

André Alexandre (114143), Luís Sousa (108583), Tomás Oliveira (113939), José Santos (112909), Gabriel Monteiro (107987)
Versão deste relatório: **2024-04-08**, v1.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

1	
1	Introdução¹
1.1	Sumário executivo ¹
1.2	Controlo de versões ²
1.3	Referências e recursos suplementares ²
2	Contexto do negócio e oportunidades²
2.1	Promotor e áreas de atuação ²
2.2	Impulso para a mudança (oportunidade) ³
2.3	Transformação digital e (novas) formas de geração de valor ³
2.4	Principais objetivos ³
3	Definição do produto⁴
3.1	Posicionamento do produto ⁴
3.2	Funcionalidades principais ⁴
3.3	Âmbito inicial e incrementos subsequentes ⁴
3.4	Perfis dos <i>stakeholders</i> ⁵
3.5	Limites e exclusões ⁵

1 Introdução

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 Foot+ para melhorar a experiência de apoio ao cliente reduzindo os custos de mão de obra e aumentar a eficiência do atendimento ao cliente através de um chatbot para o cliente ter as suas dúvidas esclarecidas. Assim, a Foot+ pretende ser pioneira na sua área oferecendo a todos os seus clientes a melhor experiência possível.

A Foot+ atua na área do desporto e visa transformar a forma de interação com os clientes através desta nova plataforma

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 Foot+ em resposta a uma necessidade de melhorar a experiência de qualquer adepto, reduzindo as dificuldades que tal possa ter no que toca à compra dos bilhetes a um preço justo. Além disso, a Foot+ espera diferenciar-se de todos os outros sites de vendas de bilhetes por oferecer funcionalidades e parcerias de “outro campeonato”.

A Foot+ que atua na área da bilhética futebolística visa agora, com o novo sistema, transformar a forma como os adeptos conseguem comprar os bilhetes, oferecendo uma plataforma simples e com uma língua única, oferecendo um atendimento ágil e personalizado que refletirá positivamente a empresa ao tornar o processo da compra de bilhetes em algo mais eficiente e barato. A ideia proposta tem em conta a implementação de uma inteligência artificial num chatbot que se enquadra na transformação digital e permitirá a Foot+ destacar-se em todas as áreas possíveis oferecendo assim um serviço único e inovador gerando a maior satisfação dos clientes e consequente aumento de vendas e fidelização.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: Acesso a jogos de elevada procura de uma maneira simples, marcação de tours para entender a cultura do clube e cidade e um chatbot com acesso a uma inteligência artificial que oferece um atendimento aos clientes 24/7.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto pesquisou extensamente websites de vendas de bilhetes e os sites dos próprios clubes. Além disso também foram consultados fãs de futebol para obter as suas mais sinceras opiniões sobre este assunto.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
08/04/2023	Luís Sousa	Realização dos pontos 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2, 3.5
08/04/2023	Gabriel Monteiro	Realização dos pontos 3.3, 3.4 e Introdução

1.3 Referências e fontes

A equipa responsável pelo desenvolvimento da Foot+ recorreu a diversas fontes de maneira a desenvolver a sua visão incluindo a pesquisa sobre diversas maneiras e websites sobre vendas de bilhetes tal como uma entrevista com um amante de futebol de maneira a conhecer a sua opinião sobre a exclusividade no futebol.

2 Contexto do negócio e oportunidades

2.1 Promotor

O nosso promotor é a Foot+ que está a investir na inovação da área na plataforma digital. A plataforma atua na compra de bilhetes a nível nacional tal como a nível internacional de uma maneira simples e clara.

A Foot+ tem parcerias com diversas ligas europeias de modo a trazer ao adepto a melhor diversidade de escolhas no que toca ao mercado europeu.

Como os estádios de hoje em dia não têm capacidade de receber todos os fãs de futebol muitos destes ficam desiludidos por não conseguirem arranjar bilhetes mais cedo, seja pelas grandes filas, pela barreira linguística ou até mesmo pela falta de bilhetes.

Assim a Foot+ desenvolveu uma diversidade de opções para qualquer adepto. Para além disso também foi desenvolvida uma Inteligência Artificial incorporada num chat que ajudará o cliente a descobrir a atmosfera dos estádios que irão ser visitados.

Para não faltar nada, a Foot+ também reservou o direito de vender ingressos para visitar estádios e os seus respetivos museus de maneira ao adepto se rodear da cultura do clube de maneira a levar essa emoção para as bancadas e dar o seu melhor no apoio à equipa.

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

Hoje em dia, com a evolução das redes sociais e da digitalização dos clubes, o futebol tem chegado mais facilmente a todos os cantos do mundo cativando milhares de novos olhares todos os dias.

Com a ideia de dar uma oportunidade igual a todos a Foot+ decidiu criar uma plataforma digital sem qualquer limitação à aquisição de bilhetes algo bem recebido pelo público geral e, graças às parcerias com as grandes ligas europeias foi possível manter os benefícios que os sócios dos clubes não os privando assim de um dos direitos que tinham desde o início.

Um dos objetivos foi tornar o futebol um desporto mais familiar visto que desta maneira certos núcleos e mercados pouco confiáveis deixaram de prometer bilhetes numa fase mais inicial à sua venda tornando assim o estádio num lugar mais seguro e cheio de energia.

Com esta ideia pretende-se a um pensamento mais aberto por parte de todos os clubes não parceiros à Foot+, uma maneira de encher o estádio de uma forma simples e eficiente pois a plataforma digital permitirá um caminho curto e simples para a aquisição dos bilhetes.

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

A ideia proposta consiste na implementação das tecnologias mais modernas para fornecer aos fãs uma verdadeira experiência futebolística no âmbito da bilhética. Esta transformação digital tem como objetivo acrescentar um valor à organização e bem estar dos adeptos dando apoio e confiança através da segurança na retenção de dados e processo de pagamento.

Através da implementação da inteligência artificial num chatbot, a Foot+ consegue esclarecer as dúvidas dos clientes de uma maneira rápida e sem intermediários na comunicação. Esta abordagem contribui para um elevado grau de satisfação dos clientes.

A possibilidade de marcação de tours também possibilita o adepto a imergir na cultura do clube conhecendo a sua história e vendo os troféus que trazem glória ao clube.

Ao fornecer estes serviços, a Foot+ pode diferenciar-se dos seus concorrentes destacando-se no mercado devido aos seus preços justos e parcerias impressionantes. A oportunidade de negócio existente no mercado do futebol está em constante crescimento e com o aumento da procura é preciso utilizar as tecnologias mais recentes de maneira a expandir mais a área e proporcionar o crescimento necessário à organização.

2.4 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
Grande parte das plataformas dos clubes não oferecem tradução de maneira a facilitar o cliente a informar-se decentemente	Fornecer a todos os clientes uma só língua mesmo nos jogos fora de Portugal de maneira a uma navegação simples ao longo da compra

Problema/limitação	Objetivo
Grande mercado de terceiros e vendas de bilhetes falsos	Reduzir estes casos dando uma oportunidade justa a todos os adeptos reduzindo assim o desespero de última hora por parte dos adeptos não sócios.
Informações relativamente aos estádios visitados	Implementação de um “ChatBot” que dirá todas as informações essenciais sobre o jogo.
Perda de exclusividade	Permitir aos sócios ver os jogos com um desconto aplicado no bilhete.

3 Definição do produto

3.1 Posicionamento do produto

Para o/a:	Os fãs do futebol
Que apresenta:	Nunca têm a oportunidade de ver a sua equipa ao estádio pois não é possível arranjar bilhetes
O produto:	Foot+ é uma plataforma de compra de bilhetes
Que:	Dá uma oportunidade igual a todos os fãs de uma forma justa abolindo assim a exclusividade que há nos dias de hoje. Para além da sua plataforma digital funciona também fisicamente de modo a agilizar os procedimentos presentes.
Ao contrário de:	Os sites de vendas de bilhetes que fazem preços absurdos ou mesmo os próprios sites dos clubes que não apresentam facilidade na compra dos bilhetes, seja por barreiras linguísticas ou até a falta do estatuto de sócio.
O nosso produto:	Irá sobressair-se mais pela disponibilização vasta de grandes jogos europeus e um chatbot que fornece toda a informação num sítio só, acabaram os dias de tradução e procuras excessivas de bilhetes, a plataforma Foot+ é rápida, clara e eficaz. Tudo o que um adepto de futebol quer num sítio só!

3.2 Funcionalidades principais

- Comprar bilhetes:
 - vão ser mostrados todos os jogos que a Foot+ conseguiu reservar
- Marcar visitas ao estádio:
 - vão ser mostrados os clubes parceiros à plataforma que disponibilizam a marcação diretamente pela nossa plataforma informática
- Atendimento ao cliente:
 - Um chatbot será utilizado para substituir o clássico atendimento ao cliente que normalmente se fazia via telefone ou email. Este Bot será capaz de esclarecer diversas dúvidas que o jovem adepto terá em relação ao jogo que se aproxima

3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

Funcionalidade	Release 1	Release 2
Compra de bilhetes	Implementação de um sistema simples com todos os jogos	

	disponíveis para compra	
Atendimento ao cliente	Implementação de um chatbot com capacidade de responder a possíveis dúvidas do cliente	Implementação de uma nova versão do chatbot com um conhecimento mais vasto sobre os jogos e o país onde ocorre.
Marcação de tours	Graças a uma parceria direta com os clubes é possível marcar tours aos estádios e museus	Expandir a parceria de maneira a disponibilizar mais estádios e as suas culturas a todos os adeptos que queiram conhecer as histórias do clube

3.4 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Motivação para o projeto/valor esperado
Clubes	Aumentar o número de adeptos presentes na sua casa dando assim o melhor ambiente possível à sua equipa.
Equipa de marketing da empresa	Criação de diferentes campanhas e eventos para atrair mais jovens adeptos a juntarem-se à grande alegria do desporto.
Clientes	Maior conforto e segurança na aquisição de bilhetes.

3.5 Limites e exclusões

Como já é normal algumas capacidades ou características esperadas pelos stakeholders poderão não ser alcançadas conforme o esperado, os bilhetes poderão esgotar conforme a dimensão do estádio mesmo dando uma oportunidade igual a todos para comprar bilhetes. Também é de notar que o chatbot poderá não ter resposta para todas as questões que serão feitas pelo cliente caso este não coopere nas mensagens. Um exemplo de tal é a omissão de informação como o jogo que será atendido num certo dia ou até a falha por parte do bot em dizer os jogos disponíveis se o cliente não fornecer a liga pretendida. Tendo estas limitações em conta, estas devem ser documentadas para evitar situações irrealistas e possíveis desapontamentos porém a empresa continuará a fornecer o máximo de bilhetes possíveis como promete melhorar constantemente o apoio ao cliente (chatbot) de maneira a satisfazer todas as necessidades dos clientes