

## **O que é necessário para o desenvolvimento de plataformas móveis?**

Como devemos lidar com a plataforma móvel? O que devemos fazer? Por onde começar? Com smartphones e tablets tornando-se o principal dispositivo de uso, quase todas as empresas estão hoje considerando essas questões. O desenvolvimento de apps móveis ou de um site móvel apresenta alguns desafios especiais. A experiência do usuário em um dispositivo móvel é fundamentalmente diferente daquela em um PC. Há características especiais em dispositivos móveis tais como serviços baseados em localização que fornecem às empresas o potencial de interagir com os clientes de novas maneiras significativas. As empresas precisam ser capazes de tirar proveito desses recursos ao mesmo tempo em que oferecem uma experiência que é adequada para uma tela pequena. Há múltiplas plataformas móveis a serem consideradas, incluindo iOS, Android e Windows 8, e uma empresa pode necessitar uma versão diferente de um aplicativo para ser executado em cada uma dessas plataformas. Você não pode simplesmente portar um site ou aplicação de um desktop para smartphone ou tablet. É um processo diferente de desenvolvimento de sistemas.

É importante compreender como, por que e onde os clientes usam dispositivos móveis e como essas experiências móveis alteram as interações e o comportamento de negócios. Por exemplo, será que os clientes que usam um app lidam com um número maior de transações por conta própria e usam menos o telefone? Será que eles passam mais ou menos tempo realizando pesquisas de produtos e compras a partir de um dispositivo móvel?

A Deckers Outdoor Corporation, controladora de marcas como UGG Australia, Teva e Simple Shoes, passou um tempo considerável estudando o comportamento móvel de seus clientes. Ela examinou a forma como os clientes usam seus dispositivos móveis enquanto realizam compras e pesquisam marcas para descobrir como os consumidores se conectariam à sua marca por meio de um canal móvel. Quando as pessoas usam dispositivos móveis, como elas pesquisam os produtos? Quais informações elas desejam sobre a marca? Elas estão à procura de informações sobre as características e as análises de produtos ou sobre a localização das lojas?

A análise de clientes da Deckers mostrou que, quando os consumidores usam dispositivos móveis dentro de uma loja da Deckers, o mais importante é a interação direta. O cliente deseja ser capaz de ver o produto em seu dispositivo móvel e ver as mesmas informações no dispositivo que essa pessoa obterá na loja, com mais algumas informações adicionais, como os comentários de outros consumidores.

A estratégia móvel envolve muito mais do que a seleção de dispositivos móveis, sistemas operacionais e aplicações. Envolve também mudanças dos processos de negócios, alterando a forma como as pessoas trabalham e o modo como uma empresa interage com seus clientes. A tecnologia móvel pode simplificar os processos, torná-los mais portáteis e melhorá-los com recursos como interfaces baseadas em toque, recursos de localização e mapeamento, alertas, mensagens de texto, funcionalidade de câmeras e vídeo. A tecnologia também pode criar processos menos eficientes ou não trazer benefícios se o aplicativo móvel não for projetado adequadamente.

A USAA, a empresa gigante de serviços financeiros que serve aos membros das forças armadas dos Estados Unidos e suas famílias, tem plena consciência da necessidade de garantir que a tecnologia móvel esteja alinhada com a necessidade dos processos de negócio do cliente e conduz reais melhorias. A empresa está usando a tecnologia móvel para refinar seus processos de negócio e fornecer maneiras mais simples e mais poderosas para os clientes interagirem com a empresa.

A USAA lançou seu site em 2007 e inaugurou sua plataforma móvel dez anos depois, com cerca de 90% de suas interações com os clientes sendo realizadas a partir desses dois canais de autoatendimento. Em 2011, a USAA atendeu 183 milhões de contatos com os clientes somente por meio do canal móvel, e espera que este seja o seu principal ponto de contato com os clientes nos próximos dois anos. A USAA tem 100 desenvolvedores móveis dedicados em codificar apps para dispositivos que utilizam os sistemas operacionais de iPhone, de iPad e Android, juntamente com

apps para BlackBerry e Windows Phone. A USAA desenvolveu um app de relatório de acidente e chamadas para smartphone, que permite aos clientes tirar uma foto e submeter um pedido diretamente do local do acidente.

O app também é capaz de enviar os dados do sistema de informações geográficas (GIS) a um serviço de reboque e exibir os serviços de locação de carros nas proximidades. Outro app móvel suporta depósitos por meio de fotografias: um cliente pode capturar uma imagem de um cheque com um smartphone e automaticamente enviá-la para o banco. O dinheiro é depositado imediatamente na conta do cliente. Esse sistema elimina o trabalho e despesas de processamento de cheques em papel, e o tempo necessário para enviar o cheque e a espera de três dias para o depósito do dinheiro. Em 2011, o USAA Federal Savings Bank processou 6,4 bilhões de dólares em depósitos utilizando esse app móvel. O app móvel também exibe extratos de empréstimos e de cartão de crédito, serviços de compra, as informações de apólice de seguro de automóveis e de residências, serviços de compra Home Circle e Auto Circle, produtos e informações de previdência, localização de caixas eletrônicos e pontos de táxi, além de recursos de comunidades que permitem aos usuários ver o que outros estão publicando sobre a USAA no Twitter, no Facebook e no YouTube.

A Markwest Energy Partners, empresa com mil funcionários em Denver, que coleta, processa e transporta produtos de petróleo e gás para refinarias, esteve presa a um processo de aprovação manual muito complicado utilizado por seus executivos que viajavam para operações de campo e que nem sempre estavam em contato com a sede da empresa.

A obtenção de um documento de autorização de despesas tornou-se um enorme gargalo que afetava a eficiência e os lucros da empresa. Em dezembro de 2011, a Markwest implantou o BlackPearl da K2, uma ferramenta de projeto visual para o desenvolvimento de aplicações orientadas por processos, e começou a suportar iPads e iPhones no campo. A empresa trabalhou com provedores de telecomunicações para instalar torres de celular perto de locais de trabalho que não tinham serviço de telefonia celular. Essa solução permitiu a Markwest automatizar fluxos de trabalho, padronizar os processos e agilizar assinaturas. Os gerentes podem agora visualizar os documentos de autorização de despesas pendentes em uma fila de tarefas, e são capazes de rever e assinar eletronicamente os documentos a partir de um computador pessoal, laptop ou um dispositivo móvel. A equipe de contabilidade da Markwest pode ver o estado de tudo a partir de um painel central.

A Markwest suporta apenas dispositivos iOS e tem uma política de uso do próprio dispositivo no ambiente de trabalho (BYOD, do inglês Bring Your Own Device). A empresa está agora procurando implantar processos de negócios móveis para outros grupos de funcionários.

Fontes:

Samuel Greengard, “Pervasive Mobility Creates New Business Challenges”, Baseline, 28 jun. 2013 e “Mobility Transforms the Customer Relationship”, Baseline, fev. 2012;

“K2 Blackpearl”, Disponível em: <[www.pinpoint.microsoft.com](http://www.pinpoint.microsoft.com)>, acesso em: 18 ago. 2013;

William Atkinson, “How Deckers Used a Mobile Application to Build Customer Traffic”, CIO Insight, 9 nov. 2011; e

“Going Mobile: A Portable Approach to Process Improvement”, Business Agility Insights, jun. 2012.

## PERGUNTAS SOBRE O ESTUDO DE CASO

1. Quais questões humanas, organizacionais e tecnológicas devem ser consideradas no desenvolvimento de aplicações móveis?

2. Como a definição dos requisitos de usuário para aplicações móveis diferem da análise de sistemas tradicionais?
3. Descreva os processos de negócios alterados pelas aplicações móveis da USAA antes e depois de elas serem implantadas.