

Declaração de Visão do Projeto

Plataforma de e-Commerce “*Best Buying*”.

1. Título

Plataforma de e-Commerce

“BEST BUYING”.

2. Objetivo

Em 4 meses desenvolver um sistema de e-commerce para os produtos personalizados oferecidos pela empresa.

3. Justificativas

- Risco de perder mercado se o projeto não for implementado dentro do prazo de 4 meses;
- Facilitar o acesso dos clientes ao portfólio de produtos e serviços oferecidos pela empresa;
- Agilidade em receber e atender os pedidos;
- Aumento nas vendas e, conseqüentemente , no faturamento;
- Aumento de “*market share*” em outras praças do mercado.

4. Descrição Geral

Permitir a gestão “on-line” de relacionamento com o cliente facilitando e agilizando os recebimentos de pedidos, a produção e personalização dos produtos o faturamento e a cobrança e as entregas.

5. Equipe

Nome	Função
Marcio A. dos Santos	Product Owner / Scrum Master
Pedro H. Rossi	Programador
João Victor Rossi	Programador
Léa Marcia Rossi	Web Designer
Maria Del Carmen	Web Designer

6. Stakeholders

Nome	Função
Luiz Carlos Silva	<ul style="list-style-type: none">Diretor Geral e Fundador da empresa.
	Utilizará a plataforma como estratégia de negócio e de mercado.
Cláudio Toledo Santanna	<ul style="list-style-type: none">Gestor Comercial.
	Utilizará a plataforma para aumentar o market share e aumentar as vendas.
José Luiz Alamino	<ul style="list-style-type: none">Gestor Financeiro.
	Utilizará a plataforma para mensurar investimentos e captação de recursos.

6. Stakeholders (cont.)

Nome	Função
Márcia Cristina Luiz	<ul style="list-style-type: none">Gestora de Logística
	Utilizará a plataforma para dimensionar e captar a necessidade ou não de novos modais.
Maria de Fátima Arruda	<ul style="list-style-type: none">Gerente de Marketing
	Utilizará a plataforma para idealizar e fomentar ações de Marketing e de mercado.
Clientes	Acessarão a plataforma para consulta e compra de produtos e serviços oferecidos pela empresa.

7. Premissas

- Para a implementação eficaz da plataforma, estamos assumindo que a empresa:
 1. possui uma estrutura adequada de T.I.;
 2. manterá uma equipe preparada para dar assistência caso haja alguma instabilidade na plataforma;
 3. optará pelas melhores práticas de e-commerce segundo a legislação vigente;
 4. investirá em Marketing Digital visando atrair o público, captar leads e converter vendas.

7. Premissas (cont.)

- Para a implementação eficaz da plataforma, estamos assumindo que a empresa:
 5. Deve haver uma opção de pesquisa para os usuários filtrarem os produtos por tipo, preço, categoria etc. .
 6. Exibirá os produtos com uma descrição breve, imagem, tipo de personalização, imagem do produto personalizado ou customizado, preço e botão de “Comprar”.

8. Restrições

- a) a plataforma deverá estar implementada e operacional em até 4 meses;
- b) colocar todos os produtos e serviços, oferecidos pela empresa, disponíveis na plataforma;
- c) possuir atendimento ao cliente disponível de forma fácil;
- d) concessão de direito de arrependimento sobre o produto ou serviço adquirido;
- d) informações completas disponíveis de forma clara em relação aos produtos e ofertas.

9. Escopo Excluído

- a) Sugerir ou implementar estratégias de vendas;
- b) Administrar e implementar políticas para *carrinhos de compras abandonados*;
- c) Problemas com devoluções e reembolsos;
- d) Políticas de preços e fretes.
- e) Políticas de segurança de dados.

10. Riscos Preliminares

- a) Devido às agendas do Diretor, Gestores e Gerente, é possível haver dificuldades, em termos de reuniões periódicas, para validar as entregas do projeto;
- b) Avaliações negativas durante o processo de amadurecimento do processo de vendas on-line e da familiarização pelo usuário da utilização da plataforma;
- c) Chargebacks;
- d) Fidelização dos clientes presenciais na plataforma de vendas on-line.

11. Backlog do Produto | Histórias do Usuário

- Usuário 1 | Luiz Carlos da Silva - Diretor

“Utilizarei a plataforma para ampliação dos negócios da empresa operando agora no comércio eletrônico. Tal iniciativa visa inibir a atuação da concorrência e consequente perda de mercado. abertura de novos nichos de investimento, negócios, produtos e serviços oferecidos pela empresa.”

- Usuário 2 | Cláudio Toledo Santanna - Gestor Comercial

“Fazer o acompanhamento de métricas para identificar ações que precisarão ser aprimoradas ou evitadas para aumentar as vendas de e-commerce.

Segmentar o público alvo e aproveitar as oportunidades de mercado oferecendo opções de compra customizadas em, por exemplo, datas comemorativas – Natal, dia dos pais, dia das mães, aniversários, etc.”

- Usuário 3 | José Luiz Almino - Gestor Financeiro

“Através da plataforma poderei vislumbrar um plano de ação para alocar recursos e fazer investimentos em mão-de-obra, infraestrutura e capacitações. Também e não menos importante, monitorar e dimensionar o retorno financeiro (breakeven e o tempo estimado para alcançá-lo) sobre o investimento realizado.”

11. Backlog do Produto | Histórias do Usuário (cont.)

- Usuário 4 | Marcia Cristina Luiz - Gestora de Logística

“O objetivo é oferecer uma boa experiência de compra aos consumidores em qualquer um dos canais de atendimento oferecidos pela marca, tanto online quanto offline. O cliente poderá comprar online e retirar numa loja física, por exemplo. O produto poderá ser entregue em seu domicílio ou em qualquer outro local indicado pelo cliente. Identificar o melhor sistema de entrega (correios, transportadora, motoboy, etc.) e o melhor modal a ser utilizado: carro, van, caminhão, etc.).”

- Usuário 5 | Maria de Fátima Arruda - Gerente de Marketing

“Através da plataforma poderei: (1) garantir a presença da empresa nas redes sociais nos melhores canais de relacionamento; (2) investir assertivamente em Marketing de Influência através de influenciadores que estejam alinhados com a marca da empresa e (3) investir e preparar campanhas publicitárias produzindo conteúdos relevantes e otimizados para os mecanismos de busca.”

- Usuário 6 | Cliente

“Quando acesso uma plataforma de vendas online o que vejo em primeiro lugar são as promoções. Vejo se há alguma oferta para o produto que desejo comprar.”

11. Backlog do Produto | Histórias do Usuário (cont.)

- Usuário 7 | Cliente

“Quando compro online tenho pressa em receber a compra no menor tempo possível. Caso não fique satisfeita com o produto o tempo para troca ou devolução do valor pago precisa ser rápido.”

- Usuário 8 | Cliente

“Opto por comprar online por casa das filas e dos deslocamentos comuns em compras presenciais apesar da percepção de que é mais fácil e rápido trocar produtos em loja física e a utilização de meios de pagamentos eletrônicos também é mais seguro.”

- Usuário 9 | Cliente

“Para eu comprar online algumas coisas em levo em consideração como: melhores preços do que em loja física; promoções; facilidade em comparar preços; não há necessidade de procurar um estacionamento.”

- Usuário 10 | Cliente

*“Antes de utilizar uma plataforma de compras online, eu pesquiso as avaliações em plataformas de busca; verifico a reputação daquela plataforma no **Reclame Aqui** e procuro o perfil da empresa e da plataforma nas redes sociais.”*

11. Backlog do Produto | Histórias do Usuário (cont.)

- Usuário 11 | Cliente

“Uma plataforma de e-commerce precisa ter um bom suporte para eventuais dúvidas ou problemas. Quando tenho um problema com a comprar, preciso que o mesmo seja resolvido o mais rapidamente possível quer seja pela troca ou pela devolução do produto e a devolução do valor pago.”

- Usuário 12 | Cliente

“Não importo de pagar um pouco mais caro pelo produto ou serviço exclusivo desde que o que foi acordado entre mim e o vendedor seja fielmente cumprido e o serviço ou produto seja entregue no tempo acordado ou até mesmo antes.”

- Usuário 13 | Cliente

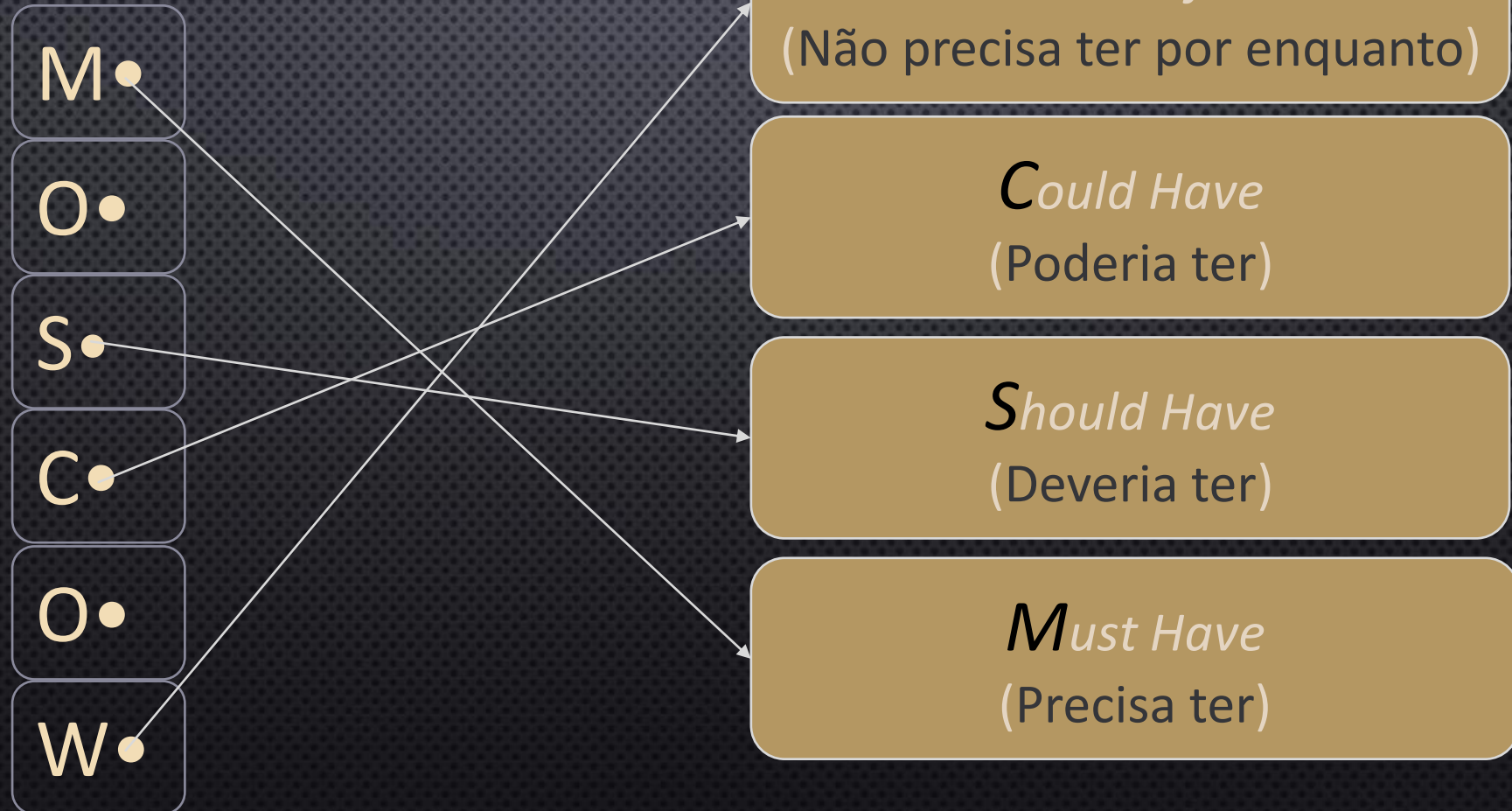
“A plataforma precisa ser de navegação fácil e intuitiva. Onde de maneira didática a mesma me acompanhe e me oriente em todo o processo da compra.

- Usuário 14 | Cliente

“Atendimento ágil e cordial no caso da necessidade de falar com um vendedor. Os canais para acessar a este tipo de atendimento precisam estar visíveis e de fácil acesso”

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

- Utilização do método MOSCOW:



11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

- *Utilização do método MOSCOW:*
 - Será atribuída prioridades de **1** até **5** nas histórias de usuário para definir os requisitos mais importantes a serem considerados na construção da plataforma do e-commerce.

Release	# 01		Tarefa
	Premissa 06		• Exibição de todos os produtos e serviços oferecidos pela empresa.
Valor agregado ao projeto:	1		

Sprint	# 01	Tarefa
	Premissa 06	<ul style="list-style-type: none">• Criar um banco de dados com todos os produtos, serviços e tipos de personalização disponíveis.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: João Victor Rossi		👉 Programador

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 02		Tarefa	
	Usuário 13 Cliente			
Valor agregado ao projeto:	1	↑	• Navegação fácil e intuitiva.	

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 13 Cliente	• Implantação de sistema: - (1) “Breadcrumbs” e - (2) “clean” de navegação.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: Pedro H. Rossi / Léa Marcia Rossi		📌 Programador / Web Designer

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 03		Tarefa	
	Usuário 6 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Indicador de melhores produtos e ofertas.	
Valor agregado ao projeto:	1	↑		

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 6 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que, após a indicação do produto ou serviço, indique os melhores preços.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		
		📌 Programador

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 04		Tarefa
	Usuário 9 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Indicador de melhores produtos, ofertas e o sistema de entrega mais rápida segundo o endereço indicado pelo cliente.
Valor agregado ao projeto:	1	↑	

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 9 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que, após a indicação do produto ou serviço, indique os melhores preços, o modal mais indicado e o prazo estimado para a entrega.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: Pedro H. Rossi		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 05		Tarefa
	Usuário 8 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Indicador de ofertas, sistema de entrega mais rápida, segurança no pagamento segundo o endereço indicado pelo cliente.
Valor agregado ao projeto:	2	↑	

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 9 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que indique tipos de pagamentos (boleto, PIX, cartão de crédito, etc.); as opções e custo dos modais de entrega disponíveis.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 06	Tarefa	
	Usuário 2 Cláudio T. Santanna	<ul style="list-style-type: none">Métricas para parametrizar oportunidades e perda de vendas.	
Valor agregado ao projeto:	2		

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 2 Cláudio T. Santanna	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que classifique, quantifique e precifique a perda de vendas e suas causas.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: Pedro H. Rossi		↘ Programador

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 07		Tarefa	
	Usuário 12 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Indicadores temporais: (1) compra; (2) preparo do produto; (3) entrega.	
Valor agregado ao projeto:	2	↑		

Sprint	# 01	Tarefa
	Usuário 12 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que mostre ao cliente o tempo estimado e efetivo para cada etapa de compra.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: João Victor Rossi		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 08		Tarefa
	Usuário 4 Marcia C. Luiz		<ul style="list-style-type: none">Indicadores de locais de entrega e tipos de modais utilizados segundo o tipo do produto, cubagem acesso ao local e tempo estimado para chegar ao local.
Valor agregado ao projeto:	2	↓	

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 4 Marcia C. Luiz	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que trabalhe junto com um GPS para criar um banco de dados sobre localidades de entrega e seus meios de acesso.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		🔽 <i>Programador</i>

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 09		Tarefa	
	Usuário 7 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Receber a mercadoria no menor tempo possível.	
Valor agregado ao projeto:	2	↓		

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 7 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que trabalhe junto com um GPS para criar um banco de dados sobre localidades de entrega e seus meios de acesso.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 10		Tarefa	
	Usuário 5 Maria F. Arruda		<ul style="list-style-type: none">Propaganda em redes sociais e canais de racionamento com pesquisa de satisfação.	
Valor agregado ao projeto:	3	↓		

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 5 Maria F. Arruda	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que, segundo o perfil do cliente ofereça o produto, avise de promoções e forneça a pesquisa de satisfação da compra.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 11		Tarefa	
	Usuário 10 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Propaganda em redes sociais e canais de relacionamento com pesquisa de satisfação.	
Valor agregado ao projeto:	3	↓		

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 10 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar um algoritmo que forneça a pesquisa de satisfação da compra e de atendimento em plataformas como o “Reclame Aqui” e “Procon”.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: <i>Pedro H. Rossi</i>		

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 12		Tarefa
	Usuário 11 Cliente		<ul style="list-style-type: none">Em caso de dúvidas, elogios ou reclamações disponibilizar canais atendimento ao vivo e de fácil acesso.
Valor agregado ao projeto:	3	↓	

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 11 Cliente	<ul style="list-style-type: none">Implantar canais de atendimento direto com o cliente por chat ou telefone celular.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: Pedro H. Rossi / Maria Del Carmen		📌 Programador / Web Designer

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 13	Tarefa	
	Usuário 3 José L. Alamino	<ul style="list-style-type: none">Fornecer dados financeiros sobre as vendas, estoques, devoluções e os custos da logística reversa.	
Valor agregado ao projeto:	4		

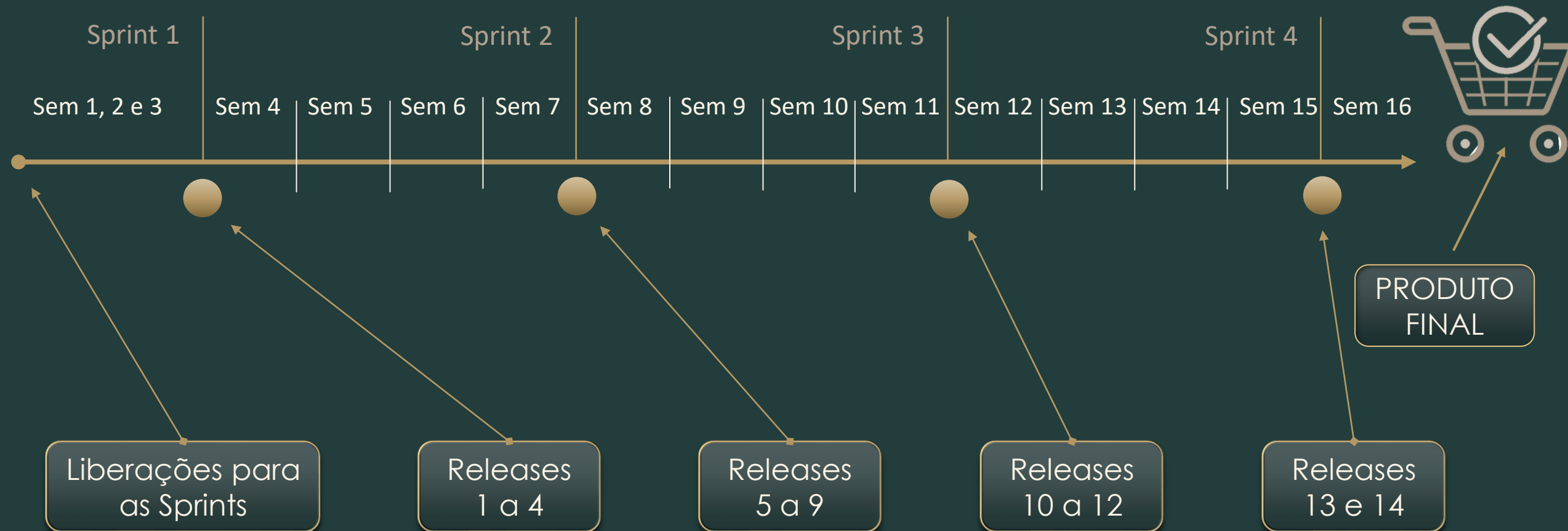
Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 3 José L. Alamino	<ul style="list-style-type: none">Implantar, através da utilização dos bancos de dados da plataforma, um DASHBOARD de tabelas e gráficos.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: João Victor Rossi / Maria Del Carmen		↘ Programador / Web Designer

11. Backlog do Produto | Priorização de Itens

Release	# 14		Tarefa
	Usuário 1 Luiz C. da Silva		<ul style="list-style-type: none">Fornecer dados financeiros sobre o mercado de atuação da empresa.
Valor agregado ao projeto:	5	↓	

Sprint	# 02	Tarefa
	Usuário 1 Luiz C. da Silva	<ul style="list-style-type: none">Implantar, através da utilização dos bancos de dados da plataforma e de dados públicos um DASHBOARD de tabelas e gráficos.
Data de conclusão:	01/01/00	
Responsável: João Victor Rossi / Maria Del Carmen		↘ Programador / Web Designer

12. Criando o Planejamento de Release



12.KANBAN | Quadro de Tarefas

SPRINT	SEMANA	RELEASES (Item no Blocking)	A FAZER	FAZENDO	FEITO
# 1	da 4 ^a a 7 ^a	# 1	2 ^a sem.	2 ^a sem	2 ^a sem
	da 4 ^a a 7 ^a	# 2	1 ^a sem.	3 ^a sem	4 ^a sem
	da 4 ^a a 7 ^a	# 3	3 ^a sem.	3 ^a sem	5 ^a sem
	da 4 ^a a 7 ^a	# 4	4 ^a sem.	5 ^a sem	7 ^a sem
# 2	da 8 ^a a 11 ^a	# 5	1 ^a sem.	5 ^a sem	11 ^a sem

12.KANBAN | Quadro de Tarefas

SPRINT	SEMANA	RELEASES	A FAZER	FAZENDO	FEITO
# 2	da 8ª a 11ª	# 6	8ª sem	8ª sem	10ª sem
	da 8ª a 11ª	# 7	8ª sem	9ª sem	11ª sem
	da 8ª a 11ª	# 8	9ª sem	10ª sem	11ª sem
	da 8ª a 11ª	# 9	8ª sem	10ª sem	10ª sem
# 3	da 10ª a 12ª	# 10	10ª sem.	11ª sem	11ª sem

12.KANBAN | Quadro de Tarefas

SPRINT	SEMANA	RELEASES	A FAZER	FAZENDO	FEITO
# 3	da 12 ^a a 14 ^a	# 11	8 ^a sem	12 ^a sem	14 ^a sem
	da 12 ^a a 14 ^a	# 12	8 ^a sem	13 ^a sem	14 ^a sem
# 4	16 ^a	# 13	16 ^a sem	16 ^a sem	16 ^a sem
# 5	16 ^a	# 14	16 ^a sem	16 ^a sem	16 ^a sem