

RELATÓRIO – INCEPTION

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

Visão e âmbito do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
1.3 Referências e recursos suplementares	2
2 Contexto do negócio e oportunidades	2
2.1 Promotor e áreas de atuação	2
2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)	3
2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor	3
2.4 Principais objetivos	3
3 Definição do produto	4
3.1 Posicionamento do produto	4
3.2 Funcionalidades principais	4
3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes	4
3.4 Perfis dos <i>stakeholders</i>	5
3.5 Limites e exclusões	5

Introdução

Esta aplicação tem como objetivo simplificar e facilitar a vida de todas as pessoas que fazem encomendas online e não têm tempo para receber as suas encomendas em casa.

Por esse motivo, os autores decidiram desenvolver uma aplicação de cacifos distribuídos por um mapa, onde as pessoas poderão recolher as suas encomendas.

Estes cacifos serão previamente alugados pelo utilizador, e servirão como um lugar temporário de entrega das suas encomendas.

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 pedido pela DPD em resposta à crescente demanda por conveniência e segurança nas entregas, impulsionando a busca por melhorias no processo de compra online. A necessidade de manter-se competitiva no mercado de aluguer de cacifos para encomendas levou à iniciativa

de investir em soluções inovadoras, facilitando a experiência dos clientes e respondendo às orientações estratégicas da empresa e de parceiros como a DPD.

A DPD que atua na área do transporte e entrega de encomendas visa agora, com o novo sistema, integrar tecnologias avançadas nos seus processos. Isso inclui a adoção de leitores/scanners de códigos QR e NFC nos cacifos para encomendas, visando aprimorar a eficiência e segurança das operações. Essa inovação simplifica a gestão de encomendas, agilizando os processos, especialmente em ambientes comerciais e/ou de grande densidade populacional. No mercado de consumo, a integração dessas tecnologias oferece uma experiência avançada e conveniente.

Para isso, a organização identificou a necessidade de desenvolver um novo sistema de informação com capacidades adaptadas ao novo posicionamento do negócio. Isso inclui a criação do OneBox, uma solução inovadora que oferece cacifos seguros acessíveis e uma aplicação que permite aos clientes reservar os cacifos para suas encomendas.

Essa solução proporciona flexibilidade de tempo para a recolha, garantindo a segurança e integridade das encomendas até que sejam retiradas pelos clientes, além de oferecer várias opções de pagamento e um sistema de fatura digital para facilitar a experiência do utilizador. Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto foi sempre debatendo as suas ideias e pesquisas com os outros membros do grupo, mantendo o relatório em constante evolução.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
15/04/2024	Rúben	Desenvolveu os métodos de acesso aos cacifos
15/04/2024	Caetano	Desenvolveu os métodos de pagamento possíveis
15/04/2024	Carlos e Hugo	Desenvolveram o design/UI inicial da aplicação a implementar

1.3 Referências e fontes

Inicialmente, foi realizado um estudo do mercado no qual a empresa vai atuar. O maior competidor identificado foi a Locky, um sistema de cacifos da CTT.

Após a análise do mercado, foram discutidas/adaptadas ideias entre os fundadores da OneBox para a implementação do projeto.

2 Contexto do negócio e oportunidades

2.1 Promotor

O nosso principal promotor, a DPD, uma das principais distribuidoras e transportadoras de encomendas, desempenha um papel crucial no desenvolvimento do projeto.

A parceria entre a OneBox e a DPD é essencial, pois a DPD reconhece o potencial do mercado de aluguer de cacifos e decide investir na OneBox depois de terem feito um estudo sobre a OneBox e assim decidiram investir na mesma.

Ao unir forças, ambas as empresas se beneficiam: a DPD amplia a sua gama de serviços e tem mais encomendas, pois o processo de pedir encomendas online vê-se facilitado pela OneBox, ao mesmo tempo em que a OneBox recebe suporte financeiro e de expertise para impulsionar o crescimento do mercado de encomendas.

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

A decisão de investir no desenvolvimento de novas funcionalidades para a OneBox surge da necessidade de manter-se competitiva no mercado de aluguer de cacifos para encomendas. Internamente, a empresa reconhece a importância de oferecer soluções inovadoras aos clientes e facilitar algo que cada vez se faz com maior regularidade na nossa sociedade, que é comprar produtos via Internet.

Externamente, a crescente demanda por conveniência e segurança nas entregas impulsionou a busca por melhorias. Além disso, o avanço tecnológico permite agilizar o processo das pessoas comprarem produtos online e as orientações estratégicas da empresa e de parceiros como a DPD reforçaram a necessidade de buscar a transformação digital para permanecer relevante no setor.

2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor

A transformação digital proposta para a OneBox consiste na integração de tecnologias avançadas nos seus cacifos para encomendas, visando aumentar a eficiência e a competitividade dos serviços, por exemplo os cacifos têm leitores/scanners de códigos QR e de NFC, facilitando e agilizando todo o processo, para além de melhorar muito a experiência do cliente.

Esta inovação simplifica a gestão de encomendas, tornando-a mais ágil e segura. O sistema é ideal para ambientes comerciais e/ou de grande densidade populacional e resolve problemas de gestão manual de encomendas. No mercado de consumo, a OneBox se destaca pela sua funcionalidade avançada e conveniência, proporcionando uma vantagem competitiva significativa em relação aos serviços concorrentes tradicionais.

2.4 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
Entregas não recebidas por motivos de pessoa ausente na altura da entrega	Facilitar o método de entrega
Facilidade na gestão de tempo das pessoas	Facilitar as pessoas na questão em que podem levantar a encomenda quando tiverem disponibilidade

3 Definição do produto

3.1 Posicionamento do produto

Para o/a:	Para clientes que fazem compras online e procuram uma forma de receber encomendas sem precisar de estar em casa.
Que apresenta:	Oferecemos cacifos seguros acessíveis, facilitando a entrega para os compradores e os vendedores.
O produto:	OneBox, Uma aplicação em que o cliente possa reservar os seus cacifos para as suas encomendas.
Que:	A nossa empresa fornece cacifos de vários tipos para que o cliente possa mandar vir qualquer tipo de encomenda, também proporcionamos uma grande flexibilidade em questão ao tempo que os utilizadores poderão ir buscar a sua encomenda.
Ao contrário de:	Diferente das caixas de correio ou de esperar em casa pela entrega, nós garantimos segurança e integridade das encomendas até que os clientes a possam ir buscar.
O nosso produto:	O nosso produto oferece uma solução inovadora para a entrega de encomendas. A nossa aplicação apresenta várias formas de pagamentos e um sistema de fatura digital para que o cliente só precise de ir buscar a encomenda ao local através de NFC, QR Code, Cartão de empresa.

3.2 Funcionalidades principais

Em termos de funcionalidades, teremos:

- Mapa interativo dos locais onde estarão os respetivos cacifos
- Reservar o cacifo
- Acesso a histórico de uso de cacifos e a respetiva estatística
- Manual de uso dos cacifos

Estes pontos tornam a OneBox diferente dos seus competidores, dado à sua facilidade de compreensão e de acesso aos componentes essenciais para proceder ao uso dos nossos serviços.

3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

Âmbito inicial:

A falta de um sistema fácil de encontrar e reservar cacifos para receber encomendas de forma segura. O nosso objetivo é lançar uma aplicação para que os utilizadores consigam encontrar e reservar os cacifos de forma mais fácil. Isto significa que, quando a nossa aplicação estiver disponível os utilizadores poderão ver um Mapa para encontrar os cacifos perto da sua localização e reservar de forma direta através da aplicação. Esta será a base do nosso produto e o que vai permitir que tudo comece.

Incrementos subsequentes:

Depois deste primeiro objetivo, iremos continuar a melhorar a nossa aplicação, como implementar um histórico de uso de cacifos. Assim, os utilizadores poderão acompanhar as suas reservas.

O nosso terceiro passo será disponibilizar um manual simples de instruções. Este manual vai estar disponível na aplicação e vai mostrar passo a passo como se usa um cacifo. Queremos assim, que o nosso cliente não tenha nenhum problema na utilização dos cacifos.

Por último, iremos lançar uma página que fala sobre a nossa equipa, sobre a nossa aplicação e sobre o que estamos a planear para o futuro. Acreditamos que isto vai construir uma relação de confiança com os utilizadores.

Esta ordem irá ser importante pois temos de assegurar que a aplicação esteja a funcionar e só depois é que iremos adicionar estas novas funcionalidades.

3.4 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Motivação para o projeto/valor esperado
Equipa de desenvolvimento	Esta equipa encarrega-se de desenvolver o projeto em si
Bombas de gasolina	Os cacifos terão uma parceria com as bombas de gasolina de forma que em cada uma haja um cacifo, dessa forma as pessoas podem buscar as suas encomendas cada vez que queiram pôr gasolina por exemplo
Empresas de transporte de encomendas	Os cacifos terão uma parceria com empresas de transporte, pois são estas que irão proceder à colocação das encomendas nos cacifos
Locais de comércio	Os cacifos terão uma parceria com os locais de comércio, pois as pessoas costumam ir às compras durante a semana e assim podem aproveitar e levantar as suas encomendas do cacifo perto do supermercado por exemplo.

3.5 Limites e exclusões

O nosso projeto está implementado de forma a se focalizar em encomendas online como, por exemplo, uma pessoa que compra em sites como a Amazon ou Aliexpress e no site da OneBox o cliente poderá alugar o cacifo.

Uma ideia que foi excluída foi a de os cacifos poderem ser alugados não só para encomendas, mas que qualquer pessoa pudesse alugar por qualquer razão o cacifo. Esta foi excluída pelo facto do aumento da complexidade e porque seriam precisos mais recursos para implementar estes comportamentos.

Para além disso, com esta “expansão” poderia haver pessoas que tivessem sempre alugado o mesmo cacifo, usando o mesmo de forma pessoal para o seu dia-a-dia, o qual não é o nosso objetivo, pois dessa forma a nossa empresa promotora (DPD) iria beneficiar, pois não estariam a fazer encomendas para esses cacifos, uma vez que estariam sempre ocupados.