

Link Pulse | Projeto Omnichannel

1. Briefing

A proposta é estruturar o **Link Pulse como um canal omnichannel, progressivo e contínuo**, substituindo a lógica de pesquisa pontual por uma coleta de dados distribuída ao longo do tempo e acessível por **múltiplos canais**. O conceito de omnichannel se aplica para que o aluno possa **preencher e atualizar suas informações por diferentes pontos de contato** (ex.: site, WhatsApp, formulários), com **progresso salvo** e reconhecimento automático dos dados já informados, tornando a base cada vez mais completa e acurada.

Além da eficiência operacional, o Link Pulse deve **gerar valor direto para o aluno**, com transparência sobre o uso das informações e acesso ao próprio perfil para visualização, revisão e atualização. Esses dados sustentam convites para mentorias, comunidades, eventos, experiências e oportunidades alinhadas ao seu momento e interesses.

O Link Pulse passa a funcionar também como um **canal de visibilidade e conexão**, permitindo que o aluno seja identificado para oportunidades exclusivas e, ao mesmo tempo, visualize a rede de outros alunos, empreendedores e profissionais que possam apoiá-lo ou colaborar em projetos.

O objetivo é que o Link Pulse deixe de ser percebido como um formulário institucional e passe a operar como um **canal de portfólio, networking e inteligência de dados**, fortalecendo a lógica de rede dentro da Link.

2. Público Alvo

- Todos os alunos da Link School of Business

A classificação é automática e progressiva, conforme o aluno avança no preenchimento. Dependendo do perfil do aluno, as perguntas complementares são diferentes, refletindo o seu momento atual da jornada e o que precisamos mapear.

Personas

- ideação
- empreendendo
- sucessão familiar
- estágio / mercado de trabalho

O aluno nunca “recomeça” o formulário — o sistema reconhece o que já foi preenchido.

O sistema deve validar se houve mudança do semestre anterior para esse.

3. Objetivo do Projeto

Ao final da implementação do Link Pulse Omnichannel, espera-se que:

- o aluno tenha um canal de visualizar o seu perfil e portfólio, acessível e atualizado,
- a Link tenha uma base de dados viva, acionável e confiável (maior aderência de respostas),
- seja possível identificar rapidamente *big numbers* do ecossistema:
 - quem está empreendendo,
 - quem está em sucessão familiar ativa,
 - quem está em ideação,
 - quem está estagiando e onde,
- o LinkedIn dos alunos esteja disponível para conexões, parcerias e networking,
- a coleta de dados deixe de ser exaustiva e passe a ser contínua e inteligente.

Requisitos do Projeto

- Principal canal de comunicação para ser testado: whatsapp
- O aluno nunca “recomeça” o formulário — o sistema reconhece o que já foi preenchido.
- O sistema deve validar se houve mudança do semestre anterior para esse, reaproveitando os dados e evitando retrabalho de preenchimento.
- O site com o portfólio dos alunos e rede de networking deve ter controle de acesso apenas para alunos e staffs.
- Utilizar o datalake da Link para reaproveitar informações de outros sistemas para que aluno não precise preencher. Ex: Turma, RA, E-mail, Celular, etc.

- O lançamento da solução precisa ser até dia 06/02 sem falta. Ajustes de escopo podem ser necessários, mas não a prorrogação do prazo.
-

4. Estrutura Sugerida

Fase 1 – MVP Operacional (até 06 de fevereiro)

Objetivo: rodar o básico para início imediato do semestre.

- Definição dos campos essenciais
- Formulário com progresso salvo
- Testes completos de fluxo
- Ajustes finais antes do go-live
- Entrada em operação na segunda-feira, dia 09/01

Entrega mínima da fase 1:

- Site com Portfólio dos dados do semestre anterior (2025.2) e atualizado em real time conforme preenchimento
 - Site incluindo abas funcionais de classificação básica de perfil (empresas, alunos empreendedores, sucessão familiar, ideação)
 - Site incluindo o LinkedIn do aluno após preenchimento da Pulse 2026.1
 - Site e/ou formulário para atualização dos dados via notebook
 - Bot Whatsapp pronto para iniciar o preenchimento omnichannel para os que não responderem nos primeiros dias.
-

Fase 2 – Réguas de Comunicação (até o final do semestre)

Objetivo: aumentar profundidade e atualização dos dados.

- Criação de gatilhos automáticos para:
 - completar informações pendentes
 - atualizar dados ao longo do semestre (faturamento)
- Comunicação distribuída por diferentes canais
- Mensagens contextualizadas conforme status do aluno

Exemplo:

- aluno preencheu apenas o básico → convite para preencher
 - aluno iniciou detalhamento da empresa → pedido de continuidade do preenchimento
-

Fase 3 – Integrações (longo prazo)

Objetivo: conectar o Link Pulse as ferramentas utilizadas na Link.

- Integração com:
 - Treble
 - HubSpot
 - Tiflux
 - Redução de retrabalho entre sistemas
 - Centralização das informações do aluno acessíveis para todas as áreas de negócio
-

5. Indicadores de Sucesso

Algumas métricas para avaliação do projeto:

- taxa de adesão ao preenchimento inicial. (Média de 75% adesão, mover para 90%)
 - taxa de avanço para campos de detalhamento, mantendo a média de 75% de respostas que temos atualmente
 - recorrência de atualização dos dados ao longo do semestre
 - uso do Link Pulse como fonte para:
 - comunicação
 - convites
 - mentorias
 - comunidades
 - redução de formulários paralelos e retrabalho operacional
 - redução do tempo de preenchimento do formulário. (Média de 10min para quem tem empresa).
-

6. Próximos Passos - Proposta Comercial

Para viabilizar a implementação do Link Pulse como canal omnichannel dentro do prazo proposto, os próximos passos estão organizados em três frentes principais: **alinhamento técnico, definição de entregáveis e validação do MVP.**

Reuniões necessárias

Será necessário realizar uma **reunião inicial com a área de Dados**, especificamente com Michel, até o dia **16/01**, com o objetivo de definir a estrutura do Data Lake, regras de reaproveitamento de dados existentes e premissas técnicas para persistência de estado e histórico do aluno entre semestres.

Na sequência, devem ser realizadas reuniões com os **responsáveis técnicos das ferramentas** envolvidas no ecossistema atual da Link:

- Treble
- HubSpot
- Tiflux

Essas reuniões têm como objetivo mapear o papel de cada sistema no curto, médio e longo prazo, avaliando viabilidade de integração, sobreposição de funcionalidades e dependências técnicas. As análises podem ocorrer **em paralelo ao início do projeto**, sem bloquear a entrega do MVP da Fase 1.

Aprovação do Projeto

Para seguirmos com a aprovação e formalização do projeto, solicitamos o envio de uma **proposta comercial** contendo:

1. Título do projeto
2. Cronograma estimado de 1 mês, incluindo:
 - início do MVP,
 - testes e ajustes,
 - entrada em operação
3. Escopo técnico contemplado no MVP
4. Valor da Proposta Comercial
5. Premissas para evolução das fases seguintes: ferramentas, acessos, inputs etc.

7. Anexo I - Campos da Pesquisa & Decision Tree

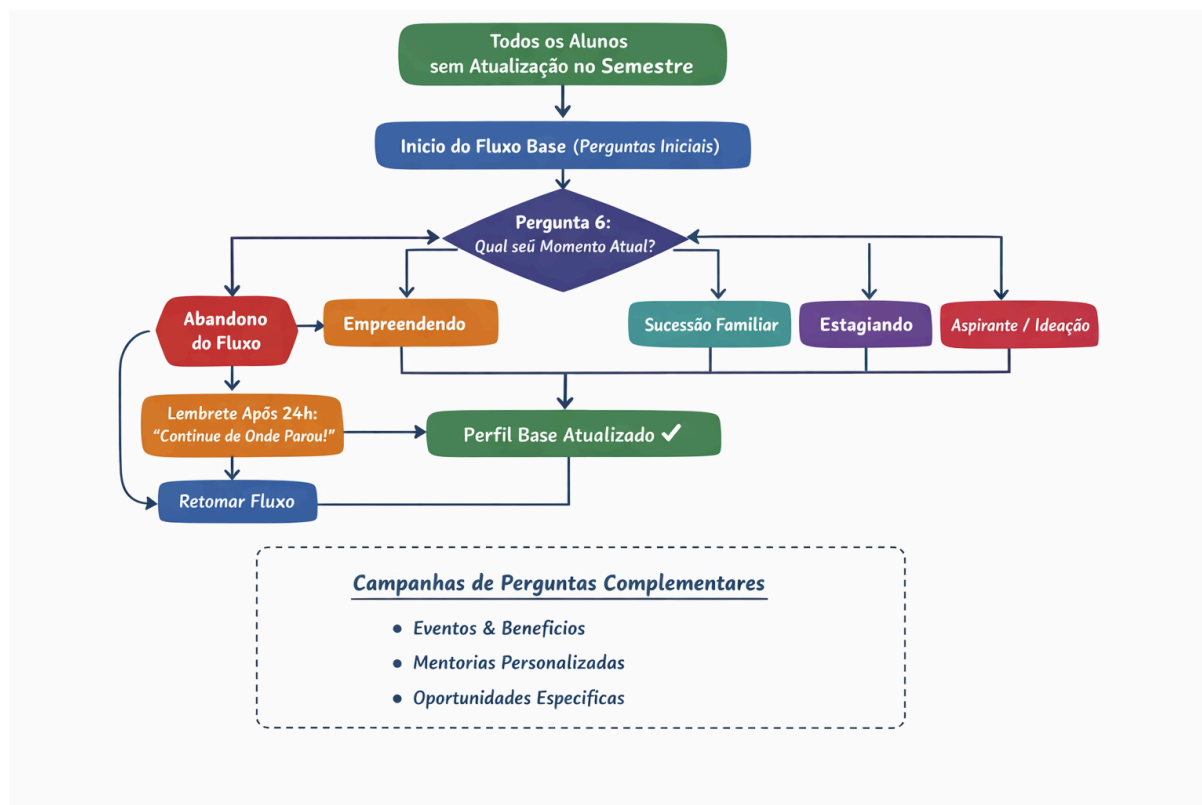
Segue tabela com as perguntas realizadas no Link Pulse 2025.2

Esse anexo serve apenas para estimativa de orçamento, servindo de base para fazer o Decision Tree do chatbot do MVP (perguntas obrigatórias). Sujeito à revisão até 30/01.

Premissas do Decision Tree

- O formulário inicia com um **fluxo único** para todos os alunos que **não atualizaram suas informações no semestre vigente**.
- Até a **pergunta 6**, o fluxo é **linear e obrigatório** para todos os alunos.
- A partir da **resposta da pergunta 6**, o aluno é direcionado para um **fluxo específico conforme sua persona/momento atual**, respeitando a **ordem de perguntas definida na planilha**.
- O fluxo é **interrompível**, com **persistência de estado**.
Caso o aluno abandone antes de concluir os campos obrigatórios, o bot envia um **lembrete automático via WhatsApp após 24 horas**, retomando do **último ponto não preenchido**.
- Caso o aluno **não realize o preenchimento até o 3º dia de aula**, o bot inicia a **coleta ativa de dados diretamente pelo WhatsApp**, reiniciando o fluxo.
- As **perguntas complementares** também podem ser **obrigatórias para liberação de benefícios, eventos ou oportunidades**.
Elas podem ser acionadas:
 - imediatamente após a primeira resposta, ou
 - em um **segundo momento**, por meio de **campanhas de ativação** atreladas a eventos, benefícios ou ações específicas.

 Link Pulse 2026.1 - Decision Tree



8. Anexo II - Resultados 2025.2

Segue apresentação do Canva (ainda a ser finalizada) para ilustrar alguns dos dashboards para gestão interna da Link. Nem todos precisam estar visíveis na página do Link Network (visível para alunos).

https://www.canva.com/design/DAGt0kt008Y/G1aoQHB0G3WB11_ali1rhQ/edit?utm_content=DAGt0kt008Y&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton