

Nome do projeto: Stadiumind    Autor(a): Rodrigo Manzalli    E-mail: romanzalli@mac.com

CANVAS			
<div>Problema</div> <div>Descreva o problema do negócio</div> <div>Os torcedores de futebol são apaixonados, leais e profundamente conectados aos seus clubes. Mas fora dos dias de jogo, essa conexão se enfraquece. Não há diálogo contínuo, nem experiências personalizadas, nem um verdadeiro senso de pertencimento além das quatro linhas. Os torcedores enfrentam dificuldades para encontrar os melhores lugares, se manter atualizados ou se sentir recompensados por sua lealdade. É essa lacuna que estamos fechando. Os torcedores se sentem desconectados do clube fora dos dias de jogo; Falta de interação contínua e personalizada com o estádio e o time; Dificuldade para encontrar e reservar os melhores assentos; Poucas experiências digitais realmente recompensadoras para os torcedores mais fiéis.</div>	<div>Como resolver SEM AI</div> <div>Descreva o processo atual e solução</div> <div>O processo atual para resolução do problema geralmente envolve esforços esporádicos de marketing, como campanhas promocionais em redes sociais ou newsletters. Estas ações são puramente transacionais e não criam um diálogo contínuo. Um método não baseado em AI para resolver o problema seria implementar um programa de fidelidade que recompensasse os torcedores mais leais com vantagens como acesso antecipado a ingressos, descontos em produtos do clube e convites para eventos exclusivos. Contudo, essa abordagem ainda careceria de personalização e dado em tempo real.</div>	<div>Como resolver COM AI</div> <div>Descreva a solução AI by design</div> <div>Um método utilizando AI desde a concepção da solução envolveria o desenvolvimento de uma plataforma interativa baseada em machine learning que proporcionasse um engajamento contínuo e personalizado. Essa plataforma poderia analisar dados de comportamento do usuário para oferecer recomendações personalizadas de eventos, assentos e promoções, além de implementar chatbots para interação instantânea com os torcedores. A AI poderia também ser utilizada para prever quais torcedores estão em risco de se desconectar e implementar ofertas direcionadas para reengajá-los.</div>	<div>Para quem?</div> <div>Descreva as personas</div> <div>As personas a serem atingidas incluem: 1) Torcedores apaixonados e leais que frequentam regularmente os jogos, mas buscam experiências mais ricas fora do estádio; 2) Torcedores casuais que assistem a jogos esporadicamente e estão abertos a se engajar mais com o clube; 3) Jovens torcedores que utilizam plataformas digitais para interagir e consumir conteúdo; 4) Pais que procuram maneiras de envolver seus filhos no universo do futebol e do clube.</div>
<div>Dados</div> <div>Liste dados e fontes</div> <div>Os dados e fontes utilizados incluem: 1) Análises de comportamento dos torcedores em redes sociais e plataformas de venda de ingressos; 2) Dados demográficos de torcedores obtidos por meio de cadastros e pesquisas; 3) Feedbacks de clientes através de NPS e entrevistas; 4) Tendências de mercado em tecnologia do esporte e engajamento do consumidor; 5) Estatísticas sobre frequência e compras de ingressos e produtos.</div>	<div>Ferramentas</div> <div>Descreva as ferramentas</div> <div>Existem algumas ferramentas prontas que podem ajudar a resolver o problema, como plataformas de CRM especializadas em clubes de futebol e softwares de gestão de relacionamento com torcedores. Ferramentas no-code AI, como chatbots de engajamento ou plataformas de automação de marketing, podem ser utilizadas para criar experiências personalizadas, embora possam necessitar de alguma integração para funcionar plenamente no contexto dos clubes.</div>	<div>Indicadores de sucesso</div> <div>Descreva o(s) indicador(es)</div> <div>Os principais indicadores de sucesso para esta iniciativa incluem: 1) Taxa de engajamento dos torcedores em plataformas digitais; 2) Aumento na frequência de participação em eventos do clube fora dos dias de jogo; 3) Melhoria na satisfação do cliente através de índices de NPS (Net Promoter Score); 4) Taxa de retenção de torcedores e adesão a programas de fidelidade; 5) Volume de transações relacionadas à compra de ingressos e produtos oficiais; 6) Interação nas redes sociais e feedback de usuários em pesquisas de satisfação.</div>	