

GERENCIADOR DE RELACIONAMENTO JURÍDICO

Especificação dos Requisitos do Software

GRJ 1.0

EDGAR RODRIGUES DE ATHAYDE PINTO 2021885BCC

JOÃO VICTOR VACCARI DE LIMA MOTTA 2212834BCC

PEDRO CAMILO DE SOUZA 2214582BCC

PROF. CARMEN LUCIA ASP DE QUEIROZ

ENGENHARIA DE REQUISITOS

**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA
FONSECA – CEFET/RJ**

Novembro / 2022

Aprovação

Aprovamos o documento de Especificação de Requisitos do projeto GRJ 1.0

Edgar Rodrigues de Athayde Pinto	Devs do Pátio Azul	01/05/2023	_____
--	-----------------------	------------	-------

João Victor Vaccari de Lima Motta	Devs do Pátio Azul	01/05/2023	_____
---	-----------------------	------------	-------

Pedro Camilo de Souza	Devs do Pátio Azul	01/05/2023	_____
--------------------------	-----------------------	------------	-------

Carmen Lucia Asp de Queiroz	Empresa XYZ	01/05/2023	_____
--------------------------------	-------------	------------	-------

Versões revisadas anteriores

Não aplicável.

Especificação dos Requisitos do Software

GRJ 1.0

Sumário

1	Introdução.....	5
1.1	Objetivos deste documento	5
1.2	Escopo do produto.....	5
1.2.1	Nome do produto e de seus componentes principais	5
1.2.2	Objetivo do produto	5
1.2.3	Limites do produto	5
1.2.4	Benefícios do produto	5
1.3	Materiais de referência.....	6
1.4	Definições e siglas.....	6
1.5	Visão geral deste documento.....	6
2	Descrição geral.....	7
2.1	Mapeamento do principal processo de negócio	7
3	Requisitos do Software.....	8
3.1	Requisitos Funcionais	8
3.2	Regras de Negócio	9
3.3	Requisitos Não Funcionais.....	10
4	Apêndice – Entrevista	11

1 Introdução

1.1 Objetivos deste documento

Registrar as necessidades da empresa XYZ bem como o entendimento do processo de captação de clientes realizado, para providenciar a ideia principal por trás do GRJ, software a ser desenvolvido.

Público-alvo: diretor, gerente e assessor comercial e desenvolvedores do projeto GRJ

1.2 Escopo do produto

1.2.1 Nome do produto e de seus componentes principais

Gerenciador de Relacionamento Jurídico (Componente único).

1.2.2 Objetivo do produto

Auxiliar no processo de prospecção de clientes

1.2.3 Limites do produto

1. O **GRJ** não gerará alertas em relação a inércia dos prospects
2. O **GRJ** não poderá alterar o status dos clientes, mesmo aqueles que já finalizaram seus contratos, serão mantidos como clientes, gerando um conflito de informações em uma possível nova captação.
3. O **GRJ** não integrará novas API's.

1.2.4 Benefícios do produto

Número de ordem	Benefício
1	Centralização das informações em um único banco de dados
2	Armazenamento do histórico de captações
3	Análise ágil dos trabalhos de captação feitos pelos assessores e gerentes
4	Organizar e integrar planilhas já existentes
5	Melhorar comunicação e organização entre assessores e gerentes

1.3 Materiais de referência

Número de ordem	Tipo do material	Referência bibliográfica
1	Entrevista	Ata de entrevista, que podem ser conseguidas com a secretaria da Devs do Pátio Azul
2	Manual	Manual de Usuário do Finance 98.
3	Padrão	Metódio Prudente. <i>Manual de Processos de Software</i> . RT – UHI - 015/2000.

1.4 Definições e siglas

Número de ordem	Sigla	Definição
1	CRM	Software de gerenciamento de relacionamento com o cliente, usado durante a prospecção

1.5 Visão geral deste documento

De acordo com o Padrão para Especificação de Requisitos de Software, o conteúdo do presente documento foi distribuído conforme as partes abaixo.

Parte 2: Descrição geral do produto

Parte 3: Requisitos específicos

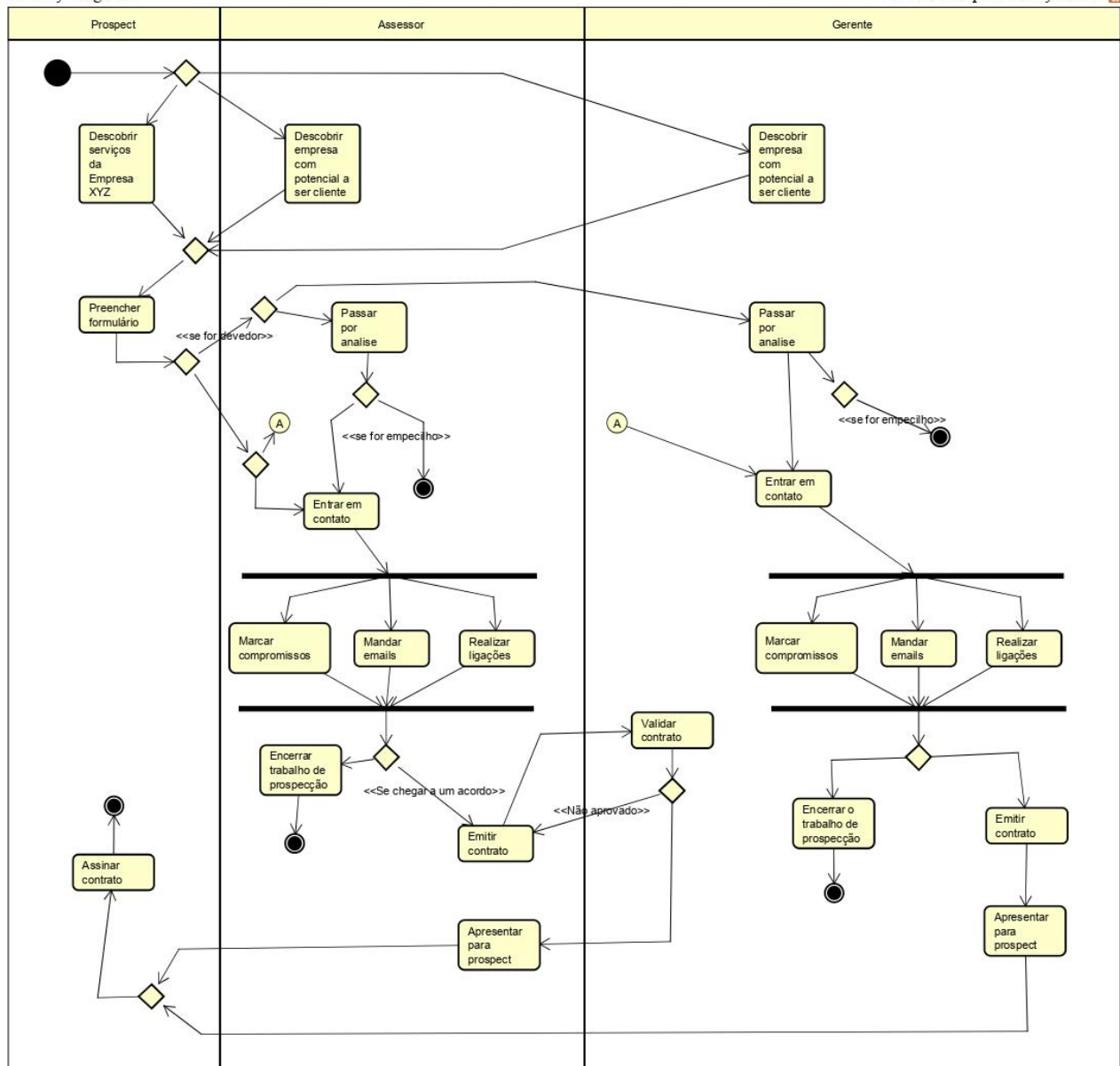
Parte 4: Apêndice

2 Descrição geral

2.1 Mapeamento do principal processo de negócio

Activity Diagram0

2023/05/01 powered by Astah



3 Requisitos do Software

3.1 Requisitos Funcionais

Ident.	Nome	Sumário	Ator
RF01	Manter cadastro de prospect	O caso de uso é responsável por cadastrar o prospect no sistema	Gerente e/ou assessor comercial
RF02	Alterar contrato	O caso de uso é responsável por alterar o contrato de serviço	Gerente e/ou assessor comercial
RF03	Importar planilhas	O caso de uso é responsável por importar planilhas existentes	Gerente e/ou assessor comercial
RF04	Sinalizar status de dívida	O caso de uso é responsável por sinalizar que um prospect tem dívidas com outro cliente/prospect da XYZ	Gerente e/ou assessor comercial
RF05	Gerar lembretes de compromisso	O caso de uso é responsável por criar lembretes de compromissos	Gerente, assessor e diretor comercial
RF06	Realizar agendamentos	O caso de uso é responsável por fazer agendamentos de compromissos	Gerente e/ou assessor comercial
RF07	Emitir contratos	O caso de uso é responsável por emitir contratos de serviço	Gerente e/ou assessor comercial
RF08	Emitir relatórios	O caso de uso é responsável por emitir relatórios	Diretor, gerente e assessor comercial
RF09	Distribuir prospects	O caso de uso é responsável por distribuir os prospects para captação	Gerente comercial
RF10	Registrar início da prospecção	O caso de uso é responsável por guardar o início do trabalho de prospecção	Gerente e/ou assessor comercial
RF11	Registrar término da prospecção	O caso de uso é responsável por guardar o fim do trabalho de prospecção	Gerente e/ou assessor comercial
RF12	Alertar sobre validação de contratos	O caso de uso é responsável por enviar alertas sobre contratos que precisem de validação	Gerente comercial
RF13	Liberar processo de captação	O caso de uso é responsável por antecipar uma nova tentativa no processo de captação.	Gerente comercial
RF14	Alertar tempo de contato dos prospects	O caso de uso é responsável por informar quanto tempo um prospect está sem contato de um captador.	Gerente comercial
RF15	Visualizar trabalhos de captação	O caso de uso é responsável por visualizar o trabalho de captação dos captadores em uma filial.	Gerente e diretor comercial

RF16	Verificar status de ex-cliente	O caso de uso é responsável por verificar se o prospect já foi um cliente	Gerente e/ou assessor comercial
------	--------------------------------	---	---------------------------------

3.2 Regras de Negócio

Ident.	Descrição	Req. Funcional
RN01	Cada captador atua no estado de sua filial.	RF01 e RF10
RN02	A captação de empresas localizadas em cidades onde a XYZ não possui filiais, pode ser feita por qualquer filial da empresa.	RF01 e RF10
RN03	Registrar o meio de descobrimento do prospect, CNPJ, razão social, nome fantasia, endereço (Estado e cidade obrigatórios), quantidade de filiais, regiões das filiais, áreas de atuação, faturamento anual, pessoas e canais de contato (como e-mail), meio de contato preferido, situação de inadimplência, percentual de inadimplência e informar se o prospect está envolvido com outras empresas de cobrança	RF01
RN04	Todos os contratos feitos pelos assessores devem ser aprovados pela gerência.	RF07 e RF12
RN05	Se, após um período de tempo, o mesmo ou outro assessor quiser fazer um novo trabalho de captação com um prospect, a captação poderá ocorrer, contanto que seja após, no mínimo, três meses depois do término da captação anterior, a não ser que o gerente comercial autorize o novo trabalho de captação antes desse período de tempo, apresentando um motivo para liberação.	RF09
RN06	O diretor pode emitir relatórios de: percentual de sucesso do processo de captação de todas as filiais; de quanto tempo um prospect está sem contato; o andamento do trabalho de captação (para um, vários ou todos os prospects); no que o assessor está trabalhando.	RF08
RN07	O gerente pode emitir relatórios de: sucesso do processo de captação de sua filial; status dos prospects e quais assessores respondem por eles	RF08
RN08	O assessor pode emitir relatório de sucesso do próprio trabalho de captação	RF08
RN09	Caso um assessor ou um gerente comercial tenha sucesso na captação de uma empresa que possui filiais em outros estados que tenham ou não filiais da empresa XYZ, esse assessor ou gerente terá prioridade na captação das demais filiais.	RF09 e RF10
RN10	Em caso especiais como demissões e extensas licenças de saúde, o gerente comercial pode distribuir os prospects de um captador para os outros da filial.	RF09
RN11	O gerente tem acesso aos processos de captação de toda a filial, enquanto o assessor tem acesso apenas aos seus próprios prospects	RF15
RN12	Quando o prospect assina o contrato, vira cliente e encerra o trabalho de captação.	RF11
RN13	Apenas um captador pode trabalhar um prospect de forma simultânea.	RF01

RN14	Deverá informar se o trabalho de prospecção foi um sucesso ou insucesso, sendo o último caso acompanhado de um feedback	RF11
RN15	Há um padrão de contrato para cada serviço que a empresa presta, mas o assessor tem flexibilidade para fazer alterações.	RF02

3.3 Requisitos Não Funcionais

Ident.	Descrição
RNF01	Um prospect só pode ter um captador simultâneo.
RNF02	O prazo para entrega do software será até o final de julho de 2023.
RNF03	Para definição de orçamento, deverá ser realizada uma reunião para apresentação de proposta por parte dos desenvolvedores.
RNF04	O sistema de captação deverá integrar o sistema de cobrança da empresa XYZ. Porque é nesse sistema que tem os dados dos assessores, dos gerentes, da filial e do cliente em si.
RNF05	Deverá ser uma aplicação Web que será acessada pela matriz e por todas as filiais
RNF06	A comunicação entre prospect e assessor/gerente pode ser feita por telefone, e-mail e se o cliente em potencial aceitar, Whatsapp.
RNF07	É preciso ter uma interface minimalista, sóbria e com cores predominantemente branco e azul.
RNF08	Período para manutenção do software, preferencialmente, entre às 23 horas até às 7 horas.
RNF09	O software precisa de um banco de dados unificado.

Apêndice – Entrevista

Data da Entrevista: 17/04/23

Local: CEFET/RJ

Responsável pela informação (Nome/Função/Departamento): Carmen Lucia Asp de Queiroz / Diretora Comercial / Empresa XYZ

Desenvolvedore(a)s (Nome): Edgar Rodrigues de Athayde Pinto
João Victor Vaccari de Lima Motta
Pedro Camilo de Souza

Finalidade da entrevista
Entender as necessidades que a empresa XYZ tem para requerer um CRM personalizado, sua estratégia do funil de vendas e qual o foco o CRM encomendado deve seguir.

Pesquisa realizada para elaboração das perguntas para a entrevista
MOREIRA, Bruna. O que é e como desenvolver um Funil de Vendas? 21 de jul. de 2018. Disponível em: < https://rockcontent.com/br/blog/funil-de-vendas/ >. Acesso em: 15 de abr. de 2023.
CURVELO, Rakky. Como desenvolver um CRM personalizado com o custom objects da HubSpot? 10 de ago. de 2022. Disponível em: < https://br.hubspot.com/blog/service/crm-personalizado-custom-objects >. Acesso em: 14 de abr. 2023.
SOUTO, Rodrigo. O que é CRM? Saiba tudo sobre Gestão de Relacionamento com o Cliente. 23 de jun. de 2020. Disponível em: < https://br.hubspot.com/blog/service/software-de-crm >. Acesso em: 14 de abr. 2023.
CONTEÚDOS JURÍDICOS. Marketing jurídico: Quais as vantagens de usar CRM? 16 de dez. de 2022. Disponível em: < https://blog.advbox.com.br/marketing-juridico-quais-as-vantagens-de-usar-crm/ >. Acesso em: 14 de abr. 2023.
INFANTE, Jessica. Veja como qualificar os leads da sua empresa. 2 de jan. de 2023. Disponível em: < https://br.hubspot.com/blog/sales/qualificar-leads >. Acesso em: 14 de abr. 2023.
RESULTADOS DIGITAIS. Captação de clientes: saiba o que é e veja 5 dicas práticas de como fazer. 4 de jun. de 2021. Disponível em: < https://resultadosdigitais.com.br/vendas/captacao-de-clientes/ >. Acesso em: 15 de abr. de 2023.

Perguntas elaboradas durante a entrevista	
P01	Qual era a ferramenta utilizada na empresa até então para lidar com a captação dos clientes?
R01	Eram utilizadas planilhas do Excel.
P02	Quais são os objetivos e metas da XYZ ao implementar um software de CRM?
R02	Organizar e integrar as planilhas contendo as informações do cliente, sinalizar os prospects e por quem eles estão sendo captados e com isso, passar a imagem de uma empresa mais organizada
P03	Como você espera que o software se integre com outros sistemas ou ferramentas que a XYZ utiliza? Integrações com sistemas como o de e-mail, o de gestão de documentos e o de calendários.
R03	Que, principalmente, integre com o sistema de cobranças da empresa, que serve tanto para a cobrança amigável quanto a judicial, porque é nesse sistema que tem os dados dos assessores, dos gerentes, da filial e do cliente em si, já que a ideia do prospect ser trabalhado na captação, é que se torne um cliente, então quando este firmar o contrato, seja de cobrança amigável ou judicial, lembrando que uma cobrança amigável possa virar judicial, seja utilizado o mesmo cadastro da prospecção
P04	Quais são as necessidades específicas da equipe de marketing, em relação ao software, para a sua empresa?
R04	Não há uma equipe de marketing e não vemos necessidade para uma num futuro próximo.
P05	Qual a estratégia utilizada para atrair novos clientes?
R05	Por vezes, o cliente nos acha na internet e busca a empresa no site, outras o assessor pode ir conhecer a empresa que tenha potencial a se tornar cliente. Após o contato, buscamos apresentar os serviços que a empresa oferece, a carteira de clientes, o setor de cobrança, o setor jurídico, levando prospects para visitarem a nossa empresa e os apresentando a forma como trabalhamos.
P06	Como a XYZ pretende utilizar o CRM para gerar leads?
R06	-----
P07	Após gerar, como o software poderá auxiliar na nutrição dos leads [de prospects]?
R07	Com lembretes aos compromissos, nossos assessores precisam entrar em contato constantemente, tanto com e-mails ou ligações como visitas e reuniões presenciais
P08	Como as estratégias de prospecção deverão ser implementadas no software?
R08	Esperamos que o software possibilite o cadastro de um prospect, que sinalize quando algum assessor ou gerente inicie o trabalho, de forma que não permita mais de um fazer o trabalho de captação, e com isso, que possibilite o agendamento de várias coisas, como visitas, agendar emails e então, encerrar o trabalho. Pode terminar com sucesso, no qual vão preparar um contrato que deve ser aprovado pela gerência para então ser entregue ao cliente. Assinado, o prospect vira cliente e pela integração, não precisa ser cadastrado pelo sistema de cobranças, ele já existe e

	vai ser inserido no sistema de cobranças automaticamente. Quando houver um término por insucesso, vai encerrar aquele trabalho de captação. Se, após um período de tempo, o mesmo ou outro assessor quiser fazer um novo trabalho de captação com aquele prospect, seja porque o momento do mercado fosse mais propício, ele vai poder voltar a captar aquele prospect, contanto que seja após, no mínimo, três meses depois do término da captação original, a não ser que o gerente comercial autorize o novo trabalho de captação antes desse período de tempo.
P09	Quais serão os critérios de avaliação que o CRM deverá receber para qualificar as oportunidades(leads)?
R09	Não há uma métrica para dizer se virou ou não um prospect, acaba sendo questão de bom senso do assessor ou do gerente.
P10	A comunicação entre a equipe de marketing e de vendas [os assessores e gerentes] gera algum gargalo de informações?
R10	Não há nenhum gargalo de comunicação, gerentes e assessores exercem praticamente as mesmas funções de captação, a diferença sendo que o gerente tem acesso aos processos de captação de toda a filial, enquanto o assessor tem acesso apenas aos seus próprios prospects
P11	Qual é a estratégia adotada para fidelizar os clientes?
R11	A responsabilidade que a empresa tem em relação ao sigilo e em relação aos bens dos sócios. Isso, normalmente, é o que acaba convencendo e mantendo os clientes.
P12	Que dificuldades a equipe de vendas [os assessores e gerentes] enfrenta[m] na hora de fechar os contratos?
R12	Ambos têm o mesmo nível de dificuldade em entender o que o prospect pensa. Por vezes, o percentual de honorários pode não ser tão atrativo, podem achar que o retorno não é imediato, as informações que recebe de outros sistemas. É preciso mostrar que o trabalho da empresa é um trabalho constante, que nossos cobradores se dedicam e também ajuda mostrar nosso portfólio com o feedback de outros clientes.
P13	A empresa trabalha com perfis de persona buyer? E quais são eles?
R13	Sim. Empresas de médio e grande porte que vendem para pessoas jurídicas. Então, eu quero que o meu cliente seja uma pessoa jurídica que vende para pessoa jurídica. Eu não quero fazer cobrança de pessoa física. Esse é o principal público. Não tem área, isso não faz muita diferença para a gente. Até ajuda na captação quando você diz para a Fleischmann que já tem a CEVAL, que você já tem a BASF, que você já tem a Royal, quando você mostra que você trabalha nessa área, mas isso ajuda na captação, mas não que a gente busque uma área de atuação da empresa. Na verdade, o que a gente busca sempre são as empresas de médio e grande porte que vendam para empresas e que tenham um faturamento, isso já está ligado, normalmente, ao fato dela ser médio e grande porte, ela tem um faturamento condizente com isso.
P14	Quais seriam os problemas para atrair novos clientes e para retê-los?
R14	Com a falta de controle das planilhas, muitas vezes o mesmo prospect era captado, por descuido, por dois assessores, sem que

	um soubesse que o outro estava captando esse mesmo prospect, o que passa uma imagem de uma empresa desorganizada. Como a empresa tem filiais, o que acontece é que cada filial tem uma planilha que podia ser acessada somente por quem é de tal filial. Cada filial trabalha no estado que se situa, ou seja, a filial de SP trabalha por todo estado de São Paulo, de Curitiba por todo estado do Paraná. Quando uma empresa de um estado que não tem filial, como por exemplo, no Amazonas, qualquer filial pode fazer a captação, e como não estão centralizadas as informações, dois assessores de filiais diferentes podiam fazer a captação.
P15	Como as informações do consumidor são alocadas e organizadas?
R15	Eram colocadas em planilhas no Excel, mas tinha também uma perda de controle sobre elas, então podiam ser armazenadas informações repetidas e um mesmo prospect ser captado por dois assessores diferentes, o que não é um cenário positivo.
P16	Sendo uma aplicação web, como o cliente vai interagir com o software?
R16	Os clientes, nem terceiros, irão utilizar o software. Será uma ferramenta apenas para os assessores, gerentes e diretor.
P17	Como captar um ex-cliente?
R17	É importante entender o porquê de ele ter deixado de ser um cliente, conseguir um feedback.
P18	O cliente tem como saber o status do contrato?
R18	Não há bem um “status” de contrato, ou assina ou não assina. Ao assinar o contrato, acabou o trabalho de prospecção.
P19	Há templates de contratos, formulários da empresa?
R19	Há um padrão para cada serviço que a empresa presta, mas o assessor tem flexibilidade para mudar algumas coisas de acordo com as necessidades do cliente.
P20	Já são especulados prazo e orçamento?
R20	Esperamos o software até final de julho de 2023, mas aguardamos o feedback dos desenvolvedores; em relação a orçamento, gostaríamos de receber uma proposta
P21	Qual é a forma de acesso?
R21	A forma de acesso será login e senha, que virá de outro sistema.
P22	Quem vai manter o cadastro dos prospects?
R22	O assessor ou gerente que estiver fazendo a captação.
P23	Nos casos em que um assessor, com prospects ativos, for desligado da empresa ou entrar em licença, como que lidam com esses prospects?
R23	O gerente distribui os prospects para outros assessores, não passa tudo para um só assessor. Em caso de licença, faz análise se aquele prospect volta a ser captado pelo assessor original
P24	Quem pode emitir/acessar relatórios?
R24	O assessor, gerente e diretor, de acordo com seu nível de visão.
P25	Que relatório os diretores gerais podem pedir?
R25	Relatório de percentual de sucesso do processo de captação, de quanto tempo um prospect está sem contato, o andamento do trabalho de captação (para um, vários ou todos os prospects), no que o assessor está trabalhando. Era muito comum do gerente

	querer conferir se o assessor estava de fato trabalhando ou querendo “mostrar serviço”.
P26	O percentual de sucesso é de que?
R26	Depende de quem está emitindo, o assessor vê o do próprio trabalho, o diretor ou gerente vê o da filial e somente o diretor vê de todas as filiais
P27	Que documento é emitido, e por quem?
R27	O único documento é o contrato, emitido pelo assessor ou pelo gerente, sendo que o assessor emite após a aprovação do gerente
P28	Quais informações vocês coletam dos possíveis clientes?
R28	Dos possíveis clientes? Bem, é importante que a gente conheça os dados cadastrais da empresa, né. CNPJ, razão social, nome fantasia, endereço, área de atuação, faturamento anual. Nem sempre a gente tem tudo isso quando começa um trabalho de captação. Se você tá olhando, fazendo a captação, por exemplo, baseada em um catálogo, esse catálogo, normalmente, já traz essas informações, mas, às vezes, a captação começa a acontecer porque um assessor comercial passou numa rua, viu uma empresa, acho que aquela empresa poderia ser interessante para ele trabalhar e aí a única coisa que ele sabe sobre a empresa é o endereço da empresa e, de repente, o nome fantasia, né, e ele vai correr atrás dos dados, mas um cadastro, vamos dizer assim, mais completo seriam esses dados que eu falei. Pessoa de contato da empresa, e-mail, telefone, tá?
P29	Como será feita a troca de prospect entre assessores?
R29	Será feita só e somente em casos de desligamento ou de licença médica, fora isso, não se tirar prospect de assessor, dá guerra.
P30	Quais os prazos nos processos de prospecção?
R30	Ficará a critério do gerente. Receberá o relatório com o status dos prospects e quais os assessores respondem por eles. Não receberá alertas em relação a inércia dos prospects
P31	Como será feita a captação de ex-clientes devedores?
R31	Quando for cadastrar um cliente deve haver uma verificação se ele já foi um cliente, e se foi, verificar o status dele. Não havendo importação de nenhum dado, apenas consultas e exportações.
P32	Quais serão os atores do software e suas respectivas funções?
R32	Diretor comercial, gerente comercial e assessor comercial. Só o departamento comercial. Quem trabalha realmente na captação? Porque o diretor só quer ver o resultado. Só quer fazer consultas de percentual de sucesso de captação no mês, quantos prospects estão sendo trabalhados no momento. A visão do diretor é essa, ele não mexe na parte de captação, propriamente, ele quer visualizar o andamento por assessor, por filial, ele quer de um prospect em especial. O gerente comercial e o assessor comercial fazem o trabalho de captação. E aí, eles vão querer cadastrar o prospect, querer iniciar um trabalho de captação, vão querer agendar compromissos, seja uma data tal tenho que enviar portfólio da empresa por e-mail ou impresso, seja lá o que for que ele ache mais interessante, eu tenho uma visita agendada, é importante que esses compromissos que o captador possa determinar que ele quer receber uma notificação um dia antes, dois dias antes. Precisa ser bem flexível porque ele pode querer e,

	para cada situação, ele quer estabelecer um prazo diferente. Então, ele precisa registrar todos os contatos, precisa saber que mandou um e-mail dia tal, eu preciso saber que eu mandei entregar um material na empresa no dia tal, que eu fiz uma visita no dia tal e o feedback disso tudo até que se termine o trabalho de captação com sucesso ou sem sucesso.
P33	O sistema vai precisar de compatibilidade com algum outro sistema dentro da empresa?
R33	Da própria empresa? Sim. Por que o que que acontece? A gente já, eu diria que o carro-chefe da nossa empresa é o trabalho de cobrança. Por mais que a gente também ofereça serviço de cobrança, consultoria, o carro-chefe é a cobrança. Seja a cobrança amigável ou a cobrança judicial e a gente já tem sistema de cobrança, tanto para cobrança amigável, quanto para a cobrança judicial. E todos os dados de assessor, de filial, de quem é o gerente de qual filial, o cliente em si, né, porque a ideia é que ele esteja sendo trabalhado na captação e quando ele for realmente firmar um contrato, ele vire realmente um cliente, seja da cobrança judicial ou da cobrança amigável, é um cadastro só, né, porque até porque, muita das vezes, a cobrança sai de uma cobrança amigável e vai para um judicial. Então, a gente precisa ter essa integração para não ter duplicidade de cadastro de filial, de assessor, né, ok?
P34	O sistema terá acesso aos devedores?
R34	Sim, caso o prospect seja um devedor de algum cliente da XYZ. Isso não inviabiliza a captação, mas é necessário que a empresa esteja ciente das situações.
P35	O programa vai ter algum tipo de acesso remoto, por usuários simultaneamente?
R35	Precisa ser um sistema Web e todas as filiais precisam ter acesso. Matriz e filiais precisam ter acesso.
P36	Na questão de banco de dados, como será implementado?
R36	Em relação ao banco de dados, é necessário o contato com a equipe de TI da empresa, para utilizar o mesmo banco, aspectos de segurança também deverão ser alinhado com a equipe de TI. É necessário ter um sistema de segurança forte, pois os dados são sensíveis.
P37	Quais funções o software ficará responsável?
R37	Há a necessidade de um sistema que marque reuniões, faça agendamentos e avise os usuários sobre seus compromissos.
P38	E se o prospect for um devedor?
R38	É feita uma verificação por parte do sistema e é avisado ao assessor, e cabe ao assessor analisar se o perfil do devedor será um empecilho.
P39	Há algum feedback em relação ao processo de captação?
R39	Seria bem-vindo. O assessor informaria o insucesso e o colaborador mais adequado buscaria uma forma de contato para ter o feedback do processo deste prospect que não foi convertido.
P40	Como deverá ser feita a comunicação com os clientes em potencial?
R40	A comunicação pode ser feita de várias formas: telefone, e-mail, se o cliente em potencial aceitar, Whatsapp. É importante que as coisas mais formais ficassem por e-mail, mas nada impede de

	você entrar em contato com o prospect, se ele aceita comunicação por Whatsapp, você pode trocar mensagens com ele, mas isso não pode ser o canal oficial.
P41	Como seria a interface gráfica do software?
R41	Em relação a interface, é preciso ter uma interface minimalista, sóbria e com cores predominantemente branco e azul. Dever ser uma interface web responsiva
P42	Como a empresa deseja acompanhar o progresso da captação de clientes e avaliar a eficácia do sistema?
R42	É muito importante que o gerente consiga visualizar como o trabalho de captação tá sendo feito porque imaginem que um assessor ganancioso vai cadastrar dez mil prospects, vai iniciar o trabalho de cobrança com os dez mil e não vai dar conta dos dez mil. Mas, a partir do momento que cadastrou e disse que começou o trabalho de cobrança, ele travou aquele prospect, nenhum outro assessor pode trabalhar. Então, tem que ter um acompanhamento, de repente, o gerente tem que conseguir informações do sistema para saber quanto tempo um prospect está sem receber contato. Pode ter um motivo, por exemplo, quem decide saiu de férias. Então, não é porque está sem contato há duas semanas que o assessor não está fazendo um bom trabalho, não é isso. Mas o sistema precisa alertar o gerente porque senão os assessores começam a pegar aqueles que eles acham que são bons clientes em potencial para ele e trava o trabalho dos outros. Então, o gerente tem que ter como visualizar quanto tempo um prospect que está sendo trabalho está sem contato.
P43	Como é a validação do contrato a ser assinado pelo prospect?
R43	Quem está responsável pelo prospect gera um contrato que será validado pelo gerente, e então o contrato será enviado para que seja assinado pelo prospect, após assinatura, o assessor vai colocar no sistema que o contratado é um cliente. Essa validação deve estar no software, o sistema tem que avisar ao gerente que há um contrato esperando validação.
P44	Se for possível alterar os dados do prospect, quem poderia fazer isso? O gerente ou o assessor?
R44	Quem tá trabalhando aquele prospect pode alterar.
P45	Excluir também?
R45	Excluir não. Ele pode alterar. Agora eu descobri que tem mais esse e-mail, tem mais esse telefone, que tem mais esse contato, a empresa mudou desse endereço para o outro, isso ele pode alterar à vontade.
P46	Qual período seria o adequado para a manutenção?
R46	Preferencialmente entre às 23 horas até às 7.