fluxo maior de clientes.
<b>O produto:</b>	CampingSpot é uma plataforma digital de apoio ao planejamento e posterior agendamento de viagens de campismo
<b>Que:</b>	Oferece a experiência de planejamento e agendamento mais fácil e intuitiva aos clientes, e que oferece às agências e parques nela incluídos os benefícios de ter mais exposição e (consequentemente) clientes sem ter que levantar um dedo.
<b>Ao contrário de:</b>	Forçar clientes a terem de fazer todo o trabalho, seja este na marcação de férias ou atividades
<b>O nosso produto:</b>	Destaca-se pela facilidade de utilização e reúne todas as ferramentas necessárias numa só aplicação

## 3.2 Funcionalidades principais

Marcação integrada de férias:

-Alojamento

-Atividades

Cálculo da estimativa de gastos previstos

Gestão de reputação (avaliação e comentários)

Pesquisa por características especiais

Sugestões de programas temáticos

Conta utilizador

Configuração de alertas

## 3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

## 3.4 Perfis dos *stakeholders*

<b>Stakeholder</b>	<b>Motivação para o projeto/valor esperado</b>
Parques de campismo	Que queiram expandir para novas plataformas;
Parques temáticos	Que queiram divulgar as suas atrações em novas plataformas;
Empresas de transporte	Para pequenas deslocações dos viajantes;
Clientes	Que procurem marcar férias de uma forma completa e descomplicada;
Organizações ambientais	Divulgação de viagens mais sustentáveis

## 3.5 Limites e exclusões