



Challenge 2023 FIAP

Salesforce

Sprint 3 – Software Design and Total Experience

Equipe

Larissa Araujo Gama Alvarenga - RM96496

Larissa Lopes Oliveira - RM552628

Luna Faustino Lima - RM552473



Sumário

1. Objetivos do projeto
2. Status do projeto
3. Planejamento de entregas
4. Business Model Canva (BMC)
5. Diagramas de Caso de Uso e Atividades
6. Pesquisas e resultados
7. Pitch





Objetivos do projeto



Objetivos do projeto

Objetivo Principal

O projeto tem como objetivo principal a criação de um site de marketing da Salesforce, com foco em acessibilidade. O site informa sobre a empresa e seus produtos e gera captura de leads.

Motivação

Vivemos em um mundo cada vez mais conectado, onde limitações físicas e intelectuais não devem ser mais uma barreira ao acesso das pessoas a oportunidades e ferramentas com o poder de beneficia-las. Ao mesmo tempo, ao agregar acessibilidade e atingir esse público, a Salesforce se expõe a um mercado maior, o que gera novas oportunidades de negócio e aprendizado.

Foco da acessibilidade

O projeto é focado na melhoria de acessibilidade intelectual. Estamos comprometidos em facilitar a navegação para aqueles que enfrentam desafios adicionais, como déficit de atenção (por exemplo, pessoas com TDAH). Isso significa criar um ambiente digital que seja capaz de direcionar a atenção de forma eficaz, simplificando a experiência do usuário e tornando o conteúdo mais facilmente digerível. Também estamos focados em ajudar pessoas menos experientes no assunto a navegar e compreender o portal

Objetivos do projeto

Outros pontos de acessibilidade

Embora a acessibilidade intelectual seja a prioridade do projeto, também pretendemos abranger soluções que contemplem outros tipos de necessidades, em especial a implementação de ferramentas para acessibilidade visual e auditiva.

Demais melhorias

Além da melhoria na acessibilidade do site, o projeto também almeja melhorar os índices de SEO da página, pois, ao tornar o site claro, objetivo, e responsivo, a classificação de SEO também é aumentada, tornando o site mais visível ao público em geral.

Por fim, a implementação de um site responsivo, que funcione bem em diferentes tipos de dispositivos, também contribui para maior inclusão e diversidade entre os usuários do mesmo.





Status do Projeto



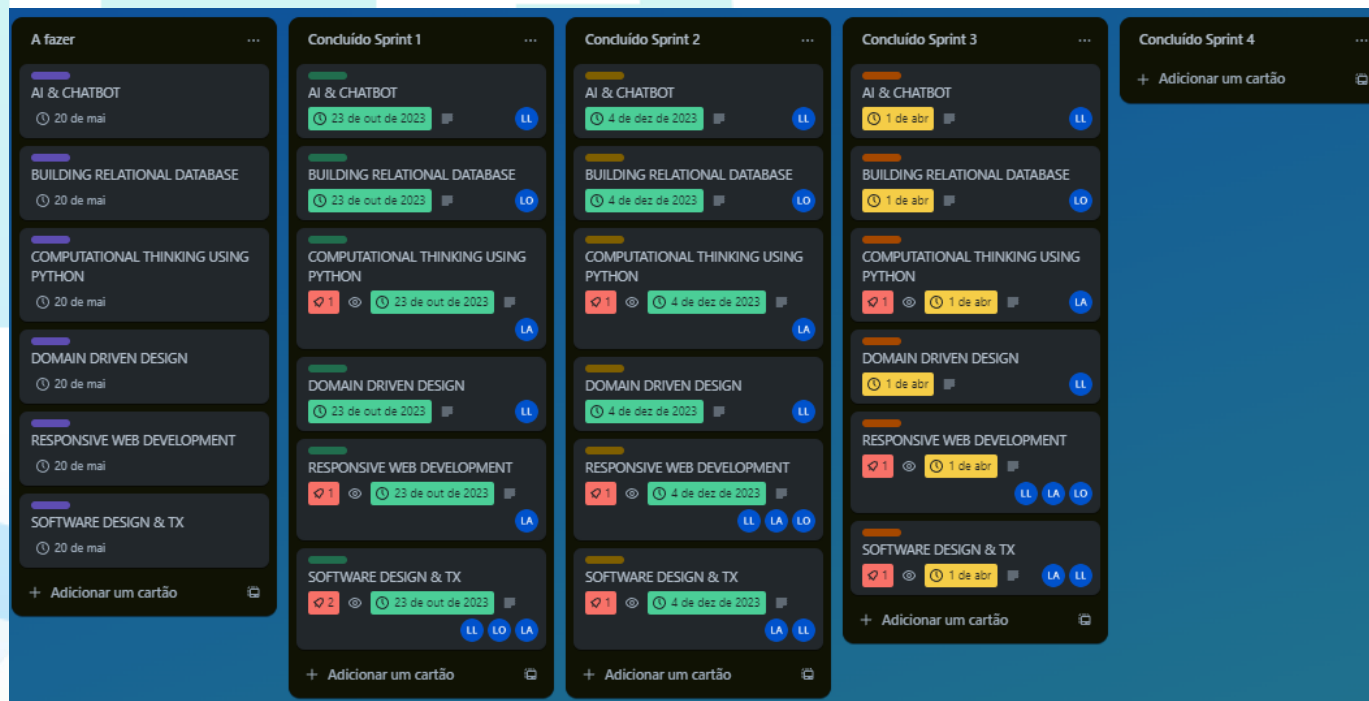
Status do Projeto

Gestão do projeto



A execução do projeto foi dividida em 4 Sprints. Cada Sprint conta com uma entrega distinta e que se incrementa à entrega anterior, culminando na implementação da solução durante a Sprint 4. A seguir detalharemos as entregas já feitas e previstas para cada uma.

Para a gestão das Sprints, foi utilizada a ferramenta Trello, que pode ser acessada através deste link: <https://trello.com/b/55GJMaaT/product-backlog>



A stylized line graph icon with a green-to-blue gradient, featuring a line that rises and then falls, with circular nodes at the start, end, and a peak.

Planejamento de entregas

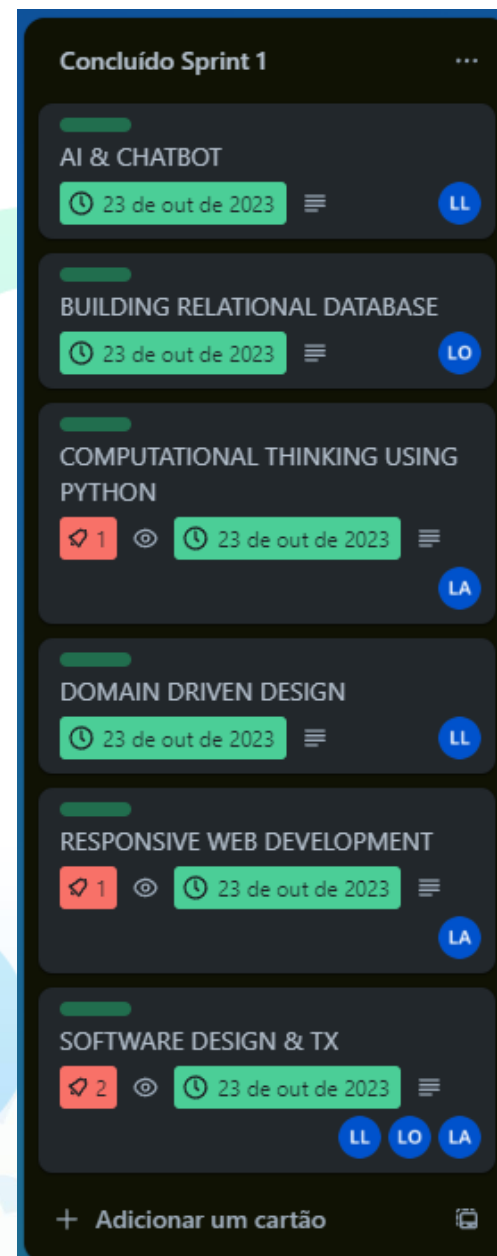


Planejamento de entregas

Definições das Sprints

Sprint 1

Em nossa primeira sprint focamos na idealização e planejamento de nosso projeto. Onde as principais implementações foram iniciadas, em conjunto com o início da criação dos requisitos funcionais e regras de negócio.



Planejamento de entregas

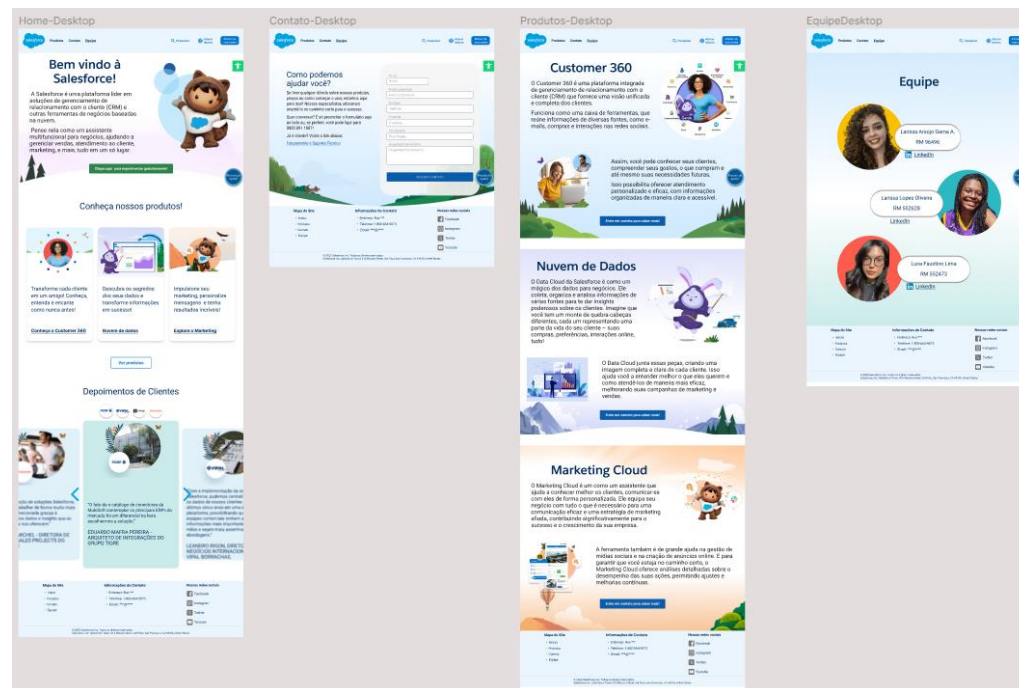
Definições das Sprints

Sprint 2

Durante nossa segunda Sprint , prototipamos nosso projeto para validação e implementação, enquanto revisávamos e consolidávamos os conceitos essenciais para o aprimoramento do MVP.

O protótipo pode ser acessado neste link:

<https://www.figma.com/proto/98IpaCCNGhS7V9MNFEZVOV/Salesforce?type=design&node-id=76-7287&t=F2WRK2MiFOpWaL2W-1&scaling=scale-down&page-id=76%3A7286&mode=design>



Planejamento de entregas

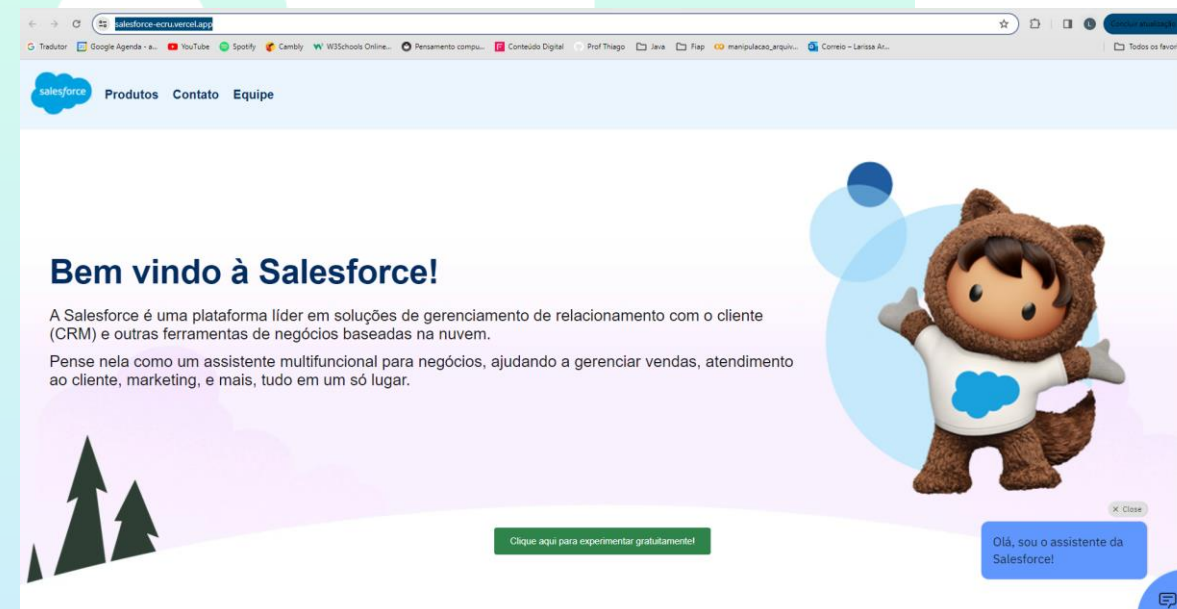
Definições das Sprints

Sprint 3

Na Sprint 3, a atual sprint, foram implementadas as primeiras versões das aplicações, com testes iniciais, coleta de dados e análise. Como exemplo, é possível acessar a primeira versão do website responsivo neste link:

<https://salesforce-ecru.vercel.app/>

Nesta versão é possível utilizar o website, que conta com a primeira versão do chatbot que facilita a interação do usuário com a aplicação.



Planejamento de entregas



Definições das Sprints

Sprint 4

Na Sprint 4, serão realizadas entregas e testes parciais, planejados a seguir:

1. Integração entre backend, frontend e banco de dados
2. Testes e ajustes das versões integradas do site responsivo
3. Implementação dos plugins de acessibilidade extras, para deficiência auditiva e visual
4. Testes qualitativos focando a acessibilidade da ferramenta
5. Análise dos dados coletados



Planejamento de entregas

Definições das Sprints

Sprint 4 – Planejamento das entregas

Para concluir com sucesso as etapas descritas na página anterior e garantir que o máximo de valor será entregue de forma incremental, durante a Sprint 4, a equipe irá entregar individualmente diversas partes do projeto:

1. Entrega de um banco de dados populado para validação de aderência e integridade dos dados (disciplina de BRD), gerando confiança nos dados que serão utilizados.
2. Entrega de uma ferramenta para CRUD dos dados contidos no banco, desenvolvida em Python (disciplina de CTUP). Esta ferramenta permitirá ao cliente manipular os dados da aplicação e começar a construir a base de informações necessárias.
3. Entrega de ferramenta de integração backend, com APIs que serão utilizadas pelo frontend do website responsivo. O valor dessa entrega está atrelado à integração com o backend, que será feita a seguir.
4. Entrega do website responsivo, integrado ao backend, para utilização e testes por parte do usuário. Neste ponto, já será possível verificar todos os benefícios da acessibilidade trazida pelas ferramenta implementadas.
5. Adição de capacidades de IA ao chatbot do site, proporcionando uma experiência mais fluida e completa.

Business Model Canvas

(BMC)



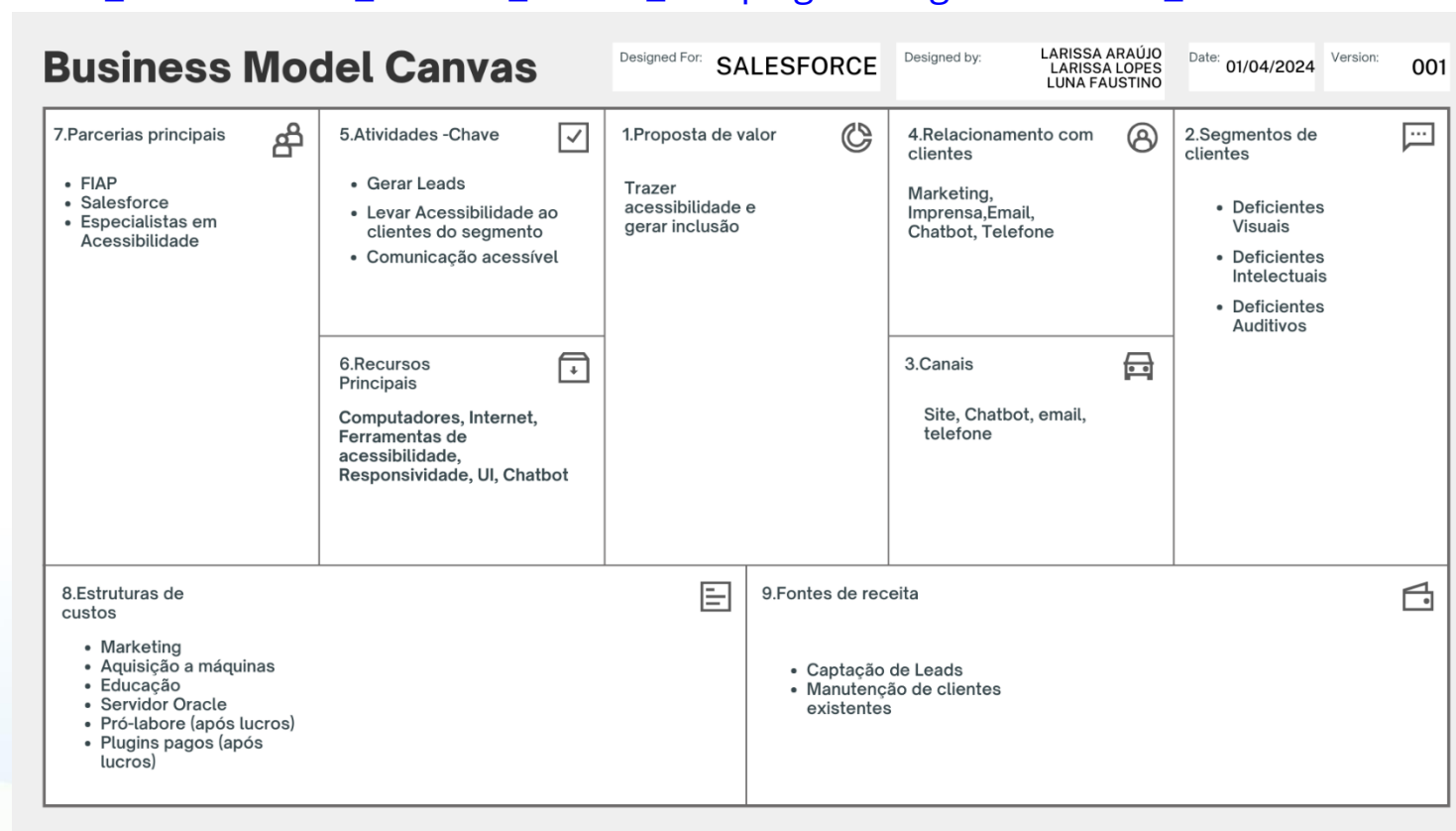
Business Model Canvas



BMC

Durante a Sprint 3, foi desenhado um Business Model Canvas (BMC), para mapear a solução proposta e assegurar que a equipe trabalhe no melhor modelo de negócios possível.

O BMC criado pode ser acessado no link a seguir: https://www.canva.com/design/DAF_M5TAO_k/PgHEXG-9cuS8n-ZhqVe84Q/edit?utm_content=DAF_M5TAO_k&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton





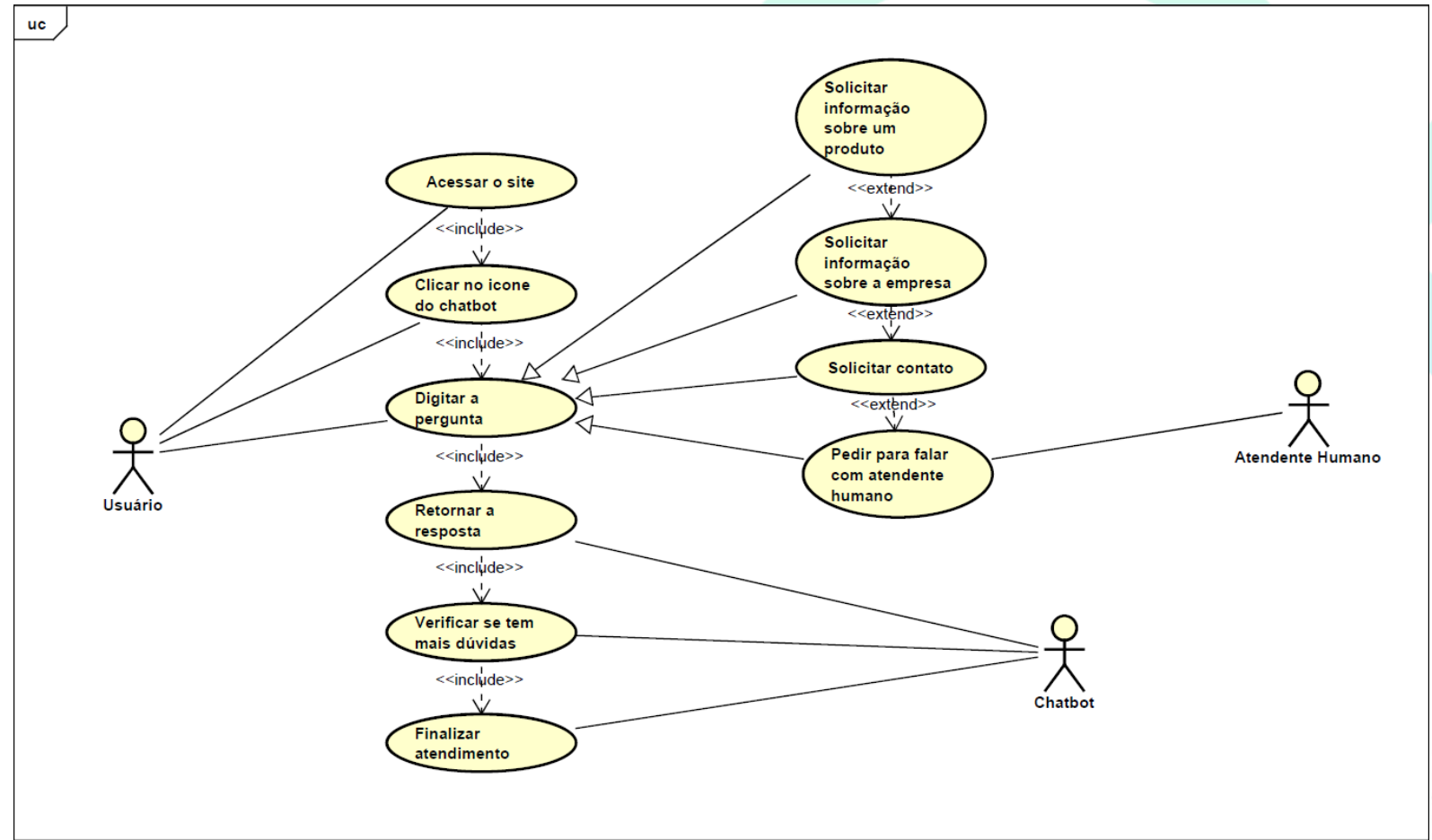
Diagramas



Diagramas

Diagrama de caso de uso

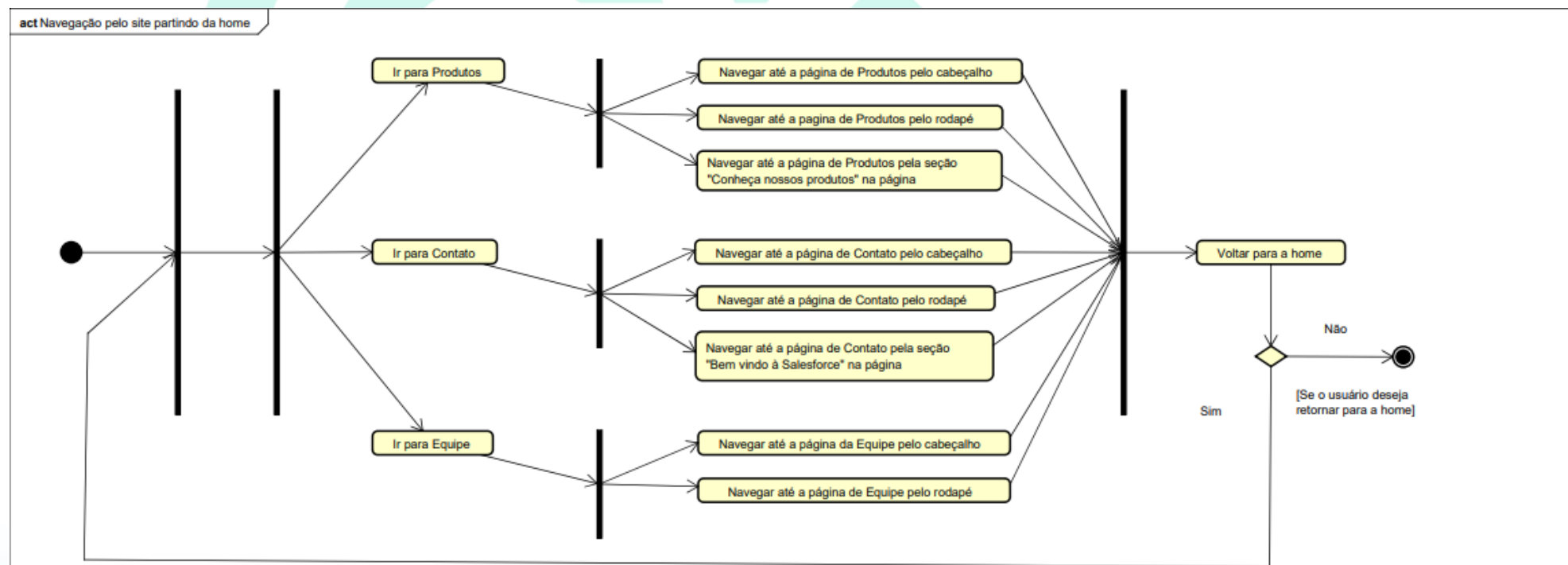
Casos de uso do sistema:



Diagramas

Diagrama de atividades

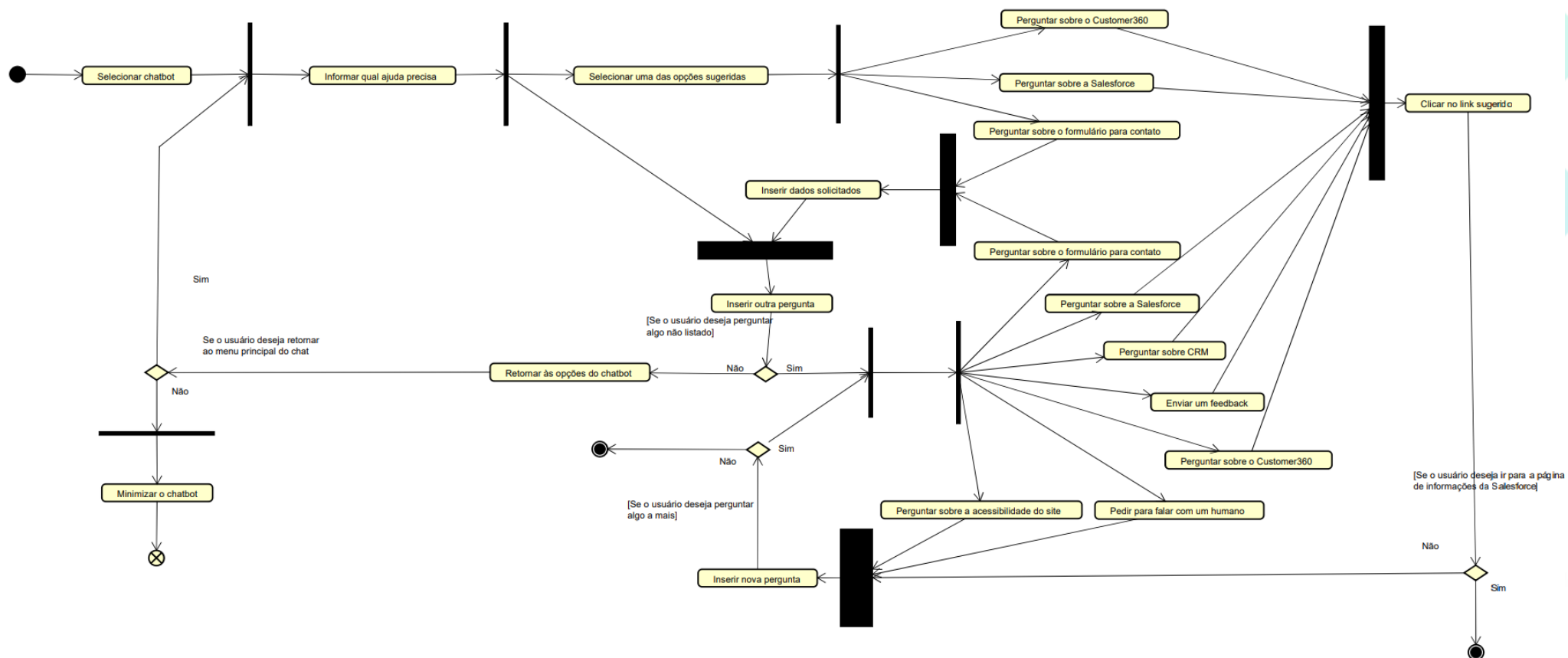
Diagramas de atividade 1 de 3: Navegação a partir da página inicial



Diagramas

Diagrama de atividades

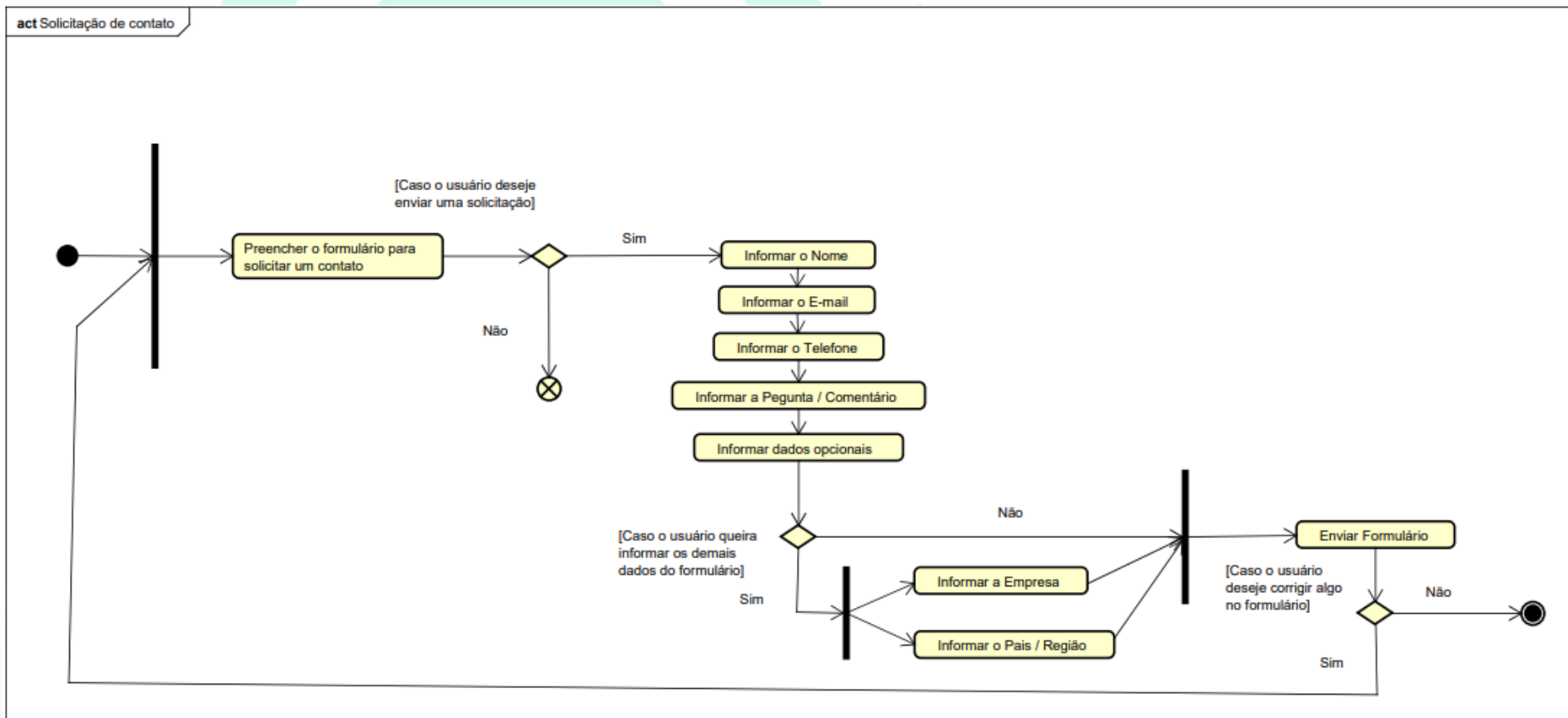
Diagramas de atividade 2 de 3: Uso do chatbot



Diagramas

Diagrama de atividades

Diagramas de atividade 3 de 3: Solicitação de contato





Pesquisas e resultados SLA's



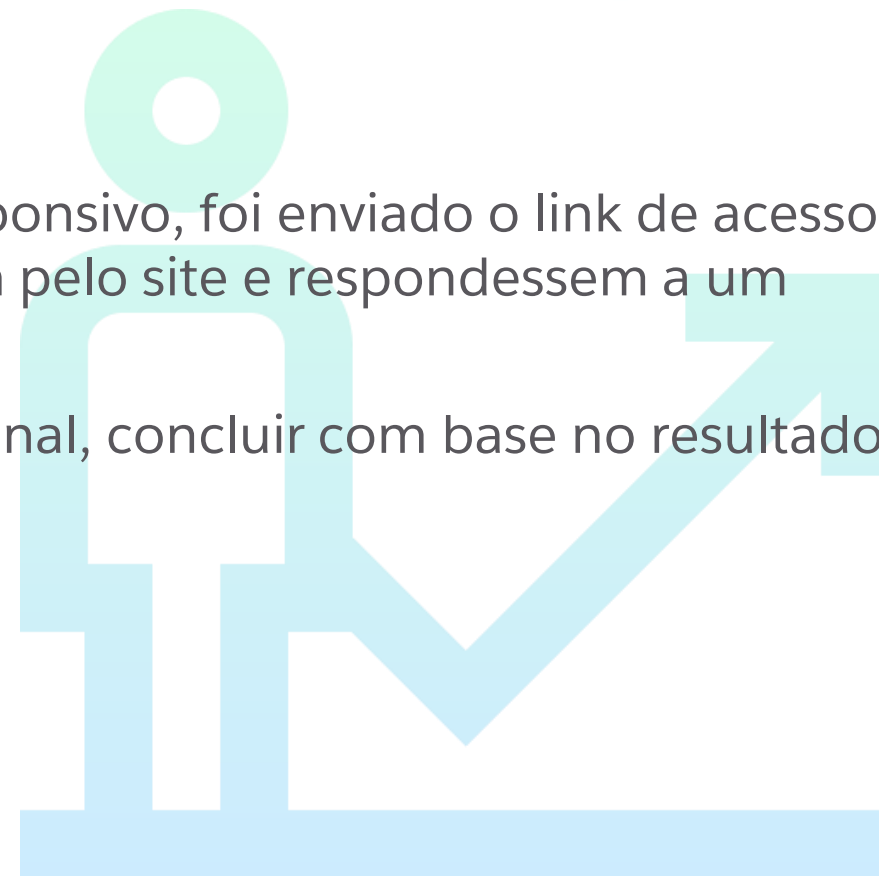
Pesquisas e resultados – SLA's

Pesquisa de satisfação

Avaliação

Para avaliar a qualidade da primeira versão do site responsivo, foi enviado o link de acesso ao site para diversas pessoas e solicitado que navegassem pelo site e respondessem a um questionário. Houveram 11 respostas ao questionário.

A seguir, iremos avaliar cada ponto da pesquisa e, ao final, concluir com base no resultado geral



Pesquisas e resultados – SLA's



Pesquisa de satisfação

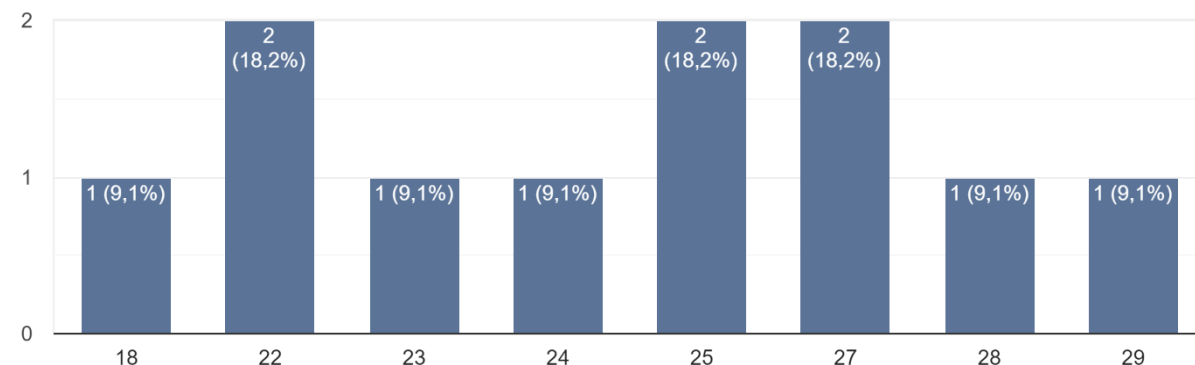
Perfil dos usuários

Os usuários que responderam à pesquisa tem entre 18 e 29 anos, o que indica que provavelmente estão acostumados a utilizar tecnologia e navegar em websites.

Além disso, somente 3 dos 11 respondentes conheciam a Salesforce. Isto é um ponto importante ao descobrir se eles entenderam o que é a empresa, pois indicaria que as informações do site estão claras.

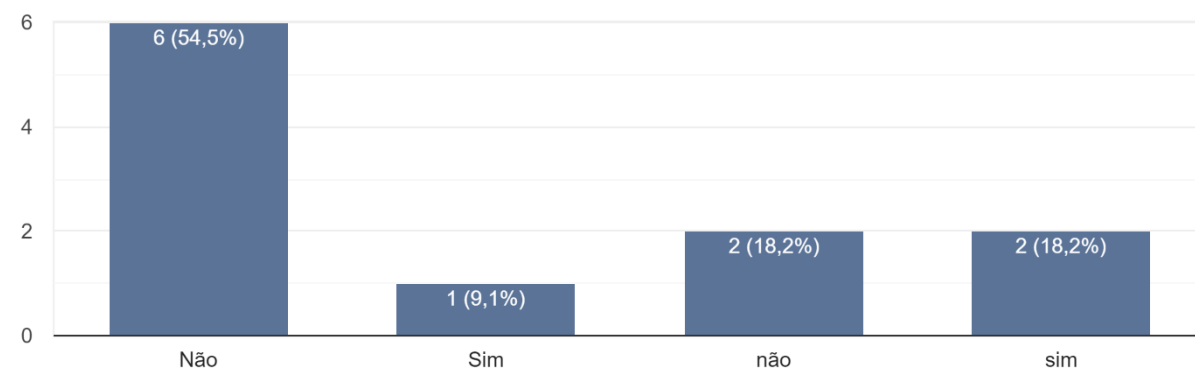
Qual a sua idade?

11 respostas



Você já conhecia a Salesforce?

11 respostas



Pesquisas e resultados – SLA's

Pesquisa de satisfação

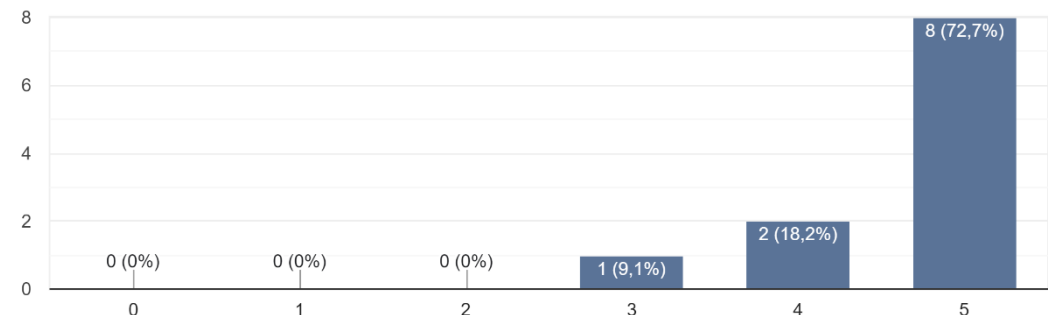
Organização e clareza do site

De forma geral, o feedback sobre a clareza e organização do site foi bastante positivo, com muitas notas altas indicando facilidade de uso e clareza de informações, poucas notas médias, e nenhuma nota baixa ou zerada.

Isso indica que atingimos o nosso objetivo de deixar as informações intuitivas e facilitar a jornada de um usuário leigo, principalmente ao considerar que a maior parte destes usuários não sabia o que é a Salesforce.

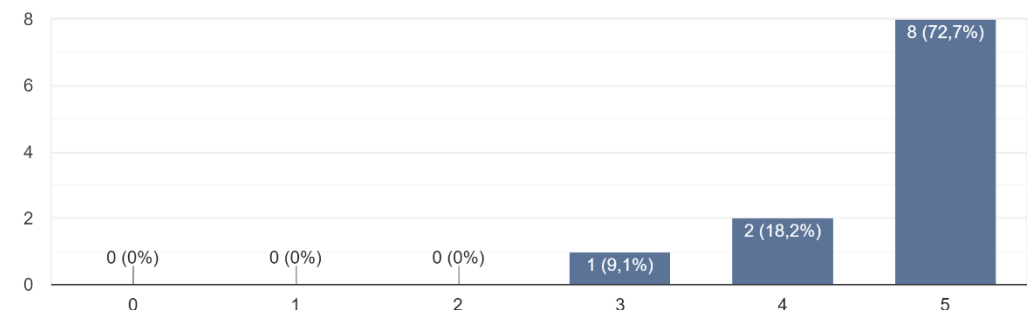
Em uma escala de 0 a 5, o quão fácil foi utilizar nosso site?

11 respostas



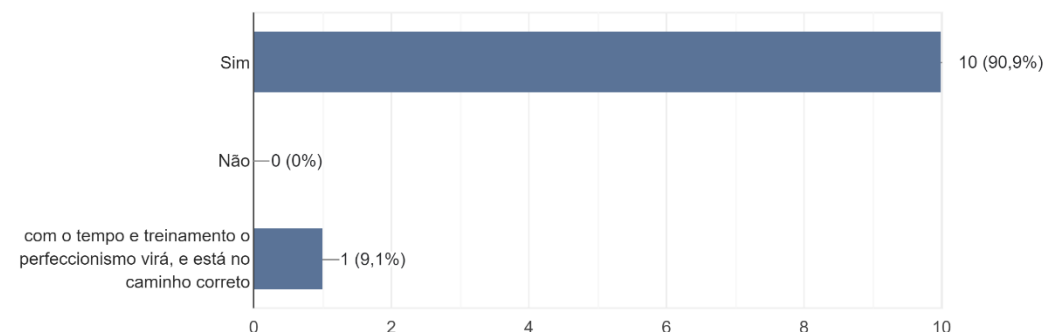
O quão fácil foi entender informações do site?

11 respostas



Você achou o conteúdo do site organizado?

11 respostas



Pesquisas e resultados – SLA's

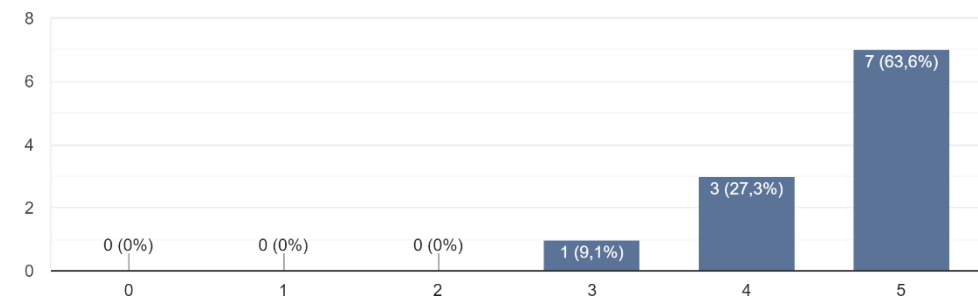
Pesquisa de satisfação

Componentes específicos

Ao avaliar individualmente as 3 páginas principais do site, as notas continuam com uma média alta, indicando que o site está bem construído. Há somente uma nota mais baixa para a página principal, e um dos comentários abertos dá a entender que essa nota tem relação à navegação que deriva da página inicial não estar funcionando da melhor forma possível.

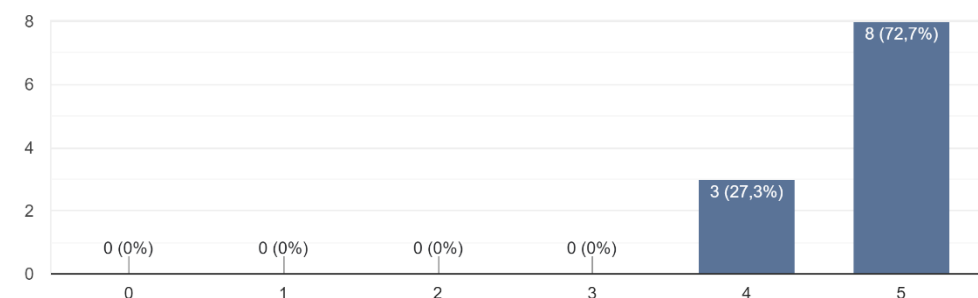
Dê uma nota de 0 a 5 para a página principal?

11 respostas



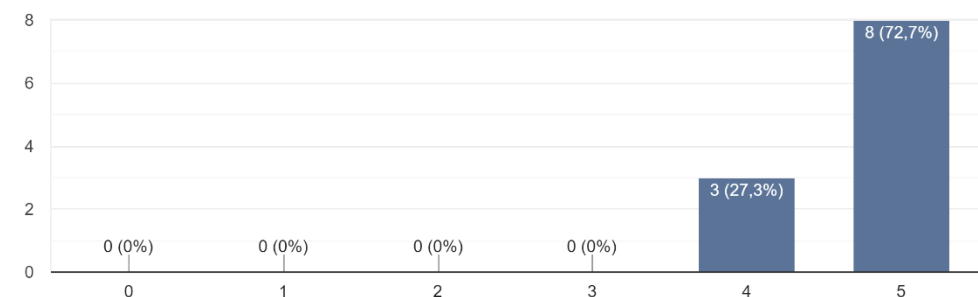
Dê uma nota de 0 a 5 para a página de Produtos?

11 respostas



Dê uma nota de 0 a 5 para a página de Contato?

11 respostas



Pesquisas e resultados – SLA's

Pesquisa de satisfação

Outras informações

Além das perguntas sobre clareza e funcionamento do site, perguntamos se as pessoas indicariam a Salesforce, o que apontaria que as pessoas entenderam o que a empresa faz.

Também deixamos uma caixa aberta de sugestões para os usuários e recebemos vários feedbacks valiosos.

Após receber o resultado, atuamos em cima dos feedbacks dos usuários, corrigindo e melhorando o site.

Você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário sobre nosso site?

6 respostas

No meu celular algumas informações ficaram cortadas e não deu pra ler tudo

as explicações estão claríssimas, apenas investir mais no visual do site

Na página inicial, onde há opção de "Conheça nossos produtos", as categorias clicáveis são "Conheça o Customer 360, Nuvem de dados e Explore o Marketing" e independente de qual você clique, você vai pra página geral de produtos, não no produto específico. Uma sugestão, seria que, ao clicar no "Conheça o Customer 360", você vai pra página dos produtos, mas especificamente no produto "Conheça o Customer 360" e assim em diante com os outros produtos oferecidos na página.

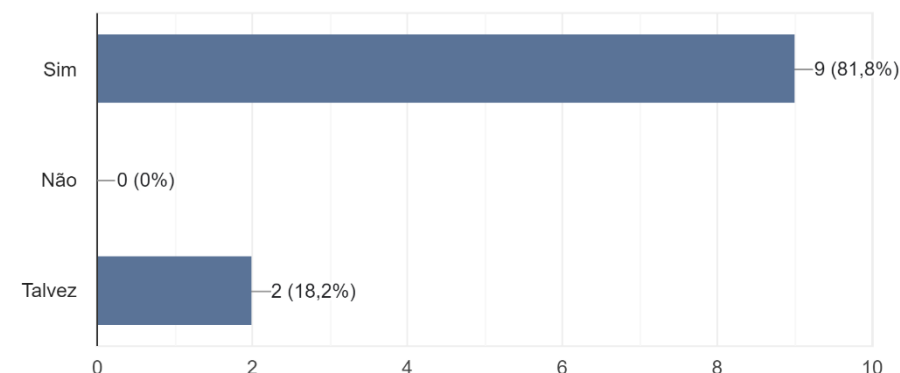
está ótimo

Na página de "Equipe" poderia ser mais responsivo. Quando dou zoom as fotos diminuem e tudo aumenta e vice versa. Além do mais, não possuí muita informação relevante, poderia haver uma mini biografia da equipe/de cada uma em um tamanho menor ocupando a tela completa.

A parte de preenchimento dos dados de contato esta torta.

Com base nesse site, você indicaria a Salesforce para alguém?

11 respostas



Pesquisas e resultados – SLA's

Definição de SLAs

Definição de SLAs

Com base nas entrevistas que fizemos, e pesquisas de mercado, definimos os seguintes SLAs para o produto:

- Nível de disponibilidade: 99% para site e chatbot. Corresponde a uma soma total de menos de 4 dias por ano de indisponibilidade, o que é excelente considerando que o site será usado primariamente para informação e captação de leads;
- Tempo de retorno de um lead: 24 horas. Considerando que a aplicação da Salesforce é uma plataforma com tempo razoável de implantação e contratação, um dia de espera em um retorno dificilmente levará à perda de um lead.



Pitch



Pitch

Apresentação da solução



Link

<https://youtu.be/gn6pDJYt7jo?si=suMdNx6C6WCCsxg8>

Muito Obrigado!

