

Visão do produto

Conteúdos

Visão do produto.....	1
1 Introdução.....	1
1.1 Sumário executivo.....	1
1.2 Controlo de versões.....	2
2 Contexto do negócio e novas oportunidades.....	2
2.1 Caracterização da organização e área de atuação.....	2
2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade.....	2
2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor.....	3
2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema.....	3
3 Definição do produto.....	4
3.1 O conceito do produto.....	4
3.2 Principais capacidades/funcionalidades.....	4
3.3 Ambiente de utilização.....	4
3.4 Limites e exclusões.....	4
4 Referências e recursos suplementares.....	5

1 Introdução

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 desenvolvido por nós, criando uma nova empresa, em resposta à inexistência de um modelo

semelhante, assim como à situação do mercado de jogos, em que a procura tem tido um aumento constante nos últimos anos.

A GameCenter, que atua na divulgação de videojogos online, visa agora, com o novo sistema, inovar com o desenvolvimento de um sistema de aluguer de jogos.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: o aluguer de jogos, a venda de merchandising, entre outros pontos.

1.2 Controlo de versões

2 Contexto do negócio e novas oportunidades

2.1 Caracterização da organização e área de atuação

O cliente-investidor será a própria empresa, tendo em conta que seremos nós a desenvolver a plataforma. Assim sendo, a nossa área de intervenção contempla todo o projeto, excetuando a parte de criação dos videojogos, visto que este está a cargo das empresas que se associarem a nós.

2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

O contexto de mercado causador desta mudança tem origem em três fatores distintos, um recente e dois já observáveis há algum tempo: respetivamente, o novo mercado aberto pelo confinamento, uma tendência já com alguns anos de aumento do número de jogadores e a inexistência do modelo de aluguer de jogos.

Acreditamos que este é o momento certo para investir, pois o recente aumento no número de pessoas em confinamento (que assim estarão disponíveis a procurar entretenimento pela internet) cria todo um universo de possíveis clientes que terão o tempo disponível para se dedicarem aos videojogos, mas podem não estar dispostos a investir o dinheiro necessário para a aquisição do jogo, daí darmos ênfase ao modelo de aluguer.

Assim, acreditamos que conseguiremos fidelizar clientes para o futuro.

2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

Não é segredo que o mercado de venda de videojogos online está algo sobrelotado nos dias que correm. No entanto, numa inspeção mais próxima, observámos que não existia nenhum modelo de negócio baseado no aluguer de jogos, o que é um erro, pois o aluguer de jogos permite que pessoas incapazes de fazer o investimento na compra de um jogo estejam mais propensas a fazer um mais pequeno investimento primeiro, podendo depois estar mais dispostas a avançar para a compra.

Seria possível gerar valor através do valor ganho pelo aluguer e pela venda de jogos, assim como através de publicidade e merchandising associado aos jogos.

A principal inovação da nossa plataforma será o seu sistema de aluguer de jogos. Por uma fração do valor de compra do jogo, os jogadores terão a possibilidade de testar o jogo por um período limitado, tendo depois a opção de avançar ou não para a aquisição final (com direito a um desconto por se ter comprometido antes com o aluguer).

2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
Falta de jogos em fase inicial	Foco em atrair estúdios indie, que geralmente necessitam de maior publicidade, comparados com jogos de maior dimensão
Possíveis falhas de stock no respeitante ao tema do merchandising	Procurar manter algum stock, alargando o tamanho deste com o aumento de recursos da empresa e possível aumento de procura.

Objetivos do negócio
Atingir um nível de vendas suficiente para pagar os custos do investimento e posteriormente obter uma balança positiva que possamos utilizar para expandir ainda mais
Ser o serviço mais utilizado, conhecido e confiado nesta área.
Aumentar a variedade de empresas e jogos em disponíveis, expandindo assim o poder de alcance da plataforma.

3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

Para o/a:	Público que joga em computadores
Que apresenta:	Modelo de aluguer de jogos online
O produto:	Plataforma digital de venda e aluguer de jogos
Que:	Permite alugar um jogo por uma fração do valor do jogo
Ao contrário de:	O que acontece geralmente na indústria, onde a prevalência é de plataformas que oferecem apenas a venda
O nosso produto:	Permite que os clientes comprem ou aluguem jogos, sendo que o ultimo garante um desconto na compra do jogo logo após o fim do aluguer

3.2 Principais capacidades/funcionalidades

Não existe, até ao momento, uma plataforma como aquela que ponderamos oferecer, uma vez que as outras empresas de comércio de jogos oferecem, primordialmente, apenas a função de compra, sem opção de aluguer para o cliente. Devido a isso, deixam de atingir clientes que não têm a possibilidade de comprar jogos ou têm receio de adquiri-los e se arrepender, o que, portanto, faz o aluguer proporcionar uma possibilidade de angariar essas pessoas à plataforma. Para além disso, é oferecida a possibilidade de encomenda e distribuição de produtos autorizados.

3.3 Ambiente de utilização

Consideramos que, para poder maximizar o potencial da plataforma, serão necessárias algumas estruturas de apoio.

Nomeadamente, destacaríamos a necessidade de obter e manter um site para a plataforma funcionar. Acrescentaríamos também a necessidade obter um contacto para poder fazer as entregas de merchandising, assim como um armazém para guardar as mercadorias.

3.4 Limites e exclusões

L1 – O utilizador só tem acesso aos jogos se a sua idade, atributo deste, for maior ou igual a idade mínima do jogo, se houver.

4 Referências e recursos suplementares

<https://www.pwc.com.br/pt/outlook-18.html>

