Elicitação de Requisitos Imovisão

Artur Lopes de Oliveira Pinheiro

Isadora Botassari

Lucas Correa Araujo

Luan Matheus Trindade Dalmazo

Marcus Vinicius Reisdoefer Pereira

Victor Ribeiro Garcia





Etapas da Apresentação





Ideia Geral





Ideia Geral

Identidade

Imovisão

"Compre com o seu olhar"

Foco

Auxiliar na compra de móveis e equipamentos domésticos no varejo online;



Logo da aplicação



Ideia Geral

Inovação

Tecnologia de modelagem em 3D para produtos; Visualização de um ambiente virtual com o produto desejado;

Terceirização

Recurso para lojas parceiras inserir seus catálogos de venda;



Exemplo da visão 3D

Roger pensa que a Internet é um ótimo local para realizar compras

Mapa de empatia

O que

Escuta sobre ferramentas de ealidade virtual, e pensa que ooa parte das atividades, antes ealizadas de maneira presenci oodem ser realizadas de forma

Oque PENSA E SENTE? Roger pensa que a Internet é um ótimo local para realizar compras de móveis para sua casa. Sente que aplicativos e websites tornam o ato da compra mais dinâmico e personalizado. O que Oque VÊ? **OUVE?** Roger 32 anos Escuta sobre ferramentas de Roger observa que a realidade realidade virtual, e pensa que virtual é uma ótima ferramenta boa parte das atividades, antes para vivenciar de forma online realizadas de maneira presencial, Roger gosta de navegar na um retrato do mundo real. podem ser realizadas de forma internet, em especial, em online. aplicativos de móveis para casa, a fim de procurar novos objetos para seu lar. Oque **FALA E FAZ?**

O que VÊ?

er observa que a realidade lal é uma ótima ferramenta a vivenciar de forma online retrato do mundo real

Quais são as DORES?

Ter que sempre medir espaços de sua casa para verificar a possibilidade de adquirir um novo móvel. Ainda, o processo de identificar a melhor posição para o móvel é uma complicação durante suas compras.

Quais são as NECESSIDADES

Necessita de aplicativos que facilitem o processo de adquirir móveis, e também de aplicativos que se relacionem com dores do seu colidiano.

Quais sao as NECESSIDADES

Necessita de aplicativos que facilitem o processo de adquirir móveis, e também de aplicativos que se relacionem com dore

r que sempre medir espaços de sua casa para verificar a

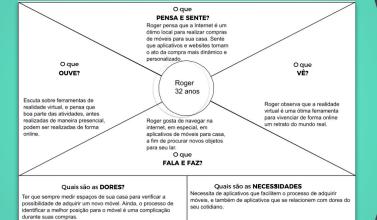
Quais são as DORES?



Mapa de empatia Objetivo



- → Entender dificuldades e interesses;
- → Gerar empatia com a problemática;



Mapa de empatia



Personas





Personas

Objetivo

- → Pensar em seu contexto, motivações, necessidades.
- → Personas diferentes estimulam a pensar em requisitos que abrangem um público maior.



Fonte: digitalpixel.com.br



Personas

Um exemplo

- → Manuela Albuquerque, 48 anos.
- → Quer iniciar a locação de um imóvel no sistema Airbnb.
- → Deseja poder testar suas ideias de mobília e decoração.
- → Valoriza aplicações claras, que não causem confusões durante o uso.



Persona: Manuela Albuquerque



Cartão de Insight

Cartão de ins

-Titulo-

compra de m

_{Tema:} Varejo onli

tirar diversa para colocá produtos ou couber no e

Fonte: Persona

CARTÃO DE INSIGHT

Dificuldade com as medidas na compra de móveis online	1
r _{ema:} Varejo online	
Fato: Ao comprar móveis online, os usuário: tirar diversas medidas e escolher a me para colocá-los. Isso pode gerar: devo produtos ou prejuízo financeiro (se o n couber no espaço previsto).	elhor posição Iução de

O papel da realidade virtual na transformação do varejo	2
_{Tema:} Evolução das compras online	51 10 0
Fato:O artigo da Forbes discute a evolução	das compras
online, destacando a criação de uma	experiência de
compra imersiva, por meio do metave	
realidade virtual, que pode aumentar a	fidelidade dos
realidade virtual, que pode aumentar a clientes e proporcionar oportunidades	fidelidade dos de negócios. I
realidade virtual, que pode aumentar a clientes e proporcionar oportunidades entanto, o autor alerta que as empres	fidelidade dos de negócios. I as precisam
realidade virtual, que pode aumentar a clientes e proporcionar oportunidades entanto, o autor alerta que as empres estar atentas às implicações éticas e	fidelidade dos de negócios. I as precisam
realidade virtual, que pode aumentar a clientes e proporcionar oportunidades entanto, o autor alerta que as empres	fidelidade dos de negócios. I as precisam
realidade virtual, que pode aumentar a clientes e proporcionar oportunidades entanto, o autor alerta que as empres estar atentas às implicações éticas e	fidelidade dos de negócios. I as precisam de privacidade

Desafio relacionado ao tema: Utilização de novas tecnologias na área de varejo

2/09/metaversodas-compras-online/

is tecnologi<mark>as</mark>

_

2

a experiência de erso e da a fidelidade dos s de negócios. Nesas precisam e de privacidade

CARTÃO DE INSIGHT



Cartão de insight

-Titulo

Dificuldade com as medidas na compra de móveis online -Numeração

1

Tema: Varejo online

Fato: Ao comprar móveis online, os usuários precisam tirar diversas medidas e escolher a melhor posição para colocá-los. Isso pode gerar: devolução de produtos ou prejuízo financeiro (se o móvel não couber no espaço previsto).

Fonte: Persona (Roger)

Desafio relacionado ao tema: Facilitar compras online

Cartão de insight

itulo-

O papel da realidade virtual na transformação do varejo

Numeração-

2

Tema: Evolução das compras online

Fato: O artigo da Forbes discute a evolução das compras online, destacando a criação de uma experiência de compra imersiva, por meio do metaverso e da realidade virtual, que pode aumentar a fidelidade dos clientes e proporcionar oportunidades de negócios. No entanto, o autor alerta que as empresas precisam estar atentas às implicações éticas e de privacidade relacionadas a essas tecnologias.

Fonte: https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/09/metaversorobos-e-influenciadores-a-evolucao-das-compras-online/

Desafio relacionado ao tema: Utilização de novas tecnologias na área de varejo



CARTÃO DE INSIGHT Cartão de insight Cartão de insight Dificuldade com as medidas na O papel da realidade virtual na 2 compra de móveis online transformação do varejo Tema: Evolução das compras online Tema: Varejo online Fato: O artigo da Forbes discute a evolução das compras Fato: Ao comprar móveis online, os usuários precisam online, destacando a criação de uma experiência de tirar diversas medidas e escolher a melhor posição compra imersiva, por meio do metaverso e da para colocá-los. Isso pode gerar: devolução de realidade virtual, que pode aumentar a fidelidade dos produtos ou prejuízo financeiro (se o móvel não clientes e proporcionar oportunidades de negócios. No couber no espaço previsto) entanto, o autor alerta que as empresas precisam estar atentas às implicações éticas e de privacidade relacionadas a essas tecnologias. Fonte: Persona (Roger) # https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/09/metaversorobos-e-influenciadores-a-evolução-das-compras-online Desafio relacionado ao tema: Facilitar compras online Desafio relacionado ao tema: Utilização de novas tecnologias na área de varejo

Cartão de Insight

Cartão de Insight

- → Compreender as necessidades e expectativas dos usuários;
- → Realizado com base em pesquisas na área e possíveis dores dos usuários da aplicação;
- → Auxiliou na organização das ideias obtidas;







Processo

- → Avaliar a utilidade real da solução
- → Entrevista presencial em ambiente informal
- → Estilo de entrevista:
 - Formato não estruturado
 - Desvios flexíveis



Fonte: kiiky.com



Perguntas

- 1) Quando você deseja comprar um móvel ou eletrodoméstico, você normalmente compra presencialmente na loja ou através da internet?
 - 2) Você já teve alguma dificuldade de espaço ao comprar esse tipo de produto?
 - * Explica resumidamente sobre o app, utilizando do storytelling
- 3) Como você acha que a solução poderia te ajudar a ter mais êxito ao escolher o produto?



Resultado

- → Cerca de 80% dos entrevistados compram **online**
- → Quase nenhum problema com espaço, mas cuidado dobrado na hora da escolha
- → Arrependimento de compra em alguns casos
- → Solução bem recebida com respostas positivas
- → Praticidade para compra e **venda**



Fonte: br.freepik.com



Requisitos





Requisitos Funcionais

	Mapa de Empatia	Cartão de Insight	Personas	Storytelling	Entrevistas
RF01	\	>			
RF02				>	<
RF03	~			\	
RF04	~			>	<
RF05				\	<
RF06	~	>	>		
RF07	~	>		\ \	
RF08	~	>	\		
RF09	~			\ \	<
RF10	>		>		~



Requisitos Não-Funcionais

	Mapa de Empatia	Cartão de Insight	Personas	Storytelling	Entrevistas
RNF01	>	>	>		\checkmark
RNF02			>		✓
RNF03				>	~
RNF04	>		>		✓
RNF05		>	>		
RNF06		>			~



Considerações Finais





OBRIGADO



Compre com o seu olhar

