

canal valor

Sprint 4

Mentoria PPL

2025

César Augusto de Fábio

🏆 OKRs Comunicados pela Presidência



🔥 OKR 1 – Crescimento de Usuários

Objetivo: Aumentar significativamente nossa base de usuários ativos no mercado nacional.

Resultados-Chave

1. Alcançar 10.000 usuários ativos mensais até o final do trimestre.
2. Reduzir a taxa de abandono no cadastro em 30%.
3. Implementar um fluxo de onboarding que gere no mínimo 80% de conclusão.



OKRs Comunicados pela Presidência



💰 OKR 2 – Receita Sustentável

Objetivo: Aumentar a geração de receita através de modelos sustentáveis dentro da plataforma.

Resultados-Chave

1. Lançar pelo menos 2 funcionalidades premium até o final do trimestre.
2. Converter 5% da base de usuários ativos em assinantes pagos.
3. Aumentar o ticket médio em 15% com upsell de serviços.

Impacto dos OKRs da Empresa no Produto



📊 **Como esses objetivos impactam diretamente o nosso produto?**

Agora as prioridades devem ser revistas para dois pilares:

- facilidade de login e acesso
- monetização

Estes pilares devem ser mantidos ao mesmo tempo em que se gera valor para o usuário.



🔍 **Quais funcionalidades precisam ser revisadas?**

A facilidade de login e acesso através de contas de outras redes sociais passa a impactar mais as tarefas. Também deve-se criar um Épico com funcionalidades de monetização em até 3 meses.

Épico 2 – Monetização

Recursos Premium

Objetivo: Monetizar através da economia de tempo

Tarefa 2.1.1: Templates de Lista

"Como comprador, quero ter acesso a modelos de lista de compras pré-configurados (como 'Lista de Supermercado' ou 'Preparativos para Festas'), para economizar tempo."

Tarefa 2.1.2: Inserção de Itens via Código de Barras

"Como comprador quero inserir itens à lista sem ter que digitar manualmente ou buscar numa lista de sugestões para economizar tempo."

Tarefa 2.1.3.: Criação de Template Customizado

"Como comprador, quero criar um modelo de lista pré-configurado, para poder comprar conforme minhas necessidades sem ter que pensar muito".

Assinatura Premium

Objetivo: Oferecer aos usuários de forma clara os benefícios Premium do aplicativo.

Tarefa 2.2.1: Tela de Compra de Assinatura

"Como comprador, quero ver uma proposta de valor clara da assinatura premium para entender os benefícios de pagar pelo serviço."

Tarefa 2.2.2: Assinatura Recorrente

"Como comprador, quero ter uma opção fácil de pagamento recorrente para não ter que me preocupar em renovar a assinatura manualmente."

Tarefa 2.2.3: Período Gratuito

"Como comprador, quero ter acesso a um período de teste gratuito para experimentar os recursos premium antes de me comprometer com a assinatura para entender se a proposta vale a pena."

Matriz de Impacto/Esforço - Épico 2



Product Backlog Priorizado

Order	Work Item Type	Title
1	User Story	User Story 1.4.1: Uso facilitado da lista de compras
2	User Story	User Story 1.4.2: Marcar Itens Facilmente
3	User Story	User Story 1.2.1: Criação de Lista
4	User Story	User Story 1.2.2: Adicionar e editar novos itens
5	User Story	User Story 1.1.1: Gerar Notificação Programada e Proativa
6	User Story	User Story 0.1.1: Criar Conta
7	User Story	User Story 2.2.1: Tela de Compra de Assinatura
8	User Story	User Story 0.1.2: Validação de Cadastro
9	User Story	User Story 0.2.1: Login e Acesso a Conta
10	User Story	User Story 0.1.3: Opções entre Métodos de Login
11	User Story	User Story 0.3.1: Editar Informações de Perfil
12	User Story	User Story 0.3.2: Excluir Conta
13	User Story	User Story 0.2.2: Recuperação de Senha
14	User Story	User Story 2.1.1: Templates de Lista
15	User Story	User Story 0.2.3: Sessão de Usuário Persistente
16	User Story	User Story 1.4.3: Compartilhar e Sincronizar Lista
17	User Story	User Story 1.3.1: Comparar Preços
18	User Story	User Story 2.2.2: Assinatura Recorrente
19	User Story	User Story 1.5.1: Análise de Economia
20	User Story	User Story 2.2.3: Período Gratuito
21	User Story	User Story 2.1.2: Inserção de Itens via Código de Barras
22	User Story	User Story 1.3.4: Lista de Lojas com Preços
23	User Story	User Story 1.3.3: Recebimento de cupons de desconto
24	User Story	User Story 1.3.2: Comparar preços entre diferentes lojas
25	User Story	User Story 1.1.2: Notificação leva a itens sugeridos
26	User Story	User Story 1.2.3: Sugestões Inteligentes de Itens

Tarefa 1.4.2: Marcar Itens Facilmente

Marcar os itens como comprados, um a um.

Formato Gherkin:

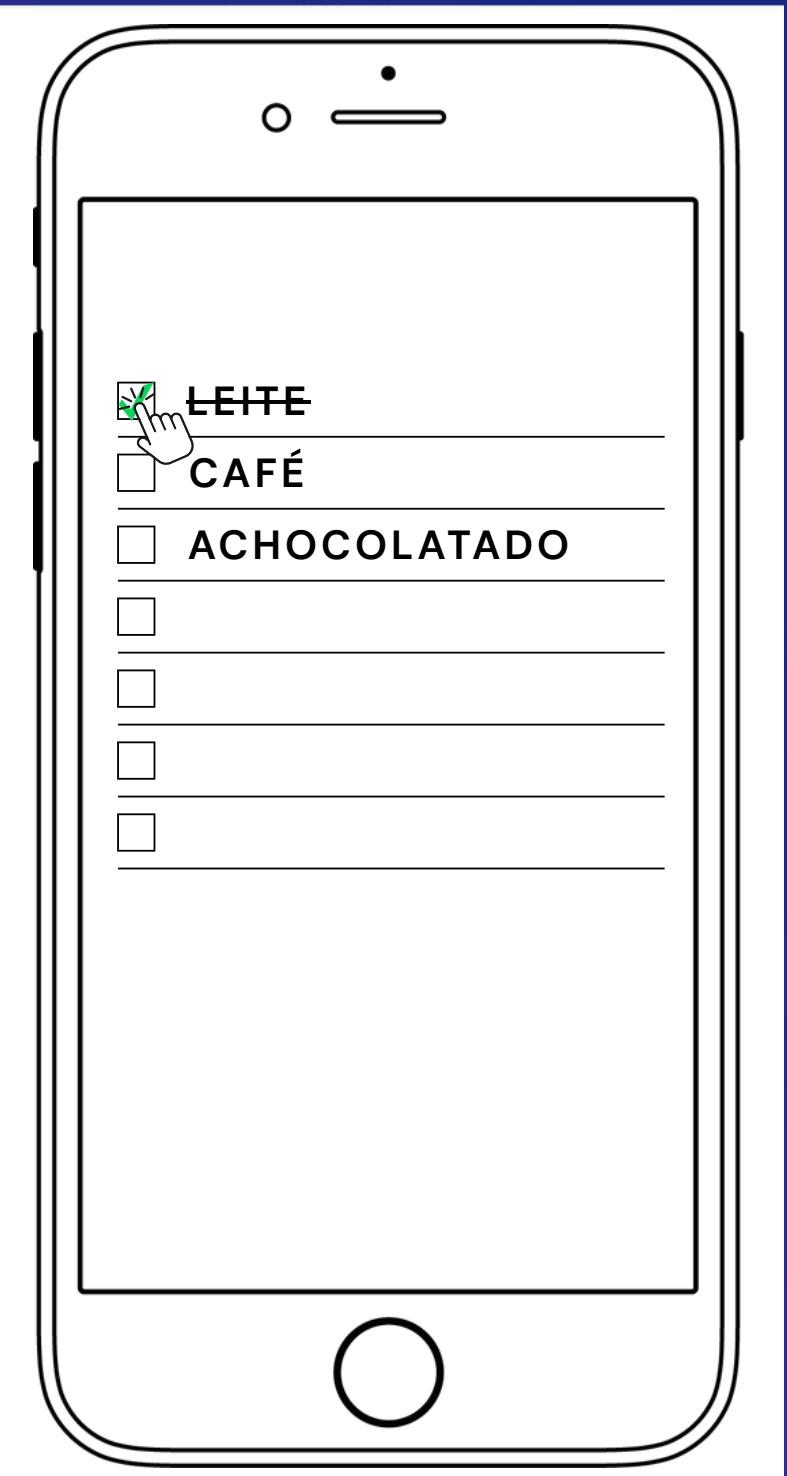
COMO comprador

QUERO marcar itens já comprados enquanto estou na loja

PARA saber o que falta comprar

Formato Sete Dimensões do Produto:

1. **Autor:** Usuário (Comprador)
2. **Ações:** O comprador clica em um item da lista ou arrasta para o lado
3. **Dados:** Itens da Lista e seus Status (Listado, Riscado, Removido). Os dados da lista e seus Status necessitam de um banco de dados (MongoDB)
4. **Controles:** Um item inserido na lista (Listado) pode ser Riscado (quando clicado em cima) ou Removido (arrastado para o lado). Itens removidos são armazenados para uma lista de itens removidos (e podem ser recuperados).
5. **Ambiente:** O comprador está na loja, interagindo com a lista no celular.
6. **Interfaces:** Tela do mobile, interface de gesto e toque.
7. **Qualidade:** A mudança de Status de cada item deve demorar no máximo 1 segundo.



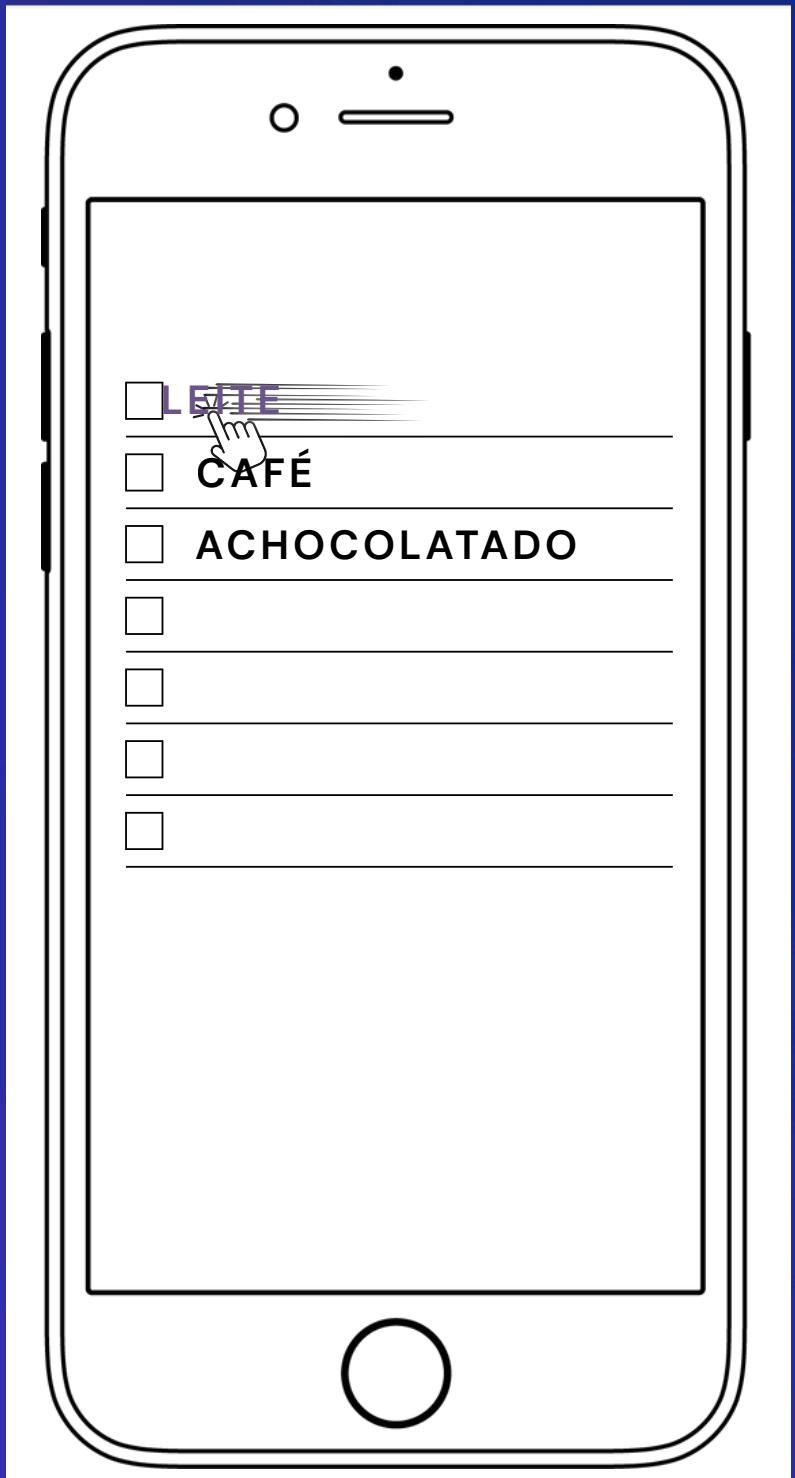
Tarefa 1.4.2: Marcar Itens Facilmente

Critérios de Aceite

1.
DADO que o comprador está ocupado com as compras
QUANDO o comprador clicar no item que acabou de comprar
ENTÃO o item será marcado como Riscado na lista, representando que foi comprado

2.
DADO que o comprador está ocupado com as compras
QUANDO o comprador arrastar o item da lista para o lado
ENTÃO o item será marcado como Removido e movido para a lista de itens Removidos

3.
DADO que o comprador possa Remover por acidente ou querer recuperar um item Removido
QUANDO o comprador acessar a lista de itens removidos
ENTÃO ele verá uma lista de removidos e poderá itens removidos na lista de itens a comprar.



Tarefa 2.2.1: Tela de Compra de Assinatura

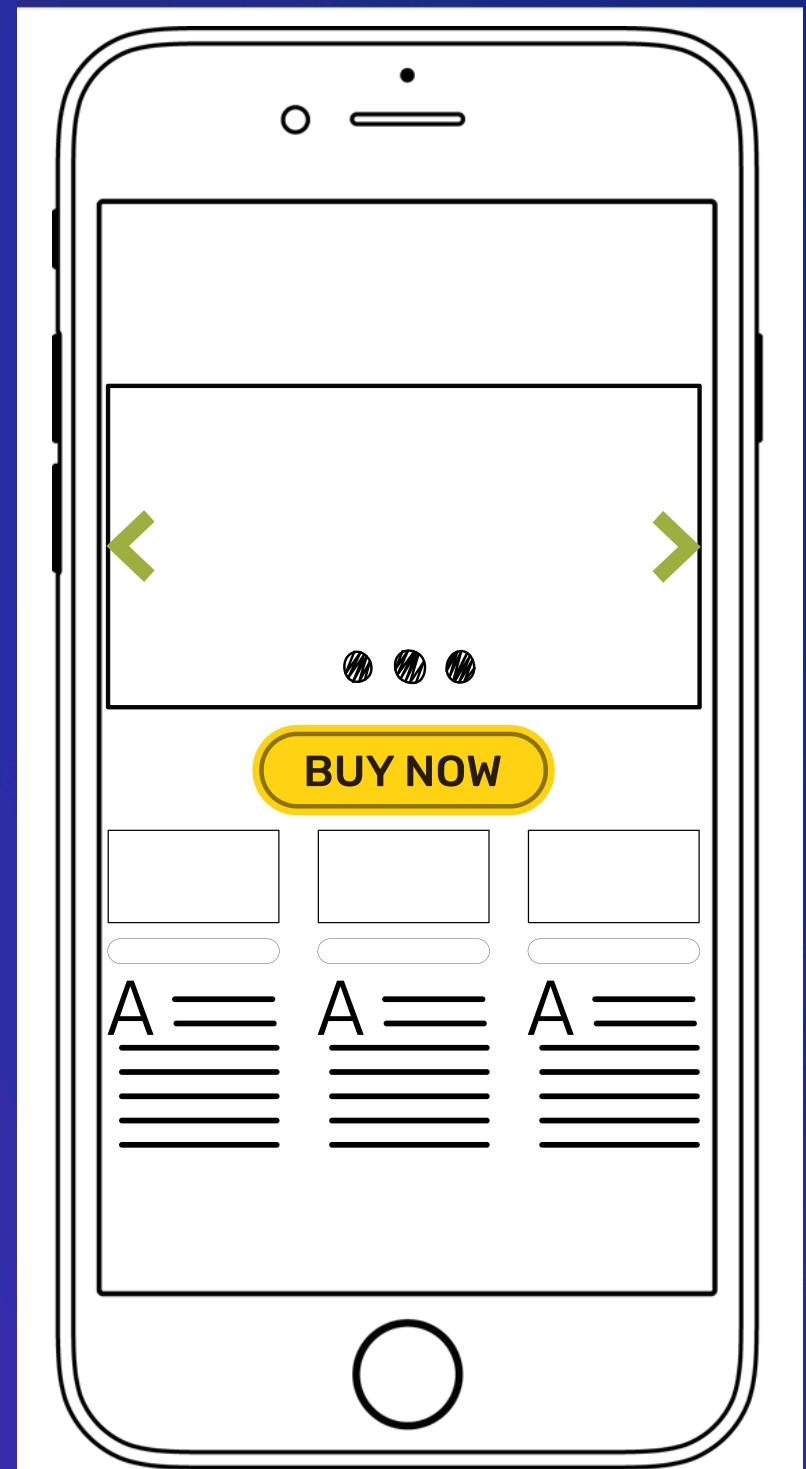
Landing Page para compra de assinatura do aplicativo.

Formato Gherkin:

COMO comprador,
QUERO ver uma proposta de valor clara da assinatura premium
PARA entender os benefícios de pagar pelo serviço

Formato Sete Dimensões do Produto:

- 1. Ator:** Usuário (Comprador), a Empresa, Plataformas de Pagamento
- 2. Ações:** O comprador acessa a tela de assinatura premium, visualiza a proposta de valor, os benefícios, o preço e as opções de pagamento.
- 3. Dados:** Proposta de valor, lista de benefícios da assinatura premium, preço, e informações de pagamento.
- 4. Controles:** O usuário pode clicar em botões como "Assinar Agora" ou "Voltar".
- 5. Ambiente:** O comprador navega no aplicativo a partir de alguma funcionalidade que exige a assinatura ou de uma seção específica sobre o plano premium.
- 6. Interfaces:** O aplicativo deve ter uma tela dedicada para a assinatura, com texto claro e elementos visuais que destaquem os benefícios.
- 7. Qualidade:** A tela deve carregar em no máximo 3 segundos. A proposta de valor deve ser clara e fácil de entender, e o processo de pagamento deve ser seguro, confiável, com muitas opções.



Tarefa 2.2.1: Tela de Compra de Assinatura

Critérios de Aceite

1.

DADO que o comprador navega para a tela de assinatura.

QUANDO a tela de compra de assinatura é carregada.

ENTÃO uma proposta de valor clara é exibida.

E os benefícios da assinatura premium são apresentados.

E o preço do serviço é visível.

E são exibidas as opções de pagamento.

E botões para "Assinar Agora" e "Voltar" estão disponíveis.

2.

DADO que o comprador navega para uma tela de uma funcionalidade Premium

QUANDO a tela carrega

ENTÃO o comprador é redirecionado para a tela de compra de assinatura.

