



Caroline Gavazzoni
Franco Granzotto Costa
Gabriel Mensato Doring
Guilherme Marques Arruda
Julio Podolan Nicolodi
Maria Eduarda Schmidt Neitzke
Richard Van Hattem

Consultoria DroneMapp 2019

CURITIBA

2019



Caroline Gavazzoni
Franco Granzotto Costa
Gabriel Mensato Doring
Guilherme Marques Arruda
Julio Podolan Nicolodi
Maria Eduarda Schmidt Neitzke
Richard Van Hattem

Consultoria DroneMapp 2019

RESUMO: Este documento tem como intenção detalhar o processo de consultoria que foi realizado na Startup DroneMapp pelos alunos do Management Experience Program. Além disso, esse documento visa explicitar todo o trabalho que foi realizado pelos alunos durante o período

CURITIBA

2019

INTRODUÇÃO

A DroneMapp é uma startup curitibana que surgiu com o intuito de mapear obras através da utilização de drones, para facilitar os trabalhos de construção civil. No entanto, no ano de 2018 a empresa reformulou o negócio e passou a trabalhar com softwares para gestão de obras, com capacidade para medir a produtividade das obras e mapear processos.

Através da consultoria realizada no ano passado (2018), a empresa foi capaz de definir sua visão, missão e valores. Sendo assim, visam ser o novo *status quo* do mercado, usando tecnologia para gerar inteligência e informação com segurança para solucionar de forma ágil os problemas de seus clientes.

Com a mudança no modelo de negócio, a empresa busca atingir novos clientes e novas áreas do mercado, para isso procuram entender um pouco mais sobre o mercado para desenvolver um produto atraente para os clientes.

OBJETIVOS DA CONSULTORIA

Para dar início ao processo de consultoria foram definidos objetivos e key results que deveriam ser concluídos ao final do processo. Sendo eles:

O1: Criação do Freemium/Premium

KR1: Pesquisa sobre as features do app com um cliente que já obteve contato com o software.

- O que achou de bom;
- O que pode ser melhorado;
- Porque ele escolheu o software;
- Qual feature ele sentiria falta;
- Qual feature poderia ser implementada no Software;
- O que pode ser retirado;
- O que o fez escolher o app (qual o diferencial dele?).

KR2: Validar o que obteve-se com a pesquisa realizada. Com pessoas que ainda não tiveram acesso ao software realizar uma pesquisa demonstrando o produto ao entrevistado e realizar perguntas como as do KR.

KR3: Benchmark.

Realizar uma pesquisa com os principais concorrentes da empresa e assim conseguir informações como:

- Principais diferenciais do software;
- Qual o valor médio de mercado;
- O que pode ser implementado;
- O que pode ser adicionado/melhorado ao que já existe.

O2: Modelo de precificação do produto.

KR1: 3 sugestões de modelos para precificação/Business Model.

Com as informações coletadas do O1 construir 3 sugestões de modelos de precificação e um Business Model a ser seguido.

KR2: Gerar um modelo de precificação e Benchmark.

Apresentar uma conclusão do trabalho com um modelo ideal de precificação aplicável e um Benchmark.

Porém, ao longo de todo o processo de trabalho, os objetivos a serem atingidos mudaram, fazendo com que o processo fosse direcionado a duas pesquisas de mercado. Tendo como objetivo inicial a criação do modelo freemium/premium e dessa forma determinar um modelo de precificação. Sendo assim, os novos objetivos foram estabelecidos, de forma que se alinhassem com a nova proposta da empresa. E esses novos objetivos eram:

O1: Pesquisa Quantitativa

KR1: Questionário direcionado para cada tipo de profissional: estudante de engenharia civil/arquitetura, professor/coordenador de engenharia civil ou arquitetura, engenheiro de planejamento, engenheiro de obras, empreiteiro, direto/proprietário, outro.

KR2: Montar lista de transmissão: reunir contatos de todos os integrantes de da Dronemapp, além de pesquisar novos, para divulgar a pesquisa

O2: Pesquisa Qualitativa

KR1: Personas: fazer a persona que irá responder a pesquisa qualitativa, sendo um aluno e um profissional da área.

KR2: Estratégia para atrair respondentes: estabelecer uma estratégia que nos permita atrair respondentes para a pesquisa, encontrando coisas que chame a atenção dos mesmos.

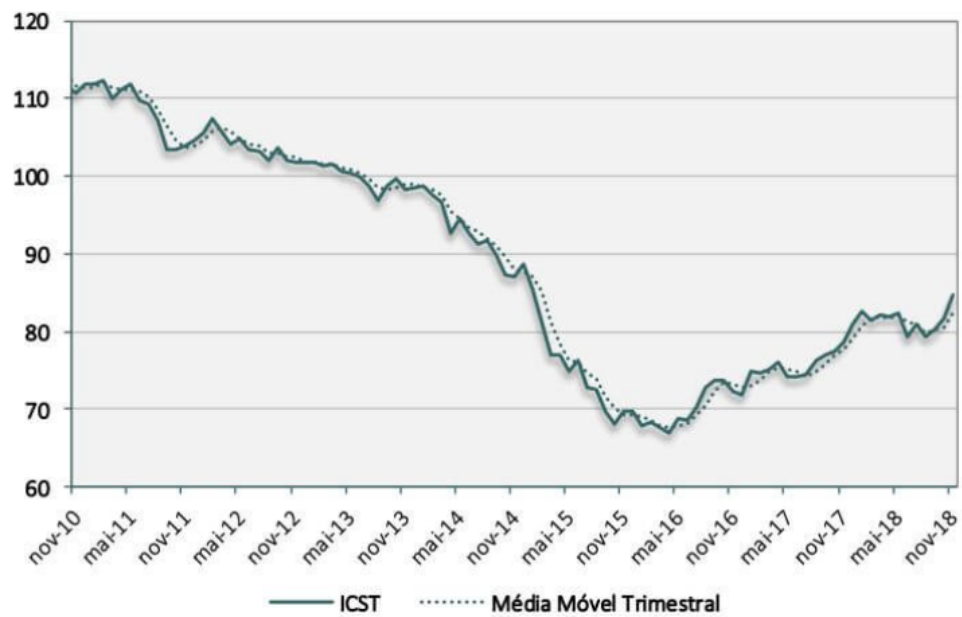
KR3: Passos da pesquisa qualitativa: definir as perguntas que serão feitas na pesquisa qualitativa.

Com os novos objetivos definidos, demos início ao trabalho para que fosse possível cumprir todos eles.

ANÁLISE DO SETOR



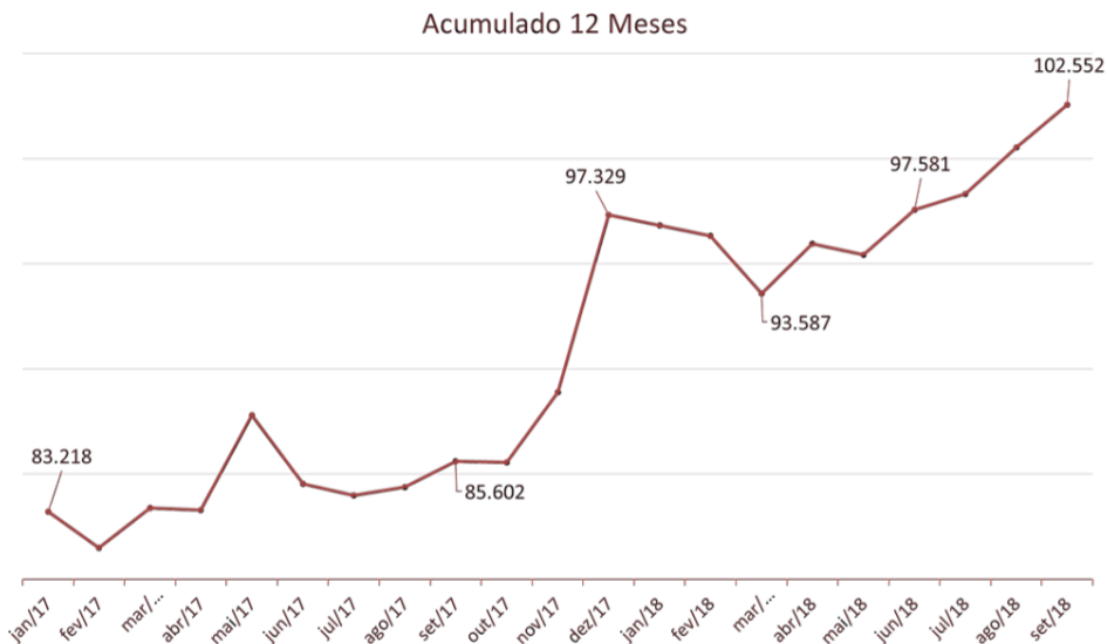
Índice de confiança no mercado de construção civil



Unidades residenciais vendidas



Unidades residenciais vendidas



PIB Brasil x PIB Setor construção civil



Podemos concluir com a análise feita, baseado em pesquisas e gráficos sobre o setor de construção civil, algumas informações importantes que contribuem muito para um futuro desenvolvimento da empresa DroneMapp. Foi perceptível, após uma série de análises, que nos últimos anos houve uma grande turbulência no setor de construção civil principalmente de 2014 até 2017. Apesar do período difícil

de crise, principalmente pela mudança de governo e com a adoção de novas políticas econômicas, houve certa melhora no setor a partir de 2017. O PIB vem aumentando e deixou de ter crescimento negativo, no entanto o crescimento do setor de construção continua negativo, mas em um cenário muito mais favorável e com expectativa de crescimento . Com o reaquecimento do mercado abrem-se novas janelas de oportunidades de investimento.

BENCHMARKING



Nessa etapa do processo analisamos empresas concorrentes do setor, com o objetivo de analisar o site, modo de disponibilização das informações, áreas de atuação, tamanho das empresas, modelo de precificação, e de comunicação com o cliente.

Entende-se a partir da análise elaborada a relevância de um teste grátis para que o cliente possa ter uma noção melhor do uso do software, da importância de levar a plataforma para o celular, que a plataforma possa ser acessada offline, serviço para estudante e site bem desenvolvido com tutoriais e demonstrações do uso do software.

Empresas analisadas: Mobuss, Ambar, Construct, Veja Obra, Prevision

PESQUISA QUANTITATIVA



Ao longo do semestre também desenvolvemos a pesquisa quantitativa, com o intuito inicial de determinar o mercado consumidor principal do software desenvolvido pela DroneMapp. No entanto durante a criação da pesquisa e durante as reuniões com a empresa, tornou-se perceptível que o material poderia ter um uso mais amplo. Esse uso mais amplo teria a capacidade de gerar resultados mais relevantes para a empresa sobre quais são os elementos que poderiam ser mudados e aperfeiçoados no software. Desta forma, foi criado um questionário bem completo para que, a partir dele, a empresa possa compreender o que cada um de seus potenciais clientes deseja ao utilizar o software. Com base nessa pesquisa poderia ser encontrada as principais necessidades e dores no ramo da construção civil.

- Personas
- Determinação do perfil do respondente
- Questionário para cada perfil, buscando saber as dificuldades de cada
- Exemplo de questionário: Empreiteiro

PERGUNTAS

RESPOSTAS

Texto de resposta curta

Você é ... *

- ☐ Estudante de Engenharia Civil / Arquitetura
- ☐ Professor / Coordenador de Engenharia Civil ou Arquitetura
- ☐ Engenheiro de planejamento
- ☐ Engenheiro de obras
- ☐ Empreiteiro
- ☐ Diretor / Proprietário
- ☐ Outro

Empreiteiro

Descrição (opcional)

Na sua opinião, quais são as maiores causas de atrasos na obra?

- ☐ Falta de comunicação e clareza no que deve ser feito
- ☐ Retrabalho
- ☐ Falta de material / falha no processo de compra
- ☐ Erro na elaboração do cronograma (Prazos muito curtos)

Selecione problemas que você enfrenta no dia a dia

- ☐ Falha na liberação de frente de obra para que eu inicie minhas atividades
- ☐ Não saber quanto vou faturar e se será suficiente para obter resultado positivo
- ☐ Falta de material para executar minhas atividades
- ☐ Não saber com clareza o que deve ser feito e quais são os prazos
- ☐ Problemas com minha equipe / falta de gente

Engenheiro de planejamento

Descrição (opcional)

Na sua opinião, quais são as maiores causas de atrasos na obra? *

- ☐ Equipes não sabem com clareza o que deve ser feito e qual o prazo.
- ☐ Equipe de obras não segue o planejamento
- ☐ Baixa qualidade na execução dos serviços, causando retrabalho.
- ☐ Falta de material / falha no processo de compra
- ☐ Erros na elaboração do cronograma
- ☐ Outros...

Selecione os principais problemas que você enfrenta no processo de planejamento:

- ☐ Dificuldade de obter os quantitativos
- ☐ Muito tempo gasto para elaborar o cronograma devido a falta de ferramentas (muito trabalho manual)
- ☐ Dificuldade em dimensionar o prazo de cada tarefa por desconhecimento da produtividade
- ☐ Dificuldade de planejar em função dos prazos e custos acordados com o cliente



(Edição)

PESQUISA QUALITATIVA



Iniciamos um roteiro para a pesquisa qualitativa com o intuito de identificar as facilidades e o que gera dificuldade no uso do software. A ideia inicial é fazer a pesquisa qualitativa em uma sala estúdio na Fae-lab com professores de engenharia civil e profissionais da área. Assim antes do software ser lançado podem ser identificados “bugs” e fazer modificações necessárias para que o usuário tenha uma experiência mais agradável.

Para dar início ao processo de desenvolvimento da pesquisa qualitativa era necessário identificar quem deveria responder a pesquisa. Para isso, desenvolvemos duas personas.

Persona 01:



Demografia:

- Gênero: masculino
- Idade: 22 anos

Background: está no 4º ano da faculdade de Engenharia Civil e mora em Curitiba

Características: Estuda na Universidade Positivo no período da manhã e tem conhecimento básico sobre o setor da construção civil, é ligado em novas tecnologias e em novas formas de fazer negócio sendo um grande fã da tecnologia está apto a testar novos métodos de estudo e de trabalho. É um aluno produtivo empenhado a dar seu melhor sempre

Problemas: o ambiente em que estuda acaba atrapalhando seu desempenho pois as obras ainda são controladas de forma lenta tem a ajuda da tecnologia.

Interesses: Cursos de tecnologia.

Necessidades: praticidade, rapidez e precisão.

Persona 02:



Demografia:

- Gênero: Masculino
- Idade: 35 anos

Background: Profissional formado na área há anos e que está buscando se atualizar no mercado, mora em Curitiba e trabalha em uma construtora.

Características: Formado há alguns anos na UFPR e hoje trabalha em uma construtora, busca soluções inovadoras para o gerenciamento de obras da construtora na qual trabalha, busca um software simples para que quem está participando diretamente da obra todos os dias possa ir atualizando para que a construtora tenha maior controle nas datas e também nos materiais que irão precisar. Não é muito ligado na área de tecnologia mas entende que isso é um grande diferencial e que é necessário a implementação do software na construtora.

Problemas: Ainda não encontrou um software que tenha se adaptado, com suporte para quando tem algum problema e com preço bom.

Interesses: Inovação na área de engenharia civil

Necessidades: Praticidade, ter um bom custo benefício e rapidez.

Roteiro de pesquisa qualitativa:

1. Estipular o objetivo da pesquisa: Identificar as facilidades e o que gera dificuldade no uso do software;
2. Determinar a quantidade de pessoas que participarão do processo: recomendação de no mínimo 4 pessoas;
3. Definir o tempo estimado de pesquisa: recomendado até 30 minutos, pode ser prolongado caso o entrevistado esteja demonstrando grande interesse;
4. Escolher quais ferramentas serão mostradas para o entrevistado
5. Estabelecer se a pesquisa será guiada por um profissional da empresa ou se haverá um guia online (jornada do usuário fixa);
6. Certificar que haverá uma pessoa que conheça o software a disposição do entrevistado e outra responsável por tomar notas ou gravar um vídeo da pesquisa;
7. Perguntas a se realizar durante a pesquisa:
 - A. Qual sua primeira impressão ao olhar a interface de entrada?
 - B. Como foi sua experiência ao realizar ao utilizar o software para completar (tarefa)?
 - C. Se você estivesse buscando (ferramenta), onde iria procurar?
 - D. Qual dificuldade você enfrentou ao utilizar (ferramenta)?
 - E. Como foi navegar no software? Fácil? Difícil?
 - F. Porque você entrou na função A ao invés da B?
 - G. O que te motivou a (usar certa função, deixar de usar outra)?
8. Perguntas Pós-pesquisa para o entrevistado
 - A. Como você descreve a experiência do produto?
 - B. Qual função você gostou de utilizar? Qual não gostou ?
 - C. O que te surpreendeu ao utilizar o software
 - D. O que te deixou decepcionado ao utilizar o software ao utilizar o software?
 - E. Em uma escala de 1 a 5, sendo um nada provável e 5 muito provável,

qual a chance de você recomendar o software para alguém?

F. Com qual frequência você utilizaria esse produto no seu dia a dia?

Analisando posteriormente as informações obtidas pela pesquisa, poderão ser feitas reflexões que contribuirão para o desenvolvimento do produto:

- Quanto tempo o entrevistado demorou para encontrar a função desejada?
- Qual foi a jornada do usuário?

CONCLUSÃO

Em conclusão aos objetivos que foram estabelecidos pelo grupo no começo do semestre, desenvolvemos uma pesquisa quantitativa capaz de determinar quais as necessidades e dores de todo o público-alvo do produto ofertado. Fizemos isso a partir da fragmentação do questionário com diferentes sessões, como explicamos na parte da “pesquisa quantitativa”.

Com relação aos objetivos estabelecidos para a realização da pesquisa qualitativa tivemos problemas relacionados a datas para fazê-la, por esse motivo optamos por desenvolver um roteiro detalhado sobre o processo de pesquisa para que a empresa possa segui-lo e consiga realizar a pesquisa sem que nós precisemos estar presentes.

Desta forma, neste relatório, buscamos explicar detalhadamente todo o processo de desenvolvimento dessas pesquisas e esclarecer possíveis dúvidas que foram deixadas ao longo do caminho.