

UNIVERSIDADE VIRTUAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

Cintia Izumi Shinoda
Cristiano Gois de Araújo
Fernando Miguel Escribano Martinez
Pedro Henrique Faria Cruz
Rogerio Gonçalves da Silva
Willy Paulino de Oliveira Gomes

**Desenvolvimento e Implementação de Tecnologia Web como Ferramenta
de Publicidade para o Brechó do Sítio Agar**

São Paulo - SP
2024

UNIVERSIDADE VIRTUAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

**Desenvolvimento e Implementação de Tecnologia Web como Ferramenta
de Publicidade para o Brechó do Sítio Agar**

Relatório Técnico-Científico apresentado na
disciplina de Projeto Integrador em
Computação II para o curso de Bacharelado
em Ciência de Dados da Universidade Virtual
do Estado de São Paulo (UNIVESP).

São Paulo - SP
2024

SHINODA, Cintia Izumi; ARAÚJO, Cristiano Gois de; MARTINEZ, Fernando Miguel Escribano; CRUZ, Pedro Henrique Faria; SILVA, Rogerio Gonçalves da; GOMES, Willy Paulino de Oliveira. **Desenvolvimento e Implementação de Tecnologia Web como Ferramenta de Publicidade para o Brechó do Sítio Agar**. Relatório Técnico-Científico. Bacharelado em Ciência de Dados – **Universidade Virtual do Estado de São Paulo**. Tutor: Rafael Mazzini Ramalho. Polos Parque Bristol, Aricanduva e Jaguaré, 2024.

RESUMO

Até 250 palavras incluindo: breve introdução, objetivos, metodologia adotada, resultados obtidos e considerações finais. Formatação: Espaçamento simples, parágrafo único.

PALAVRAS-CHAVE: *Python; JavaScript; Controle de versões; Landing Page; API.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Layout 14

Figura 2 - Estrutura do Projeto 15

Figura 3 16

Figura 4 16

Figura 5 17

Figura 6 17

Figura 7 18

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 DESENVOLVIMENTO.....	7
2.1 OBJETIVOS	7
2.1.1 OBJETIVO GERAL	7
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
2.2 JUSTIFICATIVA E DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA	7
2.3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
2.3.1 ARTE DA CONVERSÃO: O PODER DAS LANDING PAGES.....	9
2.3.2 E QUANDO OCORRE A CONVERSÃO?	9
2.3.3 QUANDO USAR UMA LANDING PAGE?	9
2.3.4 O QUE UMA LANDING PAGE PRECISA TER?	9
2.3.4 REUSO DE SOFTWARE	10
2.4 METODOLOGIA.....	11
2.4.1 SUMÁRIO DAS REUNIÕES SOBRE O PROJETO INTEGRADOR COM O SÍTIO AGAR E TOTALTARGETS	11
2.4.2 DEFINIÇÃO E IDEIAÇÃO	13
2.5 RESULTADOS PRELIMINARES: SOLUÇÃO INICIAL	14
2.5.1 LAYOUT.....	14
2.5.2 ESTRUTURA DO PROJETO.....	15
2.5.3 BANCO DE DADOS	15
2.5.4 BACK-END.....	16
2.5.5 FRONT-END.....	17
2.5.6 VERSIONAMENTO DE CÓDIGO.....	18
REFERÊNCIAS.....	19
APÊNDICE A	20
APÊNDICE B.....	22
APÊNDICE C	24
APÊNDICE D	27
APÊNDICE E.....	28

1 INTRODUÇÃO

Ao iniciarmos nossa colaboração com o Sítio Agar em nosso projeto inicial, constatamos uma carência significativa de pessoal na área de Tecnologia da Informação. Durante a crise e a pandemia, a instituição enfrentou dificuldades para manter sua equipe, resultando na extinção do setor de TI. Sendo uma entidade beneficente, o Sítio Agar depende de doações e arrecadações, que sofreram uma queda acentuada durante aquele período.

Em uma dessas discussões, identificamos a necessidade que eles tinham de fidelizar parceiros para assegurar a continuidade dos projetos. Nosso grupo, após deliberações e com o consenso dos novos membros, decidiu-se pela continuação do desenvolvimento de soluções que pudessem ampliar o apoio a essa instituição beneficente.

Através de diálogos que esclareceram as necessidades reais, identificamos também a necessidade de aprimorar o sistema de cadastro de parceiros, o que impulsionou a proposta de nosso projeto.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo do presente projeto é desenvolver uma *landing page* para cadastro de doadores, para que estes recebam descontos no brechó do Sítio Agar.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar possíveis soluções para atração de novos doadores em favor do Sítio Agar;
- Definição de layout e funcionalidades da *landing page*;
- Levantar ferramental adequado à realização do website;
- Verificar a eficácia do website na prospecção de novos doadores.

2.2 JUSTIFICATIVA E DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

Após nossa sessão de brainstorming com a comunidade externa, discutimos como poderíamos desenvolver uma *landing page* que, não apenas atendesse às necessidades da instituição, mas também estivesse alinhada com o conteúdo acadêmico que os membros do grupo estão estudando.

Foi nesse contexto que surgiu a ideia de aplicar o conceito de reutilização de códigos, um tema explorado em disciplinas cursadas por todos os membros do grupo.

Essa abordagem nos permitiria unir esforços em um objetivo comum: a criação de uma *landing page* eficiente e de alta qualidade.

A falta de infraestrutura tecnológica no Brechó apresenta **desafios** e **oportunidades** para a implementação da campanha de marketing.

Desafios:

- **Ausência de Contatos Cadastrados:** O Brechó não possui um sistema de cadastro de clientes, o que dificulta a comunicação direta com o público-alvo. As informações de contato se limitam à agenda de um celular corporativo.
- **Falta de Ferramentas de Gestão:** A falta de um CRM ou sistema similar impede a automação de tarefas, a análise de dados e a segmentação de clientes para ações de marketing mais eficazes.
- **Dificuldade na Mensuração de Resultados:** Sem ferramentas de análise de tráfego e interação, torna-se mais complexo avaliar o desempenho da campanha e o retorno do investimento.

Oportunidades:

- **Implementação de Soluções Inovadoras:** A necessidade de contornar as limitações tecnológicas incentiva a criatividade e a busca por soluções alternativas, como o uso de QR Codes e códigos impressos para direcionar o público à página da campanha².
- **Crescimento em conjunto com a Campanha:** A implementação da campanha pode justificar investimentos na estrutura tecnológica do Brechó, o que traria benefícios a longo prazo para o negócio, como a organização de dados, a comunicação com clientes e a gestão de campanhas futuras.
- **Aumento do Alcance e Engajamento:** A campanha digital, mesmo com as adaptações necessárias, tem o potencial de atingir um público maior do que as ações tradicionais, além de permitir a interação e o engajamento através das redes sociais e da landing page².

Soluções e Estratégias:

- **Criação de um Sistema de Cadastro Simplificado:** Desenvolver um formulário físico e online para coletar dados básicos dos clientes durante a campanha, como nome, contato e preferências.
- **Utilização de Ferramentas Gratuitas ou de Baixo Custo:** Explorar plataformas de e-mail marketing, redes sociais e ferramentas de criação de landing pages com versões gratuitas ou planos acessíveis para iniciar a gestão da campanha.
- **Monitoramento Manual dos Resultados:** Estabelecer métricas e métodos de acompanhamento manual para mensurar o alcance da campanha, como o número de cadastros, acessos à landing page e utilização dos cupons de desconto.

Apesar dos desafios, a falta de infraestrutura tecnológica não impede a realização da campanha de marketing. Com planejamento, criatividade e foco em soluções alternativas, o Brechó pode alcançar resultados positivos, expandir seu público e impulsionar suas vendas.

2.3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.3.1 ARTE DA CONVERSÃO: O PODER DAS LANDING PAGES

Vamos agora introduzir este conceito do Marketing, principalmente utilizado e são uma ferramenta essencial no Marketing Digital: As *landing pages*. Elas deixam de ser páginas na internet, mas com o objetivo principal de coletar informações dos visitantes para qualificar um lead (potencial cliente ou prospecto que demonstrou interesse em um produto ou serviço oferecido por uma empresa). Diferentemente de um site, uma *landing page* é específica e voltada para um único objetivo: a conversão.

2.3.2 E QUANDO OCORRE A CONVERSÃO?

A conversão acontece quando o visitante da página preenche o formulário e deixa seus dados em troca de algo, como um e-book ou um cupom de desconto. Essa estratégia permite que a empresa ou entidade obtenha os dados necessários (e preciosos!) para iniciar um contato e/ou entenda (apenas se for o caso) o interesse do lead. Um tipo de site semelhante às *landing pages* são os *hotsites*, que são temporários e muito usados para eventos. A principal diferença entre *hotsites* e *landing pages* é que o primeiro é temporário.

2.3.3 QUANDO USAR UMA LANDING PAGE?

Landing pages são fundamentais em situações como anúncios pagos. Quando você faz um anúncio, você escolhe para onde a pessoa será direcionada após o clique. Optando por *landing page*, você provavelmente terá uma maior conversão. Além disso, pode ser interessante criar uma *landing page* para cada serviço ou produto que uma empresa ou entidade ofereça, como também para campanhas específicas como a do Sítio Agar. Essa estratégia permite focar especificamente no interesse do *lead*.

2.3.4 O QUE UMA LANDING PAGE PRECISA TER?

Uma *landing page* eficaz deve conter um título persuasivo, um texto claro e objetivo que descreva bem a oferta, uma ou mais imagens boas relacionadas à proposta de valor, um formulário para obtenção de dados e uma chamada para ação *call-to-action* (CTA) clara.

2.3.4 REUSO DE SOFTWARE

O reuso de software é um conceito crucial na engenharia de software moderna, oferecendo aos desenvolvedores a capacidade de aumentar a eficiência, reduzir o trabalho redundante e otimizar a utilização de recursos. No contexto do projeto integrador II, a decisão do grupo de reutilizar o código e os frameworks no website do Sítio Agar nesse projeto subsequente foi uma escolha estratégica. Essa abordagem oferece inúmeros benefícios, e também traz desafios específicos que devem ser abordados para garantir que os objetivos educativos, a inovação e a integridade do projeto sejam mantidas.

A principal vantagem do reuso de código reside no seu potencial para aumentar a produtividade. Ao reutilizar código, como elementos de frontend (HTML, CSS e JavaScript) e componentes de backend mais complexos (React e Django), a equipe pode evitar começar do zero, economizando uma quantidade significativa de tempo. Isso permite que os alunos se concentrem em refinar a experiência do usuário, melhorar o desempenho e implementar novos recursos. O reuso de software é uma das principais estratégias para reduzir tempo e custo de desenvolvimento, especialmente quando se trabalha com sistemas modulares e bem arquitetados (SOMMERVILLE, 2019). Essa prática pode capacitar a equipe a explorar aspectos mais avançados do desenvolvimento, em vez de refazer o trabalho fundamental.

Além disso, o reuso de frameworks como React e Django traz uma camada adicional de benefícios. As estruturas são criadas para simplificar tarefas comuns de desenvolvimento, aplicar práticas recomendadas e fornecer componentes pré-construídos que tornam o desenvolvimento mais eficiente. Ao continuar a utilizar esses frameworks em um segundo projeto integrador, o grupo pode aprofundar a sua compreensão destas ferramentas, maximizando o seu potencial e dominando técnicas avançadas. O React, por exemplo, permite o desenvolvimento baseado em componentes, tornando o código mais fácil de manter, dimensionar e testar. O Django, por outro lado, fornece uma estrutura de backend robusta que oferece suporte à segurança, escalabilidade e implantação rápida. Dominar essas estruturas contribui para uma compreensão prática e profunda das tecnologias padrão da indústria, preparando os alunos para ambientes de desenvolvimento do mundo real.

Contudo, o reuso de softwares e frameworks deve ser abordado com cautela para evitar estagnação e perda de criatividade. Um dos principais riscos é que o grupo possa tornar-se excessivamente dependente das soluções existentes, abrindo mão de oportunidades de inovação e aprendizagem. A simples cópia e colagem do código do projeto anterior no novo pode minar o propósito educacional dos projetos integradores, que são concebidos para incentivar o pensamento crítico, a resolução de problemas e a exploração de novas ideias. Para Martin Fowler (2004), o reuso de software deve ser acompanhado por uma refatoração cuidadosa – melhorando a estrutura interna do código para garantir que ele atenda aos novos requisitos do projeto e melhore a qualidade geral do software.

Ademais, o reuso de frameworks como React e Django oferece um desafio único: embora os frameworks forneçam ferramentas poderosas, eles também impõem uma estrutura e metodologia específicas ao projeto. Se a equipe simplesmente reutilizar a mesma implementação sem explorar novas possibilidades, o projeto corre o risco de se tornar uma repetição de trabalho anterior, sem originalidade e crescimento. Para evitar essa armadilha, é crucial que a equipe procure ativamente formas de inovar dentro dessas estruturas – seja através da incorporação de novas bibliotecas, da utilização de funcionalidades mais avançadas ou da abordagem de necessidades mais complexas dos usuários.

2.4 METODOLOGIA

2.4.1 SUMÁRIO DAS REUNIÕES SOBRE O PROJETO INTEGRADOR COM O SÍTIO AGAR E TOTALTARGETS

Este resumo abrange as quatro primeiras reuniões do projeto, que ocorreram entre 30 de agosto e 4 de outubro de 2024. O objetivo principal do projeto é auxiliar o Sítio Agar, uma instituição beneficente, na captação de doações para seu brechó. Mais detalhes das reuniões podem ser consultadas nos apêndices.

1ª Reunião (30/08/2024):

- Definição do problema: O Sítio Agar precisa de ajuda para organizar o Brechó e atrair novos clientes.
- Solução proposta: Criar uma campanha com um cupom de desconto para a primeira compra no Brechó em troca do cadastro do cliente.
- Discussão sobre ferramentas de CRM para organizar os leads.
- Identificação da falta de infraestrutura tecnológica no Brechó.
- Sugestão de usar um QR Code na loja para direcionar para a Landing Page da campanha.

2ª Reunião (13/09/2024):

- Discussão sobre a dificuldade de implementar a ideia inicial da campanha (troca de doações por descontos).
- Definição do objetivo principal: Atrair novos clientes para o Brechó ou arrecadar doações?
- Decisão: O foco principal da campanha será **arrecadar doações** para o Brechó.
- Próximos passos: Criar uma estratégia mais simples e atrativa.

3ª Reunião (18/09/2024):

- Apresentação de três opções de ação para a campanha:
 - Landing page com voucher de desconto para doadores.
 - "Clube do Brechó" com brindes e ofertas exclusivas para doadores.
 - Sorteio mensal de prêmios para doadores.
- Decisão: A opção escolhida foi o **sorteio mensal de prêmios**.
- Discussão sobre a automatização do processo de cadastro e sorteio.
- Definição da gestão de dados dos doadores: Armazenamento na agenda corporativa do Sítio Agar com etiqueta identificando a campanha.

4ª Reunião (04/10/2024):

- Definição da fase inicial do projeto: Criação de uma landing page para cadastro e oferta de desconto em troca de doações.
- Criação de uma lista de transmissão no WhatsApp para comunicação com os doadores.
- Revisão e ajustes no texto da campanha.
- Validação da campanha com um grupo pequeno de pessoas.
- Próximos passos: Finalização da página de teste, reunião com o responsável pelo Brechó e testes da página.

Mudança de planos (20/09/2024):

- Mensagens trocadas em 20/09/2024 indicam a necessidade de adaptar a proposta do projeto devido à restrição de tempo.
- Decisão de dividir o projeto em duas fases:
 - Fase 1: Landing page funcional para captar contatos e enviar código de confirmação por SMS.
 - Fase 2: Implementação da funcionalidade de sorteio.

Observações:

- As atas das reuniões não mencionam a data em que a mudança de planos, informada na troca de mensagens de 20/09/2024, foi discutida com o Sítio Agar.
- É importante verificar como essa mudança impactará o andamento do projeto e se a equipe do Sítio Agar está ciente e de acordo com a nova divisão de fases.

2.4.2 DEFINIÇÃO E IDEACÃO

Foram utilizados além de informações encontrada na bibliografia consultada, conhecimentos adquiridos em disciplinas cursadas na UNIVESP. Dentre as disciplinas estão: "Engenharia de Software", "Banco de Dados" e "Metodologia Científica".

Definiu-se que o projeto será desenvolvido utilizando as ferramentas relacionadas a seguir:

- Linguagem de Programação:
- *Back-End*: Python (*Framework*: Django)
- *Front-End*: JavaScript (*Framework*: React)
- IDE (*Integrated Development Environment*): Visual Studio Code (VS Code)
- Banco de Dados: SQLite
- Controle de Versões: GIT e GitHub
- Testes: *Framework* Pytest
- *Deploy*: Serviço na nuvem Heroku

O website desenvolvido apresentará as seguintes funcionalidades:



- Cadastro de doadores;
- Geração de código para requerer desconto;
- Consulta dos dados fornecidos pelos doadores.

2.5 RESULTADOS PRELIMINARES: SOLUÇÃO INICIAL

2.5.1 LAYOUT

Figura 1

Figura 1 - Layout



os 300

Faça parte da **legião dos amigos** do Sítio Agar.

VENHA SER UM DOS 300 DO SÍTIO AGAR!
Estamos completando 30 anos de história!
Sabendo todas as adversidades, chegamos até aqui e agora precisamos da sua ajuda para continuar.

Torne-se um dos nossos 300 sócios colaboradores! Cadastre-se agora e seja mais um pilar de força da nossa comunidade.

Nome:

E-mail:


Estado:

DDD + WhatsApp:


Forma de pagamento:

CADASTRAR


UM ATO DE SOLIDARIEDADE QUE RETORNA PARA VOCÊ
Como forma de agradecimento por se juntar à nossa corrente do bem, ao fazer sua inscrição você ganhará alguns brindes especiais:



1. Acesso a um grupo exclusivo no WhatsApp




2. 10 cards para postar nas redes sociais



3. 1 pin da campanha




Além disso, após seis meses de contribuição, você e mais quatro pessoas poderão fazer uma visita ao Sítio! Todos serão contemplados com kits personalizados, incluindo camiseta, adesivo e certificado.




Depois de 12 meses:
Você ganhará um ingresso do nosso **jantar anual** com 50% de desconto. Seu nome também ficará exposto em uma **placa especial de sócios** na recepção e no nosso site.

30 ANOS DE HISTÓRIA, ACOELHIMENTO E AMOR




Somos uma Organização da Sociedade Civil (OSC) sem fins lucrativos. Abrimos nossas portas em 1993, em virtude da iniciativa de um religioso morfortino. Eramos uma Casa de Apoio que atendia crianças portadoras do vírus HIV ou doentes de aids. Atualmente, acolhemos em regime de moradia crianças e adolescentes, além de adultos com deficiências, idosos e pessoas em situação de vulnerabilidade. No site, você encontra todos os nossos projetos.





FALE CONOSCO
UNIDADE CAJAMAR (MATRIZ)
Telefone: (11) 99791-6001
E-mail: atendimento@sitiogagar.com.br
Site: www.sitiogagar.org.br

SIGA AS NOSSAS REDES SOCIAIS:



Fonte: TotalTargets

2.5.2 ESTRUTURA DO PROJETO

A Figura 2, a seguir, apresenta a estrutura de diretórios do projeto.

Figura 2 - Estrutura do Projeto



Fonte: Elaborado pelos autores

2.5.3 BANCO DE DADOS

A Figura 3 apresenta o Modelo Entidade-Relacionamento (MER) do banco de dados construído. Nele, observa-se os dados solicitados aos doadores durante o cadastro na *landing page*.

Figura 3

Doador	
PK, U	<u>id</u>
	nome
	tel
	voucher
	dataCadastro

Fonte: Elaborado pelos autores

2.5.4 BACK-END

Na figura 4, observa-se o painel de administração do projeto.

Figura 4

Django administration

WELCOME, **CINTIA**. [VIEW SITE](#) / [CHANGE PASSWORD](#) / [LOG OUT](#)

Site administration

AUTHENTICATION AND AUTHORIZATION

Groups

+ Add Change

Users

+ Add Change

VOUCHERS

Voucherss

+ Add Change

Recent actions

My actions

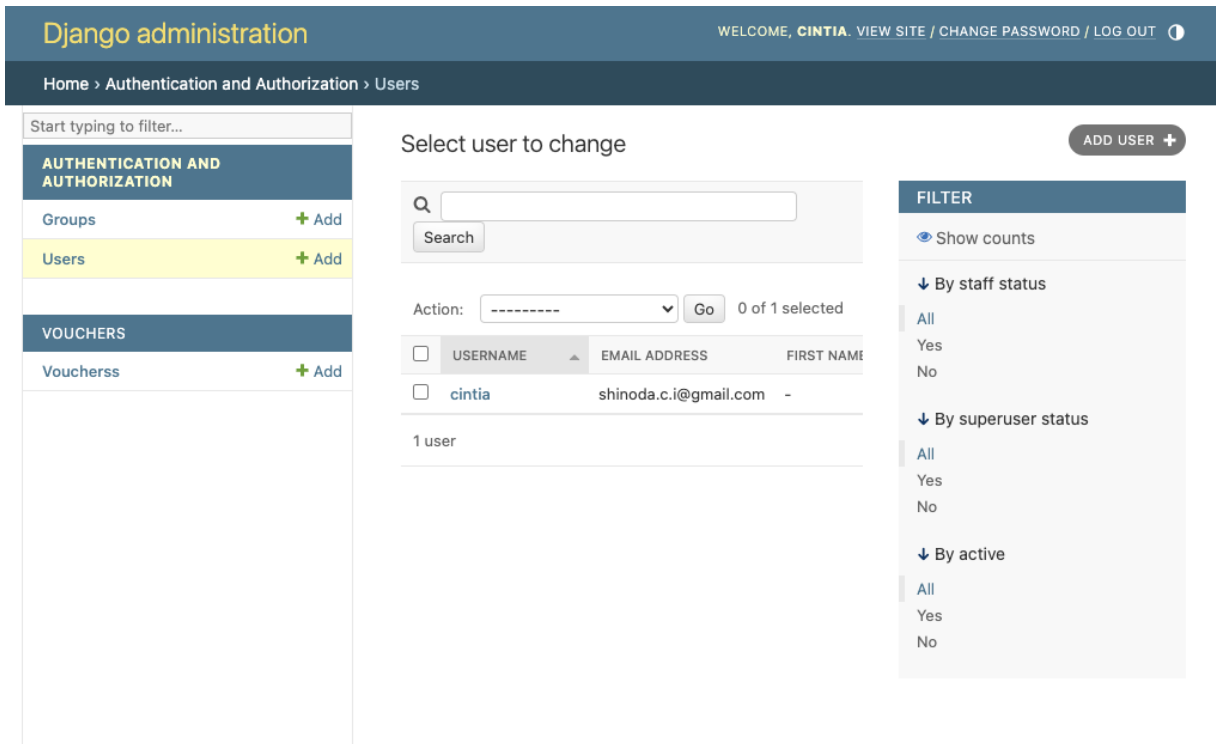
+ Doador0

Vouchers

Fonte: Elaborado pelos autores

Na Figura 5, vê-se os *superusers*, que têm acesso aos dados coletados.

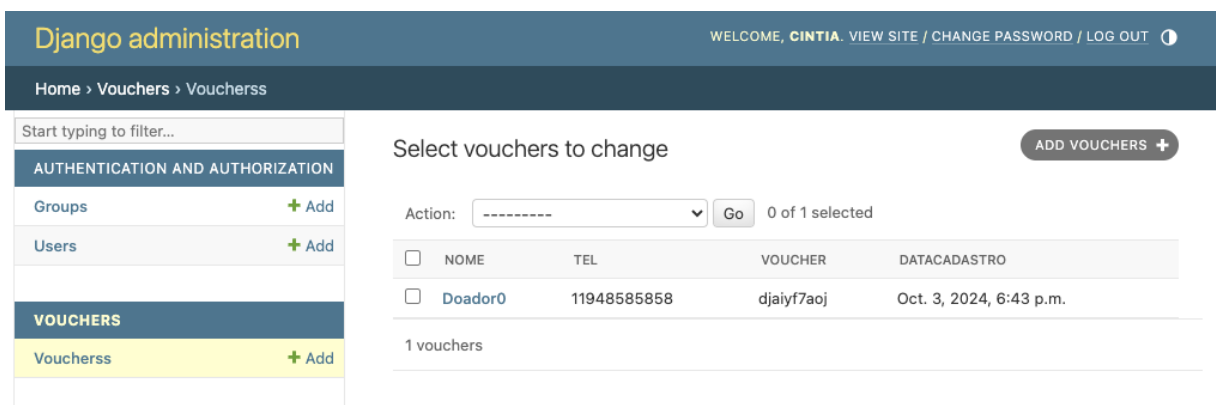
Figura 5



Fonte: Elaborado pelos autores

Na Figura 6, observa-se a inclusão de doador fictício, com propósito de teste do *back-end*.

Figura 6



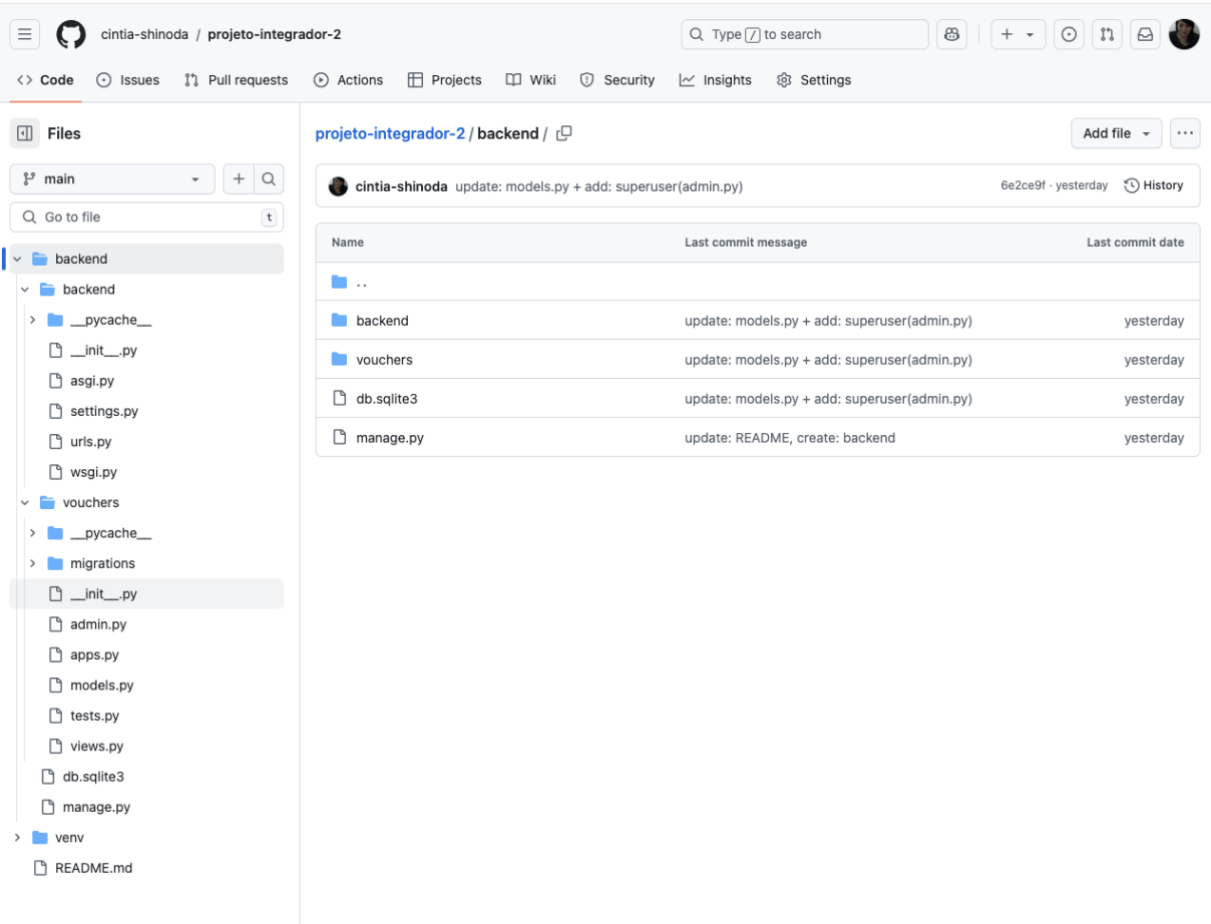
Fonte: Elaborado pelos autores

2.5.5 FRONT-END

2.5.6 VERSIONAMENTO DE CÓDIGO

Abaixo, na Figura 7, encontra-se o repositório utilizado para compartilhamento e versionamento do código do projeto.

Figura 7



Fonte: Elaborado pelos autores

<https://github.com/cintia-shinoda/projeto-integrador-2>

REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 14724**: Informação e documentação. Trabalhos Acadêmicos - Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2002.

SOMMERVILLE, I. Engenharia de Software. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2019.

FOWLER, Martin. Refatoração. Porto Alegre: Bookman, 2004.

APÊNDICE A

1ª Reunião sobre o Projeto Integrador com o Sítio Agar e TotalTargets

Data da Reunião: 30 de agosto de 2024

Local: Reunião virtual, mas não houve gravação.

Participantes:

- Altaisa Delmondes de Lima do Sítio Agar
- Roberto Escribano Martinez da TotalTargets
- Rogerio Gonçalves da Silva da UNIVESP
- Fernando Miguel Escribano Martinez da UNIVESP

Tema Principal: Redefinição da estratégia da campanha que foi proposta no semestre passado.

Contexto:

O grupo se reuniu para discutir uma nova estratégia de campanha para o Sítio Agar. A campanha anterior foi considerada complexa e difícil de gerenciar, tanto para efetiva implantação como na distribuição de brindes.

Discussão:

Primeiro o Fernando agradeceu em nome do grupo pela colaboração da Isa e do Sítio Agar, pois todos foram aprovados na disciplina no semestre passado.

Ainda informou:

- Que a disciplina Projeto Integrador se repete algumas vezes durante o curso na UNIVESP, porém o grupo não é exatamente o mesmo do semestre anterior.
- O projeto anterior não foi possível colocá-lo “em produção”.
- Como o projeto havia sido projeto há algum tempo, há a necessidade de serem feitas adaptações e pensar na distribuição das recompensas mencionadas na campanha

Além disso a Universidade nos pede que seja um novo problema.

Pensando em outro problema, anteriormente foi mencionado que o Sítio irá necessitar de alguma forma controlar quem fez os pagamentos.

Então foi feita a sugestão de uma nova campanha, mas direcionada ao Brechó, que teria como objetivo captar novos nomes.

A ideia seria dar um cupom de desconto a ser usado na primeira compra para quem se cadastrar e deixar o celular e/ou e-mail.

Com isso haveria a oportunidade de Sítio captar e organizar uma lista de leads interessados em receber ofertas do Brechó.

O Roberto lembrou que existem muitas ferramentas e talvez uma do tipo CRM terá muitas funções futuras. Além disso lembrou que para um primeiro momento a campanha tem um apelo maior pois atrai um interesse pela oferta.

Uma vez que o cadastro seja organizado será possível outras ações direcionadas a públicos específicos que estariam identificados, visando principalmente a fidelização.

A Isa lembrou que não há infraestrutura de tecnologia no Brechó e nem contatos cadastrados, no máximo celular pessoal. E que o cadastro de contatos está na agenda do celular corporativo.

Também sugeriu se poderia haver um QR code na loja que se poderia ser direcionado para a campanha.

Fernando respondeu quanto a falta de recursos, alternativamente é possível imprimir uma lista de códigos que seria preenchida manualmente por alguém do Brechó.

Quanto ao QR code, também será possível e a ideia será medir por onde o tráfego da landing page está vindo como por exemplo pelo Facebook, Instagram, QR Code ou outro.

Resumo:

Foi proposto um novo projeto que teria como objetivo captar novos clientes para o Brechó do Sítio Agar e organizar uma base de dados de leads. A campanha distribuiria um cupom de desconto para quem se cadastrar na Landing Page do Brechó. A equipe argumenta que a campanha é atrativa e oferece oportunidades de fidelização com ações direcionadas a públicos específicos. A discussão aborda a falta de infraestrutura tecnológica no Brechó e as possíveis soluções, incluindo um QR code ou uma lista de códigos impressa, além da análise do tráfego da landing page através de diferentes canais.

APÊNDICE B

2ª Reunião sobre o Projeto Integrador com o Sítio Agar e TotalTargets

Data da Reunião: 13 de setembro de 2024

Local: Reunião virtual – link da gravação: [2ª Reunião - Sítio Agar-20240913_111334-Gravação de Reunião.mp4 \(sharepoint.com\)](#)

Participantes:

- Altaisa Delmondes de Lima do Sítio Agar
- Roberto Escribano Martinez da TotalTargets
- Rogerio Gonçalves da Silva da UNIVESP
- Fernando Miguel Escribano Martinez da UNIVESP

Tema Principal: Redefinição da estratégia da campanha para o Brechó do Sítio Agar.

Contexto:

O grupo se reuniu para discutir a estratégia da campanha para o Brechó. A ideia inicial era oferecer um desconto de 10% nas compras no Brechó em troca de doações. No entanto, essa ideia foi considerada complexa e difícil de gerenciar.

Principais Pontos:

- **Dificuldade em determinar o valor da troca:** A proposta inicial de trocar doações por descontos foi considerada complexa por não haver uma maneira fácil de determinar o valor das doações face ao desconto correspondente da compra.
- **Falta de controle sobre as doações e as vendas:** O grupo expressou preocupação com a falta de controle sobre o tipo e quantidade de doações que seriam recebidas, e como isso poderia criar impacto no estoque do Brechó.
- **Importância de definir objetivos claros:** A necessidade de definir objetivos claros para a campanha foi levantada, questionando se o foco principal era arrecadar doações para o Brechó ou atrair novos clientes. O que foi respondido pela Isa que pela visão do Seu Antonio (fundador da instituição) seria por arrecadar doações para o Brechó.
- **Necessidade de uma mecânica mais simples:** Foi sugerido que a campanha deveria ter uma mecânica mais simples e direta, com uma relação clara entre a ação do público e o benefício recebido.
- **Alinhamento com as necessidades do Brechó:** Foi destacado que a campanha precisa ser relevante para as necessidades reais do Brechó.

Próximos Passos:

- Repensar os princípios da campanha (arrecadação de doações ou atrair novos clientes).
- Criar uma estratégia com uma mecânica mais simples e atrativa.
- Apresentar as novas ideias para o grupo em uma próxima reunião.

Próxima Reunião:

- Data: No dia 18 próxima quarta-feira.
- Hora: 10:00h.

Responsáveis:

- O Roberto ficará responsável por desenvolver a nova estratégia da campanha.
- O grupo como um todo deve contribuir com ideias e sugestões.

Resumo:

A reunião discute a organização de uma campanha para arrecadar doações para um Brechó do Sítio Agar. Houve a discussão de diferentes ideias para a campanha, como oferecer descontos em compras para aqueles que doarem itens para o brechó. No entanto, eles percebem que esta estratégia pode ser complexa e difícil de gerenciar devido à imprevisibilidade dos itens doados face ao valor do desconto oferecido em compras. O grupo então decide focar em um objetivo mais simples e claro para o entendimento do público-alvo.

Um dos objetivos é atrair novos clientes para o Brechó e expandir o cadastro de doadores.

Eles concordam em repensar a campanha e criar uma mecânica mais simples e eficaz, com o objetivo de facilitar também a organização e o impacto da campanha.

APÊNDICE C

3ª Reunião sobre o Projeto Integrador com o Sítio Agar e TotalTargets

Data: 18 de setembro de 2024

Local: Reunião virtual – link da gravação: [3ª Reunião Sítio Agar-20240918_101709-Gravação de Reunião.mp4 \(sharepoint.com\)](#)

Participantes:

- Altaisa Delmondes de Lima do Sítio Agar
 - Roberto Escribano Martinez da TotalTargets
 - Pedro Henrique Faria Cruz da UNIVESP
 - Fernando Miguel Escribano Martinez da UNIVESP
-

Pauta: Discussão sobre propostas de ação para captação de doações para o brechó do sítio.

1. Abertura da Reunião

- Roberto iniciou a reunião abordando o objetivo principal: captar doações e dados de doadores para o Brechó do Sítio Agar, considerando que a equipe do Brechó tem recursos limitados.

2. Apresentação das Propostas

- **Roberto** apresentou três opções de ação para captação de doações:

Opção 1:

- Criação de uma **landing page** para captar doações onde os doadores ganhariam um **voucher de desconto** para utilizar no brechó. O cadastro seria feito na página para obtenção do cupom, captando os dados dos doadores.

Opção 2:

- **Clube do Brechó:** Ao doar um item, o participante receberia um **kit de brindes** do sítio e passaria a receber ofertas semanais com exclusividade. O valor do kit de brindes seria controlado para não gerar prejuízos. O kit pode conter itens disponíveis no brechó, ou brindes que o sítio já possui, como os usados em eventos passados.

Opção 3:

- **Sorteio Mensal de Prêmios:** Ao doar, o participante receberia um **número da sorte** para concorrer a prêmios mensais. Esses prêmios seriam itens de maior destaque doados ao brechó. Essa ação também serviria para captar dados dos doadores.

3. Discussão das Propostas

- **Isa** expressou preferência pela terceira opção (sorteio), destacando o engajamento que sorteios geram entre os participantes.

- **Roberto** explicou que o sorteio e a geração de números da sorte seriam automatizados. A pessoa que doar receberia um QR code para preencher seus dados e obter o número da sorte.
- **Isa** levantou a preocupação operacional sobre como gerenciar os dados e o processo de entrega dos números da sorte, além da comunicação com os ganhadores.

4. Automatização e Operação

- **Fernando** explicou que o sistema de cadastro e sorteio seria automatizado, facilitando a operação para a equipe reduzida do brechó.
- Os participantes discutiram sobre a possibilidade de:
 - Envio automático de um e-mail com o número da sorte para cada doador.
 - Geração automática do sorteio mensal.
 - Envio de comunicações automáticas aos ganhadores e participantes que não ganharam, incentivando novas doações.
 - Exibição de fotos dos ganhadores com o prêmio nas unidades do brechó para aumentar o engajamento.

5. Controle de Cadastros

- **Isa** pediu esclarecimentos sobre o controle dos cadastros.
- **Fernando** sugeriu que os contatos fossem armazenados automaticamente na agenda corporativa do sítio, com uma etiqueta identificando a campanha de origem.
- **Isa** reforçou a importância de garantir que os contatos sejam organizados de forma a não se misturarem com outros e-mails recebidos pelo sítio.
- **Roberto** sugeriu que fosse criado um campo no cadastro para identificar os contatos vindos de cada campanha. Além disso, propôs a geração de um relatório (em Excel) para checar se todos os contatos foram captados corretamente.

6. Encaminhamentos

- **Roberto e Fernando** se comprometeram a preparar uma descrição detalhada da proposta do sorteio e da landing page para envio à equipe do sítio.
- **Isa** levará as propostas para aprovação com **Antônio e Erik**.
- **Fernando** trabalhará na automatização do sistema de cadastro e sorteio.
- O grupo agendará uma nova reunião para revisar as implementações, com previsão para o final da semana.

7. Encerramento

- A reunião foi encerrada com o consenso de que a proposta do sorteio será o foco principal, devido ao seu potencial de engajamento.

APÊNDICE D

Mensagens trocadas no dia 20 de setembro:

I. Introdução e Contexto:

- Adaptação da proposta de projeto devido à restrição de tempo.
- Divisão do projeto original em duas fases.

II. Fase 1 do Projeto:

- Objetivo: Desenvolvimento de uma landing page funcional.
- Funcionalidades da landing page:
- Captação de contatos.
- Envio de código de confirmação por SMS após cadastro.
- Justificativa para iniciar com a Fase 1:
- Criação de uma base sólida para a Fase 2.
- Possibilidade de testes e promoções para validar a plataforma.

III. Fase 2 do Projeto:

- Objetivo: Implementação da funcionalidade de sorteio.
- Detalhes sobre as funcionalidades e escopo da Fase 2 serão especificados em detalhes depois da implantação da Fase 1.

IV. Próximos Passos:

- Necessidade de agendamento de uma conversa com Isa.
- Objetivo da conversa: Discutir a proposta adaptada em detalhes.

V. Tom da Mensagem:

- Sensibilidade e reconhecimento da empolgação de Isa pelo projeto original.
- Garantia de que a adaptação não invalida o trabalho já realizado.
- Confiança no sucesso da adaptação e busca por diálogo para alinhar expectativas.

APÊNDICE E

4ª Reunião sobre o Projeto Integrador com o Sítio Agar e TotalTargets

Data da Reunião: 04 de outubro de 2024

Local: Reunião virtual – link da gravação: [2ª Reunião - Sítio Agar-20240913_111334-Gravação de Reunião.mp4 \(sharepoint.com\)](#)

Participantes:

- Altaisa Delmondes de Lima do Sítio Agar
- Roberto Escribano Martinez da TotalTargets
- Rogerio Gonçalves da Silva da UNIVESP
- Fernando Miguel Escribano Martinez da UNIVESP

1. Objetivo da Reunião

Discutir e definir os próximos passos para a implementação e validação da campanha de cadastro e desconto no Brechó Sítio AGAR, com foco na criação de uma página de teste e a validação do processo de cadastramento e comunicação com os usuários.

2. Discussões Principais

2.1. Limitações do Projeto

- **Equipe e Tempo:** O grupo reconheceu que seria inviável implementar todas as funcionalidades inicialmente previstas devido à limitação de tempo e pessoal. Foi acordado que a entrega será dividida em fases, priorizando as funcionalidades essenciais para validar o sistema de cadastro e envio de códigos de desconto.
- **Comunicação com Usuários:** A comunicação com os cadastrados, por e-mail ou WhatsApp, é essencial, mas atualmente não há uma pessoa dedicada no Brechó para essa tarefa. Isso pode comprometer a continuidade da campanha, já que a comunicação é fundamental para manter os usuários engajados.

2.2. Proposta de Solução

- **Página de Cadastro e Desconto:** O foco imediato será criar e validar uma página de cadastro onde os usuários poderão inserir seus dados e receber um código de desconto após doarem itens ao brechó.
- **Criação de Lista de Transmissão no WhatsApp:** Para facilitar o envio de ofertas e novidades aos cadastrados, foi proposta a criação de uma lista de transmissão no WhatsApp. O objetivo é manter a comunicação simples e acessível, mesmo com a equipe reduzida.

2.3. Ajustes Necessários no Texto da Campanha

- Correções no texto da campanha foram discutidas. O texto atualizado será:

- “Entre para o clube do Brechó do Sítio AGAR e nos ajude a expandir essa ação de solidariedade. Faça uma doação de alguma peça, sapato, roupa, móvel, em bom estado e ganhe um voucher de desconto de 10% para sua próxima compra no brechó. Ao preencher o voucher com seus dados, você passará a receber ofertas do brechó e novidades sobre como essa atividade vem contribuindo para ajudar crianças, jovens e idosos.”
- O voucher deverá incluir: nome, e-mail, celular e o desconto de 10%, válido para a primeira compra após a doação.

2.4. Validação da Campanha

- Mesmo que a campanha completa não seja divulgada de imediato, é necessário validar o processo com pelo menos algumas pessoas para garantir que o sistema de cadastro e o envio de códigos funcionem corretamente.
 - A validação pode ser realizada com um grupo pequeno de pessoas internas ao projeto (como o Eric e outros).
-

3. Próximos Passos

- **Criação da Página de Teste:** A equipe técnica vai finalizar a criação da página de cadastro, com o texto ajustado e o campo de desconto de 10%.
 - **Discussão sobre Operação no Brechó:** Será realizada uma reunião com o responsável do Brechó (Antônio) para verificar a viabilidade de designar alguém para gerenciar a lista de transmissão e responder a solicitações dos usuários cadastrados.
 - **Testes da Página:** O sistema será testado com um grupo pequeno de usuários para garantir que o processo de cadastro e envio do código de desconto esteja funcionando conforme esperado.
 - **Decisão sobre a Divulgação:** Após a validação inicial, serão discutidas as ações para uma campanha mais ampla.
-

4. Encaminhamentos

- Ajustar o texto da página de cadastro e do voucher conforme discutido.
 - Realizar os primeiros testes da campanha até o final de novembro.
 - Verificar com o responsável do Brechó a possibilidade de alocar uma pessoa para gerenciar a comunicação com os cadastrados.
 - Definir os detalhes sobre o domínio da página de cadastro.
-

Encerramento: A reunião foi finalizada com o compromisso de dar andamento às ações discutidas, especialmente a finalização da página de cadastro e a validação do processo de envio de códigos.