



UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE
PROJETO PRÁTICO DE PROGRAMAÇÃO

EXCLUÍDOS OS DADOS SOBRE OS AUTORES EM ATENDIMENTO A
LGPD - LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

APLICAÇÃO DE CADASTRO DE CLIENTES

São Paulo
2024

**EXCLUÍDOS OS DADOS SOBRE OS AUTORES EM ATENDIMENTO A
LGPD - LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS**

APLICAÇÃO DE CADASTRO DE CLIENTES

Projeto apresentado a Universidade Nove de Julho - UNINOVE, como parte dos requisitos obrigatórios para obtenção do título de Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Prof. Orientador: Edson Melo de Souza, Dr.

**São Paulo
2024**

RESUMO

Este trabalho propôs a implementação de uma aplicação de cadastro de clientes para um e-commerce com o objetivo de melhorar o relacionamento com os clientes, otimizar o atendimento e aprimorar a qualidade dos serviços oferecidos. Através de uma análise detalhada da situação atual da empresa, levantamento de requisitos, seleção de tecnologias adequadas e desenvolvimento do sistema, foi possível criar uma solução que atende às necessidades de gerenciamento de clientes de forma eficiente.

Palavras-chave: Cadastro de clientes, E-commerce, Atendimento ao cliente, Gestão de clientes, Sistema automatizado, Estratégias de marketing, Satisfação do cliente, Fidelização de clientes, Eficiência operacional, Tecnologias de informação.

ABSTRACT

This work proposed the implementation of a customer registration application for an e-commerce with the aim of improving customer relationships, optimizing service, and enhancing service quality. Through a detailed analysis of the company's current situation, requirement gathering, selection of appropriate technologies, and system development, it was possible to create a solution that efficiently meets customer management needs.

Keywords: Customer registration, E-commerce, Customer service, Customer management, Automated system, Marketing strategies, Customer satisfaction, Customer loyalty, Operational efficiency, Information technologies.

SUMÁRIO

1	Introdução	6
1.1	Proposta	6
1.2	Justificativa	6
1.3	Objetivos	6
1.3.1	Objetivo geral	6
1.3.2	Objetivo específico	6
2	Fundamentação Teórica	8
3	Metodologia	9
3.1	Análise da Situação Atual	9
3.2	Levantamento de Requisitos e Objetivos	9
3.3	Seleção de Tecnologias e Ferramentas	9
3.4	Desenvolvimento e Testes do Sistema	9
3.5	Implantação e Treinamento	10
3.6	Acompanhamento e Avaliação	10
4	Conclusões	11
4.1	Importância do Cadastro de Clientes	11
4.2	Benefícios da Implementação	11
4.3	Impacto na Qualidade do Serviço	11
4.4	Desafios e Possibilidades Futuras	11
4.5	Recomendações e Considerações Finais	11
	Referências Bibliográficas	12

1 INTRODUÇÃO

Resumo do capítulo

Este capítulo propõe a criação de uma aplicação de cadastro de clientes para um e-commerce. A justificativa está na importância de conhecer o cliente para oferecer um serviço de qualidade e direcionar estratégias eficazes. Os objetivos são facilitar o atendimento, compreender o público-alvo, simplificar o cadastro, oferecer um serviço eficiente e aumentar a receita da empresa.

1.1 PROPOSTA

A gestão eficaz do relacionamento com clientes tornou-se uma prioridade estratégica para empresas que buscam se destacar em um mercado competitivo e em constante evolução. Nesse contexto, a proposta deste trabalho é a montagem de uma aplicação de cadastro de clientes para um e-commerce, visando aprimorar a compreensão do público-alvo, otimizar o atendimento e impulsionar a eficiência operacional da empresa.

1.2 JUSTIFICATIVA

A proposta levantada é de extrema importância para uma empresa. Afinal, conhecer o cliente ajuda não só a contactá-lo para oferecer um serviço, mas sim conhecer seu público-alvo.

Esses dados são importantes para guiar o desenvolvimento da empresa para ter a possibilidade de oferecer um melhor serviço.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Ajudar o cliente a ter uma facilidade no atendimento. Dessa maneira, o atendimento fica mais rápido, trazendo a satisfação do cliente no percurso do serviço.

1.3.2 Objetivo específico

1. Compreender melhor o perfil do público-alvo da empresa.
2. Desenvolver estratégias direcionadas e personalizadas para atender às necessidades de cada cliente.
3. Simplificar o processo de cadastro de clientes na empresa.

4. Oferecer um serviço de qualidade e um atendimento eficiente.
5. Incrementar a receita do negócio e melhorar a previsão de vendas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Percebe-se que muitas empresas deixam essa parte de lado ou até mesmo que tenham dificuldade em implementá-la, fazendo com que o atendimento fique mais limitado e com menos qualidade. Portanto, devemos entender que “o cadastro de clientes serve para te ajudar a entender melhor o seu público, de forma que com base nessas informações você seja capaz de adaptar o seu produto conforme a demanda recebida, diminuindo assim os seus custos de captação de cada cliente.” ([E-COMMERCE, 2021](#))

Em algumas empresas, não dão importância aos benefícios que esse tipo de implementação pode aumentar a satisfação e a qualidade do serviço ou produto a ser oferecido, portanto “engajar e fidelizar seu cliente é fundamental para potencializar as estratégias de marketing e vendas. O cadastro, portanto, é importante não só para criar as bases do seu relacionamento com o cliente, mas também para a fidelização.” ([HIPER, 2023](#))

Entende-se que muitas empresas ainda estão utilizando o cadastro manual, ocasionando em lentidão no processo, entretanto, “mesmo sendo simples, o cadastro de clientes exige um tempo de trabalho da sua equipe. Mas se você investir em um Programa para Cadastro de clientes as informações podem ser incluídas com mais agilidade. Assim, um único colaborador pode se responsabilizar por essa tarefa.” ([GESTÃOCLICK, 2024](#))

3 METODOLOGIA

Resumo do capítulo

A metodologia adotada para a implementação da aplicação de cadastro de clientes para o e-commerce segue um processo estruturado que abrange desde a análise da situação atual até o acompanhamento pós-implantação. Isso inclui a análise da situação atual da empresa em relação ao cadastro de clientes, o levantamento de requisitos e objetivos, a seleção de tecnologias e ferramentas, o desenvolvimento e testes do sistema, a implantação e treinamento, além do acompanhamento e avaliação contínua do sistema após a implantação.

Nesta seção, serão apresentadas as etapas e procedimentos adotados para a implementação da proposta de montagem de uma aplicação de cadastro de clientes para um e-commerce, conforme as referências teóricas apresentadas.

3.1 ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL

1. Descrição da análise detalhada da situação atual da empresa em relação ao cadastro de clientes, identificando pontos de falha e áreas para melhoria.

3.2 LEVANTAMENTO DE REQUISITOS E OBJETIVOS

1. Detalhamento do processo de levantamento de requisitos através de entrevistas com a equipe responsável pelo atendimento e gestão de clientes.
2. Definição clara dos objetivos da implementação do sistema de cadastro automatizado, focando na melhoria do atendimento e na satisfação do cliente.

3.3 SELEÇÃO DE TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS

1. Explicação sobre a pesquisa e seleção das tecnologias e ferramentas mais adequadas para a implementação do sistema, considerando critérios como agilidade, integração e segurança.

3.4 DESENVOLVIMENTO E TESTES DO SISTEMA

1. Detalhamento do processo de desenvolvimento do sistema de cadastro de clientes, seguindo as melhores práticas de desenvolvimento de software.
2. Descrição dos testes realizados para garantir a funcionalidade, segurança e usabilidade do sistema, envolvendo a equipe de atendimento nos testes de aceitação.

3.5 IMPLANTAÇÃO E TREINAMENTO

1. Explicação sobre a etapa de implantação do sistema no ambiente de produção, incluindo os cuidados tomados para garantir uma transição suave.
2. Descrição do treinamento oferecido à equipe de atendimento e gestão de clientes para o uso correto do novo sistema.

3.6 ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

1. Relato sobre o acompanhamento contínuo do sistema após a implantação, destacando as medidas tomadas para garantir sua eficácia e a satisfação dos usuários.
2. Análise dos resultados alcançados com a implementação do sistema, comparando indicadores de desempenho pré e pós-implantação.

4 CONCLUSÕES

O presente trabalho teve como objetivo propor a implementação de uma aplicação de cadastro de clientes para um e-commerce, visando melhorar o relacionamento com os clientes, a eficiência do atendimento e a qualidade dos serviços oferecidos. Com base na análise realizada e na metodologia aplicada, é possível destacar os principais pontos concluídos:

4.1 IMPORTÂNCIA DO CADASTRO DE CLIENTES

Foi evidenciado que o cadastro de clientes desempenha um papel crucial na compreensão do público-alvo, na personalização do atendimento e no desenvolvimento de estratégias de marketing e vendas mais eficazes.

4.2 BENEFÍCIOS DA IMPLEMENTAÇÃO

A implementação da aplicação de cadastro de clientes traz benefícios significativos, como a agilidade no atendimento, a otimização dos processos internos, a fidelização de clientes e o aumento da receita por meio de estratégias direcionadas.

4.3 IMPACTO NA QUALIDADE DO SERVIÇO

A melhoria do cadastro de clientes impacta diretamente na qualidade do serviço oferecido, refletindo-se na satisfação e fidelização dos clientes, elementos essenciais para o sucesso e a competitividade no mercado atual.

4.4 DESAFIOS E POSSIBILIDADES FUTURAS

Identificou-se também desafios, como a necessidade de atualização constante da base de dados e a garantia da segurança das informações dos clientes. No entanto, esses desafios podem ser superados com investimentos contínuos em tecnologia e capacitação da equipe.

4.5 RECOMENDAÇÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recomenda-se a continuidade do monitoramento e aprimoramento do sistema de cadastro de clientes, além da valorização do feedback dos clientes para aperfeiçoar continuamente os serviços oferecidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

E-COMMERCE, B. P. *A importância do cadastro de clientes para a gestão do seu e-commerce*. 2021. Disponível em: <<https://betalabs.com.br/blog/a-importancia-do-cadastro-de-clientes-para-a-gestao-do-seu-e-commerce/>>. Acesso em: 26 de abril de 2024. Citado na pág. 8.

GESTÃOCLICK. *Programa para cadastro de clientes e a importância*. 2024. Disponível em: <<https://gestaoclick.com.br/blog/importancia-cadastro-de-clientes/>>. Acesso em: 26 de abril de 2024. Citado na pág. 8.

HIPER. *Cadastro de clientes: como fazer e quais informações considerar*. 2023. Disponível em: <<https://hiper.com.br/blog/cadastro-clientes-como-fazer/>>. Acesso em: 26 de abril de 2024. Citado na pág. 8.