
Design Sprint

Projeto 4: O relatório



Principais tendências

É necessário explicar melhor o que é a Ooup nas propagandas para que os usuários não fiquem desconfiados e possibilitar o login por meio de contas do Facebook e Gmail.

O programa de recompensas agrada muito, principalmente a pontuação destacada que os incentiva a fazer tarefas, mas as recompensas / parceiros precisam ser personalizados / mais conhecidos.



Reflexão sobre o objetivo de longo prazo

Em dois anos, a Ooup será o serviço de aluguel de scooters mais popular e abrangente do mundo.

A pesquisa de usuários reflete que o modelo de negócio a partir das recompensas pode ser viável, os consumidores estão interessados. É difícil dizer se em 2 anos será o mais popular, mas é possível afirmar que a perspectiva de crescimento é positiva (realizando alguns ajustes, é claro).



Perguntas e respostas do Sprint



1 | Podemos agir como substitutos de outros veículos?

Sim, o programa de recompensas é atrativo o suficiente pelo menos para um teste, e os usuários vão ganhar algo em troca de tarefas que podem ser encaixadas durante seus trajetos.



2 | Nosso modelo de recompensas agradará os consumidores?

Sim, o programa de recompensas foi o único dos aspectos que teve apenas feedbacks positivos de todos os usuários.



3 | Podemos superar serviços concorrentes de bicicletas e caronas?

Sim, os serviços concorrentes oferecem apenas descontos ou eventuais parcerias, na Ooup o programa de recompensas é a base do modelo de negócio.



Os três próximos passos recomendados



o passo 1 | Reestruturar a forma de apresentação da empresa, do programa de recompensas para as propagandas e deixar claro pelo o que o usuário paga e pelo o que ele não paga.



o passo 2 | Permitir a realização do cadastro por meio de contas do Facebook, Gmail e outras mídias sociais populares.



o passo 3 | Desenvolver uma forma customizada de recompensas, muitas vezes um usuário não conhece determinadas marcas / lojas, é necessário segmentar (fast foods, lojas de roupa e eventos para os universitário que são o público alvo, por exemplo).



Opiniões detalhadas sobre o protótipo

- Anúncio no facebook: Não é possível entender o que o anúncio oferece, a ooup ou o programa de recompensas.
- Landing page de recompensas: Os possíveis consumidores têm medo de cair em alguma armadilha, querem mais informações, mas recebem bem a ideia geral do programa de recompensas.
- Inscrição: Os usuários querem mais informações do programa e da empresa e ainda querem a possibilidade de se inscreverem utilizando suas contas no Facebook e Gmail.
- Painel de tarefas: Extremamente bem recebido, de forma geral as tarefas simples com recompensas por pontos agradam, e a pontuação 0 incentiva os usuários a começarem as tarefas.
- Loja de aplicativos: Design agradável, mas é necessário mais informações sobre a Ooup e o programa de recompensas, anúncios próximos a grandes players como Uber e Grab trazem credibilidade para o app.
- Oferta especial em dispositivo móvel: Ideia bem aceita, mas é necessário avisar que o usuário ganhou pontos pois baixou o app, é necessário oferecer mais de uma oferta (alguns usuários são vegetarianos e não gostam de hambúrguer, por exemplo, que tal fazer parceria com uma hamburgueria que tenha carnes de soja ou ofereça outras opções.