

MBA⁺

Arquitetura da Escolha - UX, Design Thinking e Modern Web
Prof. Leonardo Carneiro Pinho

Tema escolhido: E-commerce

352028 CAIO OLIVEIRA AMARAL

352188 DEIVID RAFAEL DO ROSARIO

352584 RICHARD LIBERATO DE SOUZA

352019 WEBER LOPES DE MORAIS

Agenda

1

Quem somos?

Como a DRWC2 apoia seus clientes em sua transformação digital

2

O que sabemos?

Discovery para identificar pontos de necessidade na visão de arquitetura

3

Arquitetura AS-IS

Estado atual da arquitetura

4

Arquitetura TO-BE

Solução proposta para atender as necessidades de Time-to-Market e Market share

5

Vamos fazer a transformação juntos?

Considerações finais sobre o trabalho proposto



Construindo seu futuro

Valores

❖ Inovação

❖ Integridade

❖ Colaboração

❖ Excelência

❖ Adaptabilidade

❖ Empoderamento



Missão: Capacitar organizações a alcançar sua plena eficiência e potencial por meio de soluções de arquitetura de negócios inovadoras e personalizadas.



Visão: Ser reconhecida como a principal parceira estratégica das empresas, contribuindo para sua sustentabilidade, crescimento e excelência operacional em um mundo em constante evolução.



Quem Somos?

Somos uma equipe apaixonada e dedicada de arquitetos de negócios e soluções, impulsionados pela missão de moldar o futuro das organizações através da estratégia e inovação.

Acreditamos firmemente que cada empresa tem o potencial de alcançar excelência e sucesso sustentável.

Será que a arquitetura atual suporta a Black Friday ... ?



Bom... qual é a nossa visão dos problemas que temos atualmente?

Canvas para identificar o que sabemos e não sabemos do problema a ser solucionado

Nome do projeto: Projeto Prometheus

O que sabemos?

O que não sabemos?

Partes interessadas

Quem são os usuários

O que a empresa espera atingir com o projeto

Quem são os stakeholders

Possíveis clientes e parceiros

Existem padrões ocultos

Quais são os principais riscos?

Quais são os principais concorrentes?

Quais as maiores dificuldades para a mudança de plataforma?



...e o que não sabemos dos problemas?

Canvas para identificar o que sabemos e não sabemos do problema a ser solucionado

O que não sabemos?

Existem
padrões
ocultos

Quais são
os
principais
riscos?

Quais são os
principais
concorrentes?

Quais as
maiores
dificuldades
para a mudança
de plataforma?



Existem
padrões
ocultos?

Identificação de integrações com aplicações legadas

Convivência com e-commerce atual

Integração com backend e serviços de barramento
Indisponibilidade nas épocas sazonais (Black friday, Natal)

Quais os
principais
riscos?

Infraestrutura obsoleta

Softwares sem suporte e desatualizados

Quais são os
principais
concorrentes

E-commerces de fora do Brasil

E-commerces do modelo C2C

Quais as
maiores
dificuldades
para mudança
de plataforma

aumento de custos com OPEX

Prazo de implementação

Dominio de tecnologia por parte dos times de sustentação

O que pretendemos resolver com uma nova arquitetura?



Time to Market

Aumentar o time to Market (TTM) visando o crescimento direto de receita e contensão de despesas



Vendas via Marketplace

Canais de vendas através de marketplace com parceiros homologados afim de atingirmos nossos clientes em todos os lugares



Segurança e escalabilidade

Buscar maior segurança para os clientes, parceiros e prover toda estabilidade e escalabilidade possível durante as campanhas de vendas

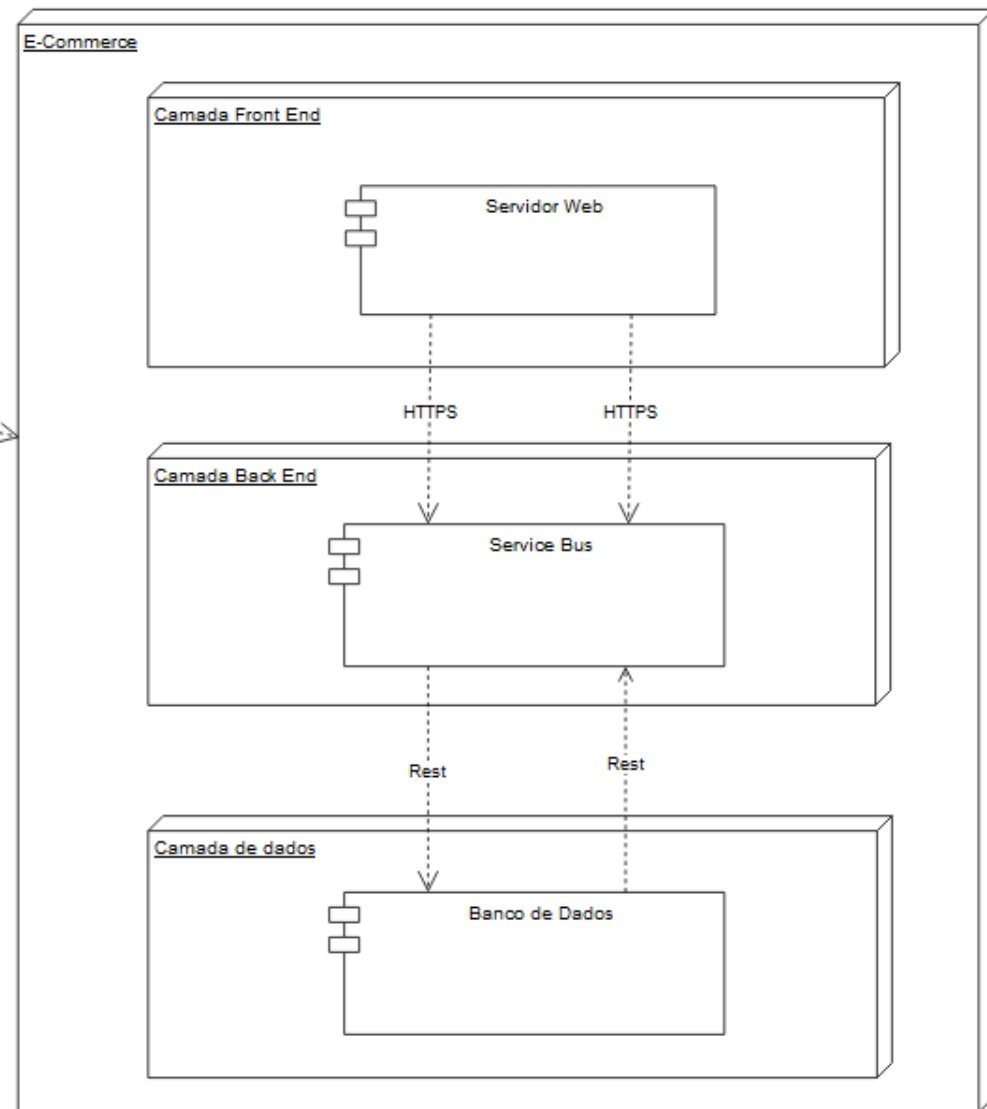
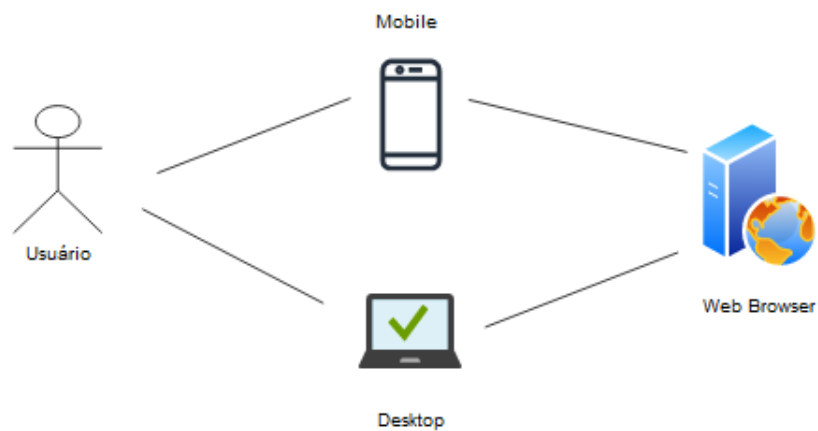


Experiência do cliente

Melhorar a experiência do cliente na interação assim como por todo processo de compra

Metamodelo da arquitetura

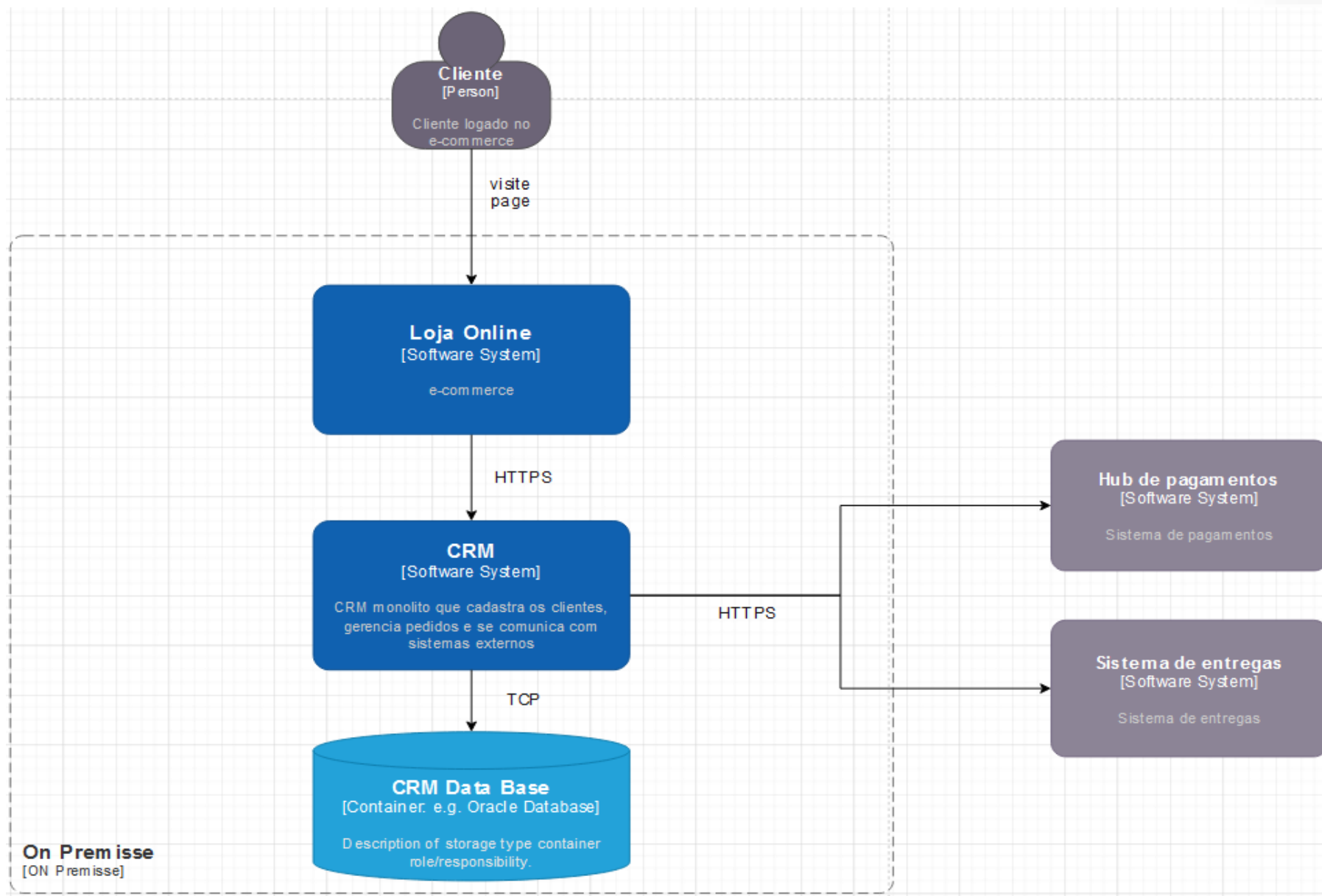
Framework dos componentes principais



Como era a arquitetura anterior ?

Arquitetura atual

Estado atual da arquitetura de soluções do e-commerce



Requisições do E-commerce

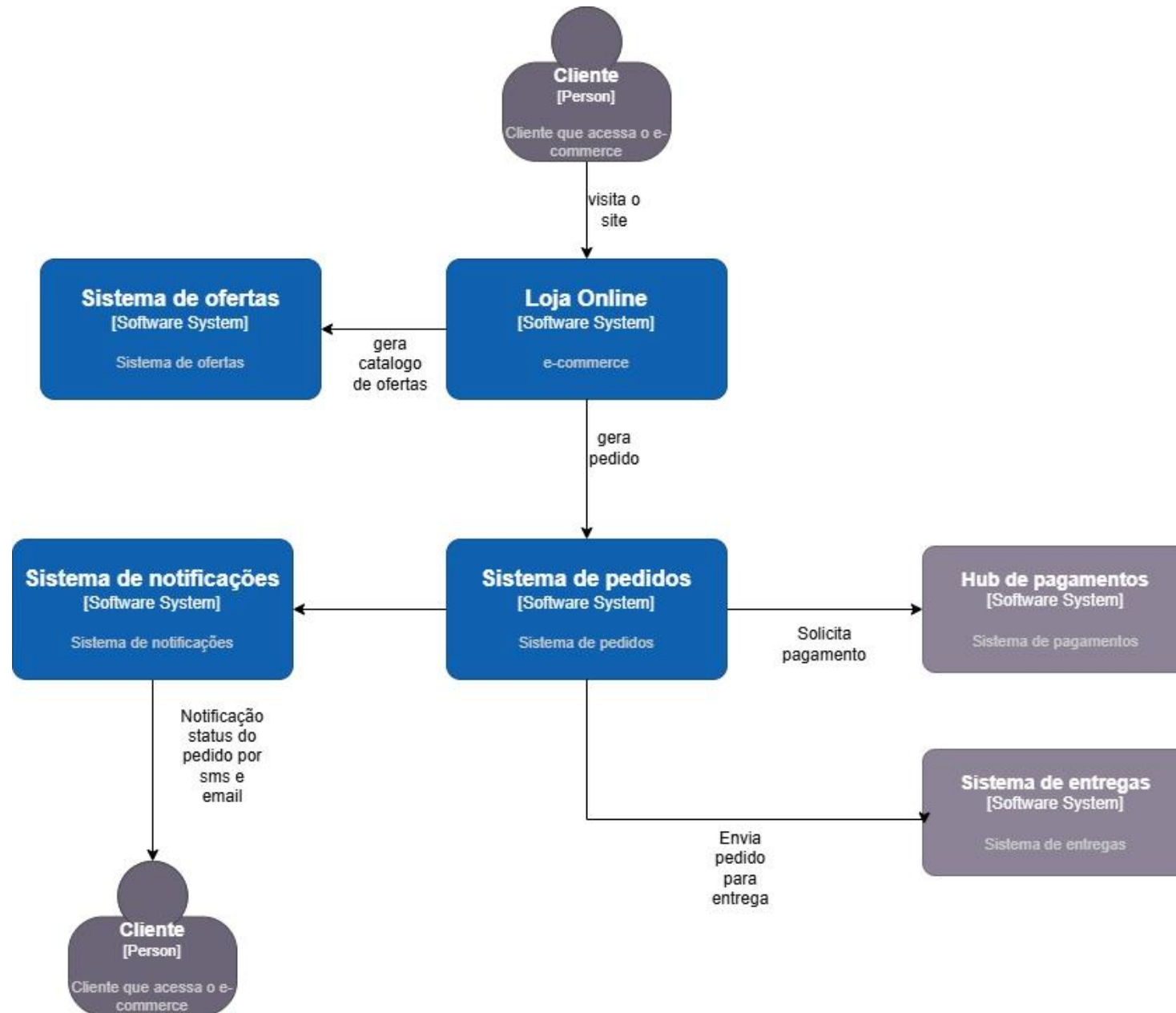
~2.000.00/dia
requisições na
camada front-end

~1.000.00/dia
requisições na
camada back-end

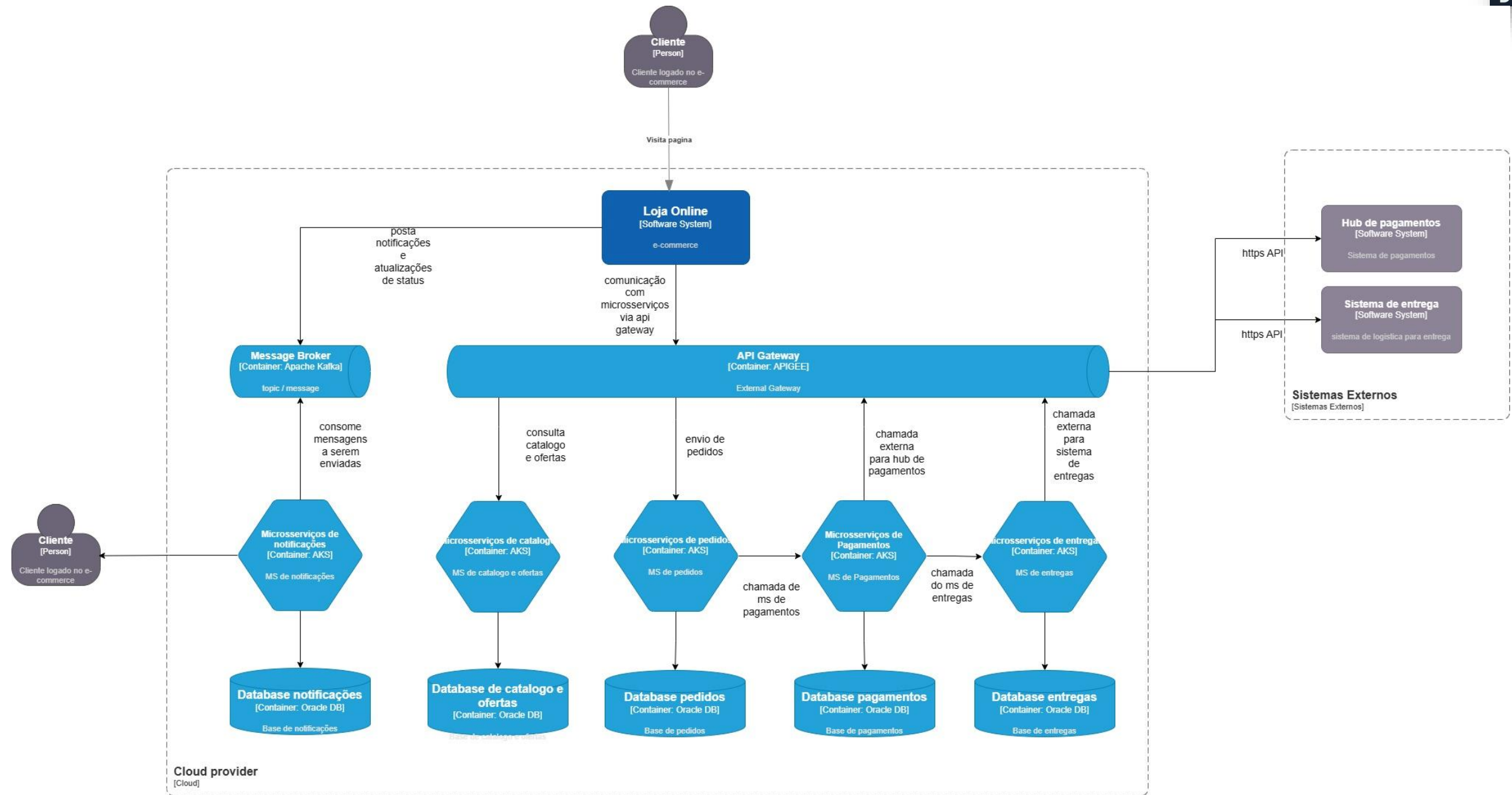
~250.000/dia
operações na camada
de banco

E como ficou a nova arquitetura proposta?

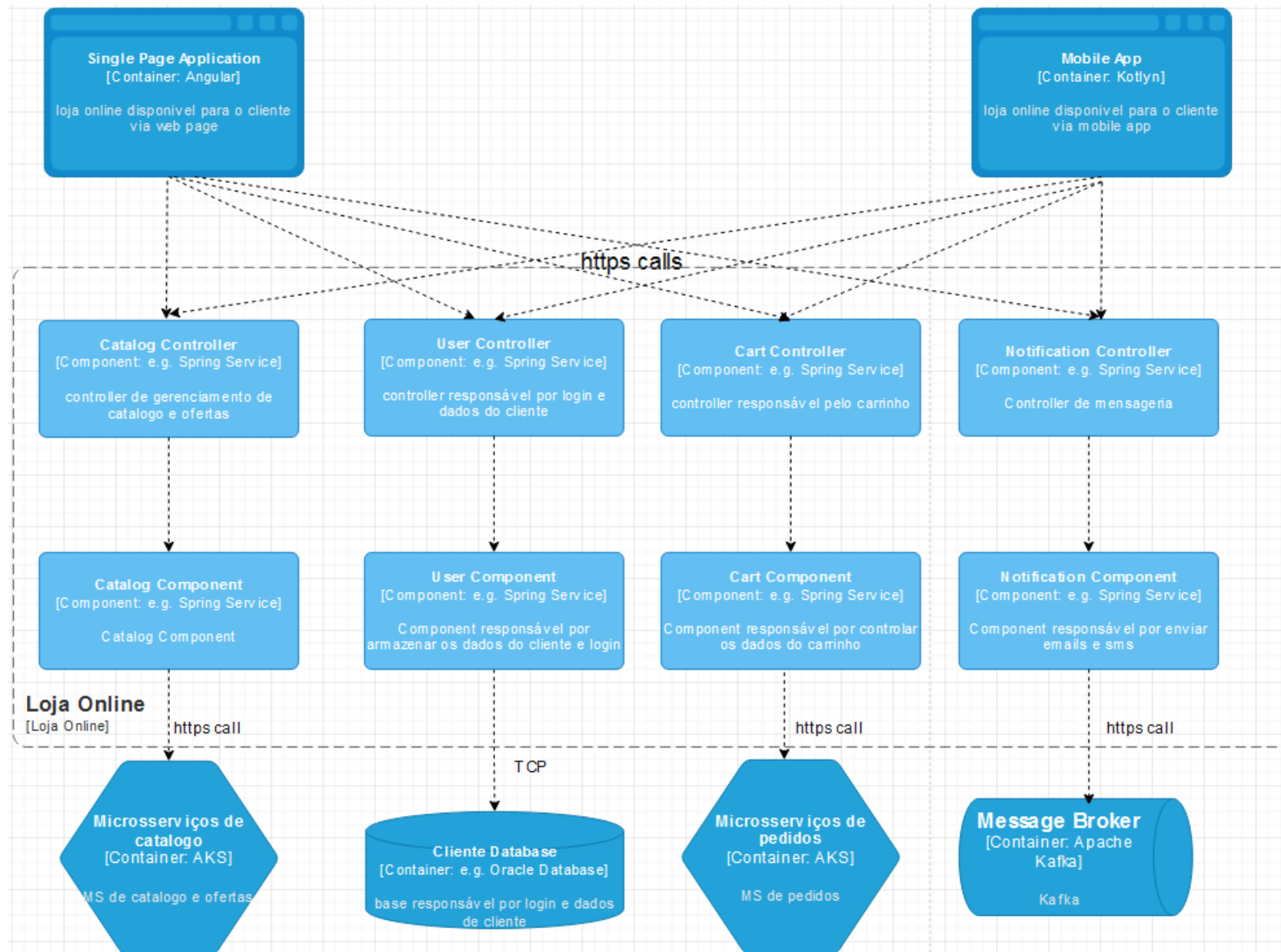
Arquitetura de Contexto



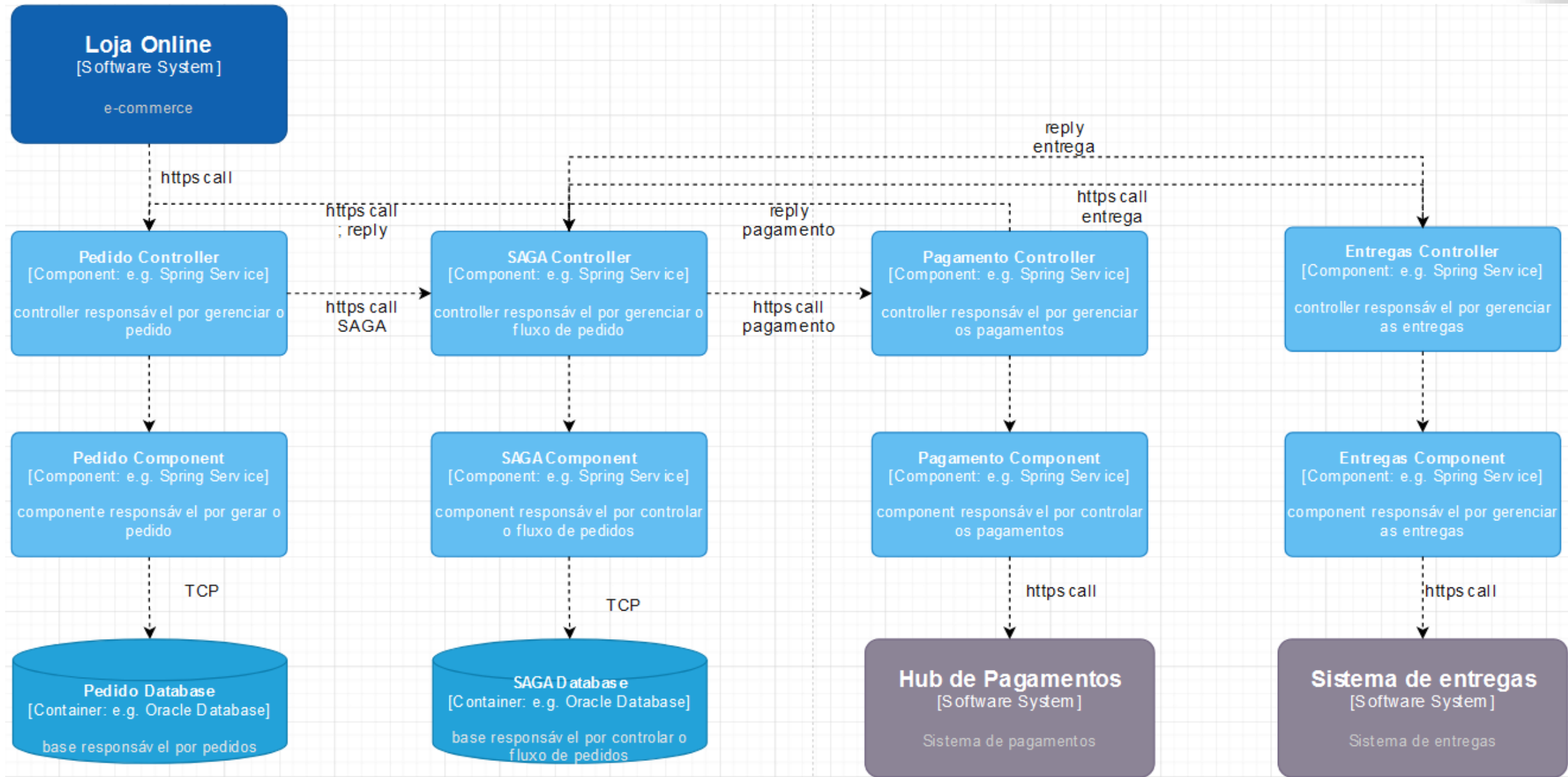
Arquitetura de Containers



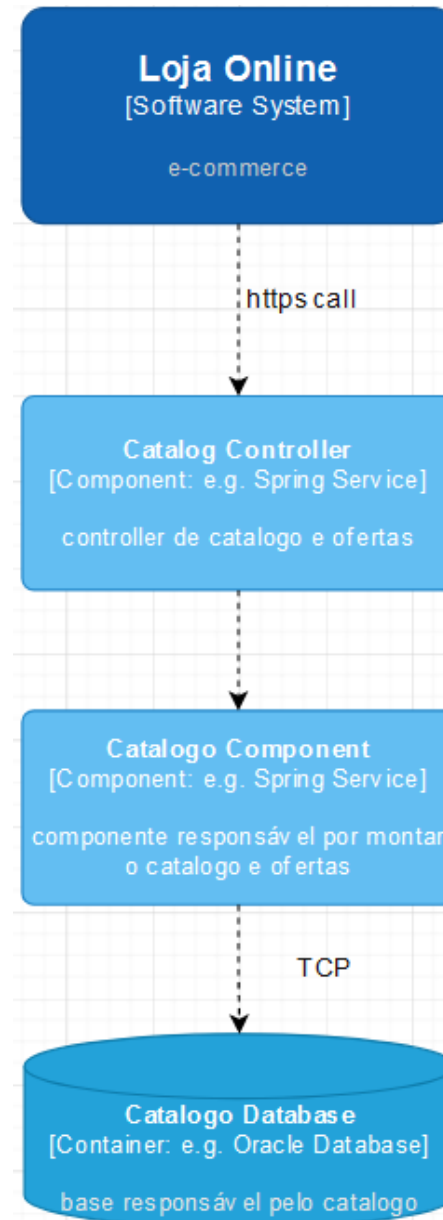
Arquitetura de Componentes – Loja Online



Arquitetura de Componentes – Fluxo de Pedidos



Arquitetura de Componentes – Catalogo



Conclusão



Resultados esperados

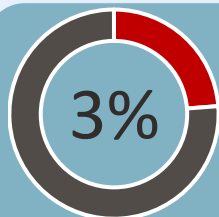
Market share

Vendas via Marketplace

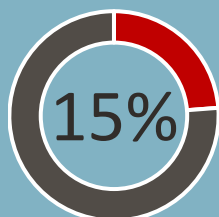
Projeção de aumento de ~18% no faturamento em FY24

Projeção de crescimento!!

A arquitetura proposta visa trazer não só inovação mas também disponibilidade tendo como meta final o aumento de receita.



de aumento
Projeção de crescimento no faturamento atingindo novos canais e estados do Brasil



de aumento
Projeção de crescimento no faturamento, pois atualmente não existe vendas por Marketplace



MBA⁺

Perguntas?
Obrigado!