

FACULDADE DE INFORMÁTICA E ADMINISTRAÇÃO PAULISTA
CAMPUS ACLIMAÇÃO

SPRINT - I
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - 2 SIR

Grupo: InovAção

Nome	RM
Cauã Fernandes	551765
Giovanna Vasques Alexandre	99884
Renata Almeida Lima	552588
Rick Alves Domingues	552438
Wemilli Nataly Lima de Oliveira	552301

SÃO PAULO
2024

Qual o problema da Natura que será resolvido com a sua solução

A Natura é uma empresa internacional de cosméticos com sede no Brasil e cada vez mais ativa no cenário global.

Foi fundada nos valores fundamentais de fazer as pessoas se sentirem bem consigo mesmas e de promover a valorização dos relacionamentos interpessoais. A gigante na área dos cosméticos enfrenta o desafio de manter suas consultoras engajadas e ativas em suas vendas, evitando que cheguem ao status de "Consultora Cessada" (momento em que a relação entre a consultora e a Natura é rompida). Este é um problema crítico, pois a cessação de uma consultora representa uma perda significativa de canal e relacionamento.

Nesse contexto, a empresa busca soluções tecnológicas que não apenas incentivem o engajamento das consultoras, mas também as auxiliem na alavancagem das vendas e na retenção, evitando que fiquem inativas ou cessem suas atividades.

A existência desse problema requer a criação de um ecossistema sustentável e colaborativo, onde cada consultora encontre apoio e motivação para prosperar, contribuindo para o crescimento contínuo e a vitalidade do canal de vendas da Natura.

Qual a solução idealizada (descrição geral das funções que ela entrega e tecnologia que integra)

Nossa ideia é utilizar das tecnologias e serviços já desenvolvidos pela Natura, para introduzir uma nova funcionalidade no site de e-commerce da marca que promete revolucionar o modo como os produtos são comprados e vendidos.

Nosso projeto consiste em duas etapas:

- A primeira parte, seria integrar de maneira mais eficiente o site da Natura com a loja virtual das consultoras de beleza, da seguinte forma:
 - Ao navegar no site, os clientes agora têm a opção não apenas de adicionar produtos ao carrinho, mas também de conectar-se diretamente com consultoras de beleza próximas. Além do botão de adicionar produto na sacola, um novo botão Comprar com Consultora Local permite que os clientes forneçam sua localização para descobrir consultoras que tenham o produto desejado disponível em estoque que estejam na região.
 - O usuário pode filtrar a lista de consultoras disponíveis na região e selecionar aquela que efetuará a entrega dos produtos. Dessa forma, o cliente tem uma experiência de compra personalizada, possibilidade de experimentar e receber dicas e recomendações da CB, e agora, sabe que existe uma consultora de beleza sempre por perto.
 - Esta integração facilita a compra local, economizando tempo e custos de envio para o cliente.

- Na segunda etapa, será utilizado o código da consultora para criar um sistema de “Fidelidade” entre consultor e cliente.
 - Então, além de poder comprar o produto direto com a consultora ou via loja virtual da mesma, o cliente poderia fornecer o código de uma CB no próprio site da Natura na hora de finalizar uma compra. Dessa forma, mesmo que o cliente opte por comprar o produto direto do site, ele pode fornecer o código da consultora que levou os produtos até a sua casa para que no final da compra (mesmo que não tenha comprado direto com ela) possa contribuir de alguma forma com a CB. Muito similar com aqueles “apoie um criado” presente em lojas virtuais de jogos online.

Cada consultora de beleza mantém sua "loja virtual" atualizada com seu estoque em tempo real. Os clientes podem explorar e adicionar produtos disponíveis em estoque à sua compra, que será entregue em sua residência pela CB. Essa abordagem agiliza o processo de compra e fortalece a relação entre consultoras e clientes, oferecendo um serviço personalizado e mantendo a essência da Natura nas vendas.

Com essa abordagem, as consultoras são incentivadas a manter uma presença ativa no aplicativo, sempre atualizando seus estoques. Isso não só aumenta suas chances de vendas diretas, mas também garante que os clientes sempre tenham acesso aos produtos desejados, próximos a eles.

Com essa nova funcionalidade, a Natura busca beneficiar seus clientes com conveniência e eficiência, ao mesmo tempo em que apoia suas consultoras de beleza, ajudando-as a expandir sua base de clientes e a gerenciar seus negócios de forma mais eficaz e tecnológica.

Qual o público-alvo (que vai usar/consumir a sua solução), no caso, quem será beneficiado pelas melhorias da sua solução

Nossa solução proporcionará benefícios tanto para o cliente quanto para a consultora. O cliente desfrutará da conveniência da entrega adaptada às suas necessidades e atendimento personalizado, enquanto a consultora se beneficiará com a promoção de sua consultoria no site da Natura, ampliando sua visibilidade e alcance no mercado.

Cientes da Natura:

- Consumidores que valorizam a experiência de compra personalizada e desejam receber produtos de maneira rápida, conveniente e adaptada ao seu dia a dia.
- Interessados em receber recomendações personalizadas de consultoras de beleza e em apoiar a rede de consultoras da Natura.
- Dispostos a utilizar a tecnologia para facilitar suas compras e interações com consultoras locais.

Consultoras de Beleza da Natura:

- Profissionais que desejam expandir sua base de clientes e fortalecer seu negócio.
- Interessadas em aproveitar a tecnologia para atualizar seus estoques em tempo real e proporcionar uma experiência de compra mais eficiente aos clientes.
- Motivadas a manter uma presença ativa no aplicativo da Natura e a oferecer um atendimento personalizado aos clientes.

Diferenciação competitiva da sua solução

A diferenciação competitiva dessa solução, consiste em oferecer uma experiência personalizada e localizada para os clientes, enquanto também empodera os consultores da Natura. Com a implementação dessa ferramenta, consultores passariam a ser ainda mais procurados, e consequentemente motivados a aumentar o seu vínculo com a Natura e adquirir um estoque maior de produtos. Beneficiando os clientes, que teriam uma forma mais fácil de adquirir e avaliar os produtos desejados, os consultores seriam mais empoderados e por fim, a Natura, além de aumentar suas vendas, fortaleceria suas relações com os consultores e clientes.

Avaliação da existência de produtos/soluções similares/concorrentes:

Analizamos diversas marcas e empresas no ramo da beleza, assim como outras marcas brasileiras que empregam o método de venda por consultoras. Entre elas estão Avon, Mary Kay, Hering, Jequiti, Tupperware e diversas outras. Todas essas empresas implementaram estratégias digitais para auxiliar suas consultoras e revendedoras.

Entretanto, ao fechar a compra pelo site das empresas mencionadas, a entrega dos produtos é realizada por meio dos serviços de entrega padrão da empresa, como transportadoras ou correios, e não envolve a participação física da consultora. Abaixo temos anexos do site da Tupperware onde podemos observar que não existe no momento de checkout do carrinho de compras a opção de entrega através da consultora:

Sacola

Identificação

Entrega

Pagamento

Confirmação

Ambiente Seguro

Produto	Preço	Quantidade	Total
Basic Line com Divisórias 550ml Turquesa	De R\$ 55,90 Por R\$ 39,90	- 1 +	R\$ 39,90 Remover

Entrega

Receber 1 item em 01507-020

Mais econômica
Em até 5 dias úteis

R\$ 5,71

Mais econômica
Em até 5 dias úteis - R\$ 5,71

Mais rápida
Em até 3 dias úteis - R\$ 13,62

Cupom de desconto

Adicionar

Subtotal

R\$ 39,90

Entrega

R\$ 5,71

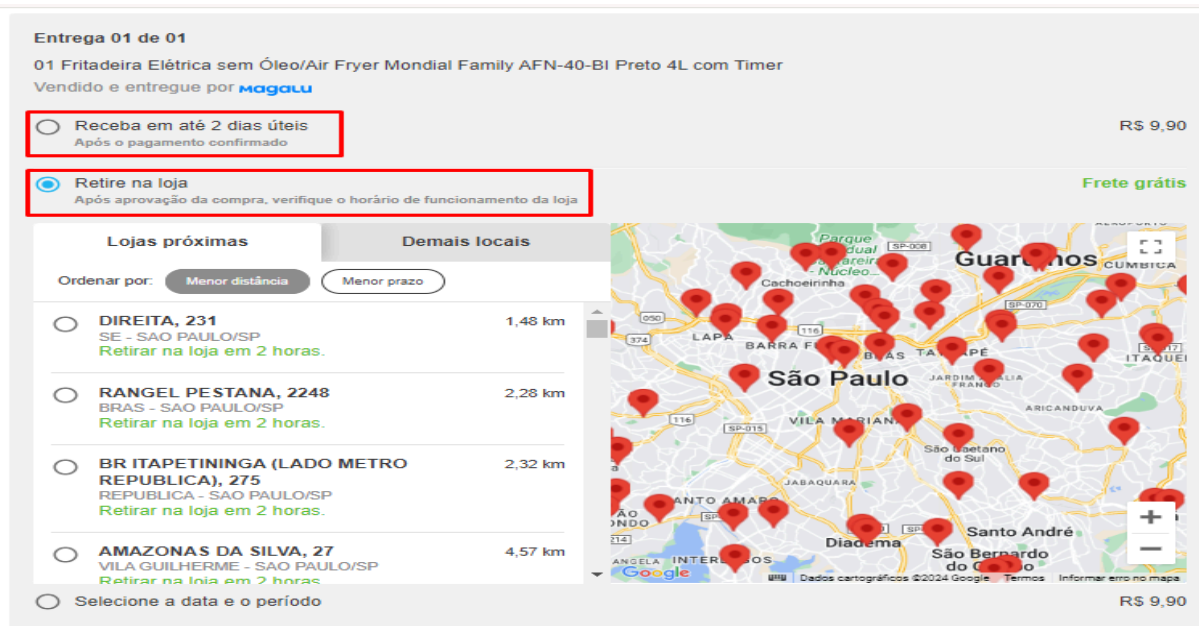
Total

R\$ 45,61

FECHAR PEDIDO

Escolher mais produtos

Além dessa primeira análise, também examinamos as principais marcas que oferecem um método de entrega parecido com o proposto pela nossa equipe, porém sem a utilização da estratégia de **consultoras**. A Magalu é uma das maiores varejistas brasileiras que disponibiliza a opção de "retire na loja" em seus sites, oferecendo uma alternativa conveniente para os clientes que desejam evitar o custo ou o tempo de espera pela entrega em domicílio. Caso eles utilizassem a solução de consultoras como método de vendas, seriam concorrentes diretos da nossa nova solução!



Ademais, nossa solução também busca atingir os clientes com a nova alternativa de fechamento de pedido através da consultora e pessoalmente em diferentes seções do site da Natura. Nós buscamos atrair o olhar do cliente para a consultoria no momento em que ele inclui o produto no carrinho, e não somente ao navegar o site (visto que essa alternativa já foi desenvolvida pela Natura). Um exemplo de pop-up que identificamos ao procurarmos soluções similares foi no site da **Hidratei**. Veja a seguir:



Destaque da aplicação de Gestão Corporativa com TI na diferenciação da solução

Nosso projeto incorpora tanto os princípios de TI Verde quanto a Política de Segurança da Informação (PSI), visando melhorar a eficiência operacional, proteger dados sensíveis e promover práticas sustentáveis em toda a plataforma de e-commerce da Natura.

- **Segurança de Dados**

A Política de Segurança da Informação (PSI) é fundamental para proteger os dados dos clientes e consultoras da Natura. Implementar medidas de segurança, como criptografia de dados e autenticação de dois fatores, ajuda a garantir a confidencialidade e integridade das informações.

- **TI Verde**

Ao integrar tecnologias, considere estratégias para minimizar o desperdício de recursos, como papel. Por exemplo, incentivando o uso de comunicações digitais em vez de materiais impressos para divulgação de produtos ou promoções.

Ao utilizar a computação em nuvem para hospedar a plataforma de e-commerce da Natura, é possível reduzir a necessidade de manter servidores físicos. Isso significa menos equipamentos de TI sendo utilizados, resultando em um menor consumo de energia.

Incorporando Gestão Corporativa com TI, nossa solução destaca-se pela integração dos princípios de TI Verde e da Política de Segurança da Informação. Ao promover eficiência operacional, proteger dados sensíveis e incentivar práticas sustentáveis, fortalecemos a plataforma de e-commerce da Natura. Isso não só protege os dados e promove a confiança dos usuários, mas também demonstra responsabilidade ambiental e posiciona a Natura como líder sustentável e inovadora no mercado de cosméticos.