Declaração do Escopo

RequestSolved!

|  |
| --- |
| Tema |
| Sistema web de vendas de mercadorias relacionadas a joias e artesanatos (e-commerce) |

Iniciou as suas atividades em 2015, porém fundada oficialmente em 2017, a Fenice Arte & Joias é uma micro empresa individual do interior de São Paulo, situada na cidade de Itapetininga pela Gislene Aparecida Mancuzo Ribeiro e Irineu Roberto Ribeiro (ambos sócios).

Em 2018 a empresa começou a confeccionar produtos artesanais para decoração interna de residências como por exemplo vasos para plantas, arvores feitas com fios e pedras naturais e bijuterias. Tinha como público-alvo os residentes da cidade de Itapetininga – SP. O comércio no interior de São Paulo é muito forte e presente, então a micro empresa individual Fenice Arte & Joias apresentava os produtos em feiras artesanais como por exemplo: festa das cerejeiras no centro do Kaikan (evento da cidade) e feira do CASI. Ainda em 2018, a empresa começou a vender pelas redes sociais (Instagram, Facebook e WhatsApp), os meios mais utilizados para comunicação e compartilhamento de histórias.

Logo após adquirir um público fiel aos produtos, a empresa iniciou em 2019 as atividades no ramo de joias em prata também produzidos manualmente pelo sócio Irineu Roberto. O sócio trabalhava em uma joalheria da cidade produzindo todas as peças da loja em prata e ouro. Como o Roberto já era conhecido pelo seu trabalho na cidade, decidiu então abrir uma oficina em sua casa e produzir as peças de forma independente, já que dominava totalmente todas as técnicas necessárias para a produção de joias.

Diante de todo esse cenário de produtos novos, estruturação da oficina e conquista de público, a empresa enxergou a necessidade de prospectar novos clientes, porém como já havia conquistado boa parte do público da cidade, fazia-se necessário expandir os horizontes e atingir públicos de outras cidades que se interessavam pelos produtos encontrados através das redes sociais.

Como as redes sociais não oferecem ferramentas 100% funcionais para comercializar produtos (e não são voltadas para esse tipo de negócio), a empresa entendeu que havia uma necessidade de abrir uma loja virtual que pudesse apresentar os seus produtos para alavancar as vendas da loja.

Com a implantação da loja virtual, haverá um impacto positivo nos seguintes pontos:

* Maior prospecção de clientes:
  + Atingirá novos públicos que não residem na cidade;
  + Interface robusta e bonita, instigando o cliente a navegar pelo catálogo de produtos;
  + Poderá atender não só apenas a cidade de Itapetininga – SP.
* Facilidade para os sócios ao carregar as informações dos produtos para a loja virtual:
  + O sistema contará com um catálogo de produtos;
  + Fotos detalhadas dos produtos;
  + Medidas, ficha técnica e preço unitário para cada produto.
* Clientes poderão entrar em contato com a loja de forma simples e intuitiva através do formulário. Os seguintes assuntos poderão ser tratados:
  + Garantia;
  + Manutenção;
  + Troca;
  + Orçamentos.
* Sistema irá facilitar a finalização da compra tendo um módulo integrado que fara o cálculo do frete.
* Formas mais comuns de pagamento serão aceitas (cartão de crédito, débito e boleto).

**Principais Stakeholders**

Gislene Aparecida Mancuzo Ribeiro

Irineu Roberto Ribeiro

Brendon Andrew Lopes Lucena