

Sprint 1 – Grupo CMD

Felipe Cortez - 551665

Guilherme Bezerra - 550282

Lucas de Lima - 98632

Rodolfo Sanches - 99748

Vitor Granero – 99692

Case da empresa parceira

O desafio apresentado pela Natura, empresa parceira do Challenge FIAP, “Como manter nossa Consultoria de Beleza engajada e aprimorar sua experiência digital por meio da Tecnologia e da Inovação?”, busca uma solução para um problema que pode ocorrer por diversos fatores, como falta de apoio ou conhecimento, má experiência, ou até mesmo a dificuldade de encontrar clientes ou concluir uma venda. Sendo de conhecimento da marca, a Natura já adota soluções para tentar evitá-lo, como é o caso de sua parceria com o SESI: foram ofertadas mais de 170 bolsas integrais de estudo para consultoras de beleza poderem concluí-los nas escolas (segundo matéria do Portal da Indústria). Um dos efeitos dessa ação foi a confiança na fala ao divulgar seus produtos em lives pelo Instagram, como cita Silvana Pereira, na mesma matéria do Portal.

Apesar do reconhecimento do problema e o início da tomada de medidas importantes na solução do mesmo por parte da empresa, é preciso ir além, e é por isso que devemos propor uma solução tecnológica e inovadora para manter as consultoras Natura não apenas engajadas e felizes com sua experiência, mas fazê-las conseguirem mais clientes e consequentemente, mais ganho final.

Solução idealizada e público-alvo

Com base em pesquisas feitas pelo grupo, e tentando abranger as principais dificuldades no cenário apresentado pela empresa, propusemos o desenvolvimento de uma plataforma mobile baseada num sistema de CRM (Customer Relationship Management) que também utiliza de BI (Business Intelligence), ambos simplificados e voltados para utilização das próprias consultoras. O APP funcionaria como um hub para as vendedoras poderem organizar suas vendas e ganhos, mas principalmente seus clientes.

No quesito vendas e ganho, seria possível manter um controle real de produtos que a consultora possui e que vendeu, além do lucro obtido em cada venda. Sem precisar se preocupar em criar e manter seu próprio registro de informações, as consultoras podem dedicar mais tempo a outras áreas que envolvem ser uma consultora Natura, como por exemplo o relacionamento com seu cliente, quesito ainda mais importante e que ganhará destaque na nossa solução.

Quanto ao quesito clientes, temos então o foco da plataforma, já que grande parte do trabalho de uma consultora envolve a experiência do cliente, principalmente quando se trata de consultoras presenciais. É preciso entender o que cada cliente gosta, qual é o melhor para cada um e sua flexibilidade quanto a novos produtos, são diversos fatores que fazem a diferença na hora de vender um produto de beleza, portanto é de suma importância que a pessoa que deseja fazer uma venda conheça o consumidor, e quando há diferentes consumidores com diferentes gostos, pode se tornar uma tarefa difícil conseguir agradar a todos e se manter organizada quanto aos ganhos pessoais. Observando esses fatores, pretendemos, através da plataforma, oferecer recomendações por, a princípio, dois “caminhos”: o primeiro diz respeito a visão das consultoras sobre os clientes, como preferências por fragrâncias específicas, tipos de produtos preferidos, entre outros, para ajudar as parceiras da Natura a oferecerem aquilo que tem mais chance de ser do agrado do cliente, já o segundo “caminho” diz respeito aos produtos da marca, já que entendê-los é essencial para decidir se deseja os revender e também para apresentar ao cliente, portanto informações como em qual lugar um produto está vendendo mais, qual a melhor época do ano para vender e que tipo de cliente usa o produto, também poderão ser acessadas na plataforma. Combinando essas duas informações, cliente e produto, a Consultora de Beleza pode não apenas maximizar suas chances de vendas, mas também se sentir engajada dentro da marca, e assim ter uma experiência satisfatória.

É fato que, ao se desenvolver uma plataforma digital, é preciso entender quem irá usufruir dela, e entendemos que em sua maioria, o público-alvo da nossa solução é de mulheres não nativas na era digital, portanto, é necessário ter um ótimo UX/UI que simplifique os processos e passe total controle do APP para o usuário, além de ser intuitivo. Ademais, discutimos a possibilidade da implementação de workshops direcionados a ensinar para as mulheres que assim desejam, a usar a plataforma e extrair o máximo da mesma, sem ter dificuldades quanto ao seu funcionamento. Esses workshops podem não apenas mostrar do zero como usar a plataforma no dia a dia, mas também trazer outros benefícios as consultoras, como usar as informações contidas no APP e combiná-las para conseguir mais clientes e ganhar destaque e visibilidade fora do seu ciclo comum de compradores. Mesmo não sendo obrigatório, visto que outro grupo das consultoras já sabem utilizar plataformas digitais e mídias sociais como um todo, os benefícios oferecidos podem atrair tanto quem deseja se tornar consultora quanto quem já é uma, e consequentemente criar uma comunidade forte digitalmente e que entende seu cliente.

Diferenciação competitiva da solução

Como citado na idealização da solução, temos como base sistemas de CRM para desenvolver nossa ideia, porém é notável a complexidade de tal softwares e sua visão voltada para grandes empresas. Nossa proposta se diferencia do mercado existente pois aproxima desses sistemas pessoas que normalmente não teriam contato com algo do gênero. Assim, poderiam desenvolver práticas e comportamentos de grandes empresas num escopo menor e de forma autônoma, como trabalhar com BI para entender a melhor forma de vender seus produtos.

Ao contrário da visão simplificada para sistemas de CRM e BI, a plataforma oferece uma visão extremamente detalhada para com a profissão de Consultora de Beleza, já que seu foco é a Natura e seus produtos. Dessa maneira, as vendedoras terão mais facilidade no dia a dia, já que compartilham do mesmo objeto de trabalho no qual a plataforma é baseada.

O uso de Estatística para Soluções em TI na solução

Em qualquer plataforma de CRM e/ou BI, é muito importante possuir dados que revelam informações valiosas sobre seus clientes e sua empresa com um todo, mas é importante também garantir que esses dados sejam precisos e demonstram a realidade do negócio. Pensando nisso, entendemos que a disciplina de Estatísticas para Soluções em TI, desempenhará um papel crucial para a nossa solução apresentada, sendo uma das bases tanto para o início do desenvolvimento da proposta quanto para seu funcionamento na prática, utilizando conceitos de extrema importância para o auxílio das consultoras.

Alguns dos conceitos que serão utilizados envolvem Média Aritmética, Moda, Mediana e Separatrizes, os quais trabalharão juntos para explicitar dados de extrema importância no modelo de CRM proposto, como padrões de compra, produtos mais procurados, lucro médio por compra, preferência dos clientes, entre outros. Dessa forma, o uso da estatística para a coleta de dados, incrementa as informações disponíveis para as consultoras, melhorando então o desempenho do negócio. É através da aplicação desses e outros conceitos que podemos alcançar o funcionamento ideal da plataforma e garantir precisão e qualidade nas informações apresentadas as consultoras Natura, levando-as a tomar a melhor decisão possível.