



Challenge Natura

Sprint 01 - Estatísticas para Soluções em TI

Turma – 2SIS

Nome do Grupo: Tech Trend

Integrantes:

Enzo Luciano Duarte – **RM:** 552486

Francisco Henrique Lima – **RM:** 99545

João Victor Oliveira Avellar – **RM:** 550283

Murilo Santini Chequer – **RM:** 550198

Ronaldo Kozan Júnior – **RM:** 98865

São Paulo

2024

1. Qual o problema da Natura que será resolvido com a sua solução?

O problema de desengajamento das consultoras.

2. Qual a solução idealizada (descrição geral das funções que ela entrega e tecnologia que integra)?

Nossa proposta é a transformação do site principal da Natura em uma espécie de "marketplace", onde o consultor mais próximo do cliente e com disponibilidade do produto seria o responsável pela venda.

Essa solução traz uma maior receita para os revendedores, agora que a Natura não competirá mais com eles, e sim os apoiará, trazendo visibilidade. Por outro lado, a empresa iria economizar com fretes e outras taxas que teria para fazer o envio de seus produtos.

Junto com isso, pensando em melhorar a experiência tanto do cliente como do revendedor, foi elaborada a ideia de um "SuperApp" que uniria os três aplicativos hoje necessários em um só.

O app seria leve o suficiente para funcionar em dispositivos mais fracos, com um modo offline para que as consultoras de áreas remotas pudessem anotar pedidos e enviá-los facilmente quando a conexão fosse reestabelecida.

É proposto também um plano por assinatura direcionado aos revendedores para obter acesso a uma gama maior de produtos.

3. Qual o público-alvo (que vai usar/consumir a sua solução), no caso, quem será beneficiado pelas melhorias da sua solução?

Os principais beneficiados pela solução seriam as consultoras, mas os clientes também se beneficiariam do marketplace, e indiretamente a própria Natura seria beneficiada pelo aumento de vendas e engajamento com as consultoras.

4. Avaliação da existência de produtos/soluções similares/concorrentes.

Atualmente 4 empresas de cosméticos utilizam o sistema de marketplace para seus negócios, são elas: Sephora, Ultra Beauty, Cult Beauty e a Dermstore. Porém, nenhuma delas tem a gigantesca rede de colaboradores que a Natura possui, contando com 7 milhões de colaboradores em todo o país, esse seria o diferencial do nosso marketplace.

Vale ressaltar, que não há nenhuma marca que utilize um plano por assinatura que garanta acesso a uma diversidade maior de itens Natura aos revendedores.

5. Diferenciação competitiva da sua solução-Destaque da aplicação de Estatísticas para Soluções em TI na diferenciação da solução.

Nossa proposta de transformar o site principal da Natura em um “marketplace” e desenvolver um “SuperApp” visa não apenas resolver o problema de desengajamento das consultoras, mas também diferenciar a empresa no mercado, pois uma empresa precisa gerar lucro.

Com isso em mente, trouxemos alguns exemplos em quais os conceitos estatísticos que estamos aprendendo em sala de aula foram aplicados, com o objetivo de potencializar e trazer performance à nossa solução.

São eles:

- **Separatrizes e Mediana:** Utilizaremos esses conceitos para segmentar os consultores com base no desempenho de vendas, incluindo aqueles em áreas remotas. Ao identificar os quartis ou percentis de vendas, poderemos personalizar estratégias para impulsionar o desempenho dos consultores nessas regiões remotas que estão abaixo da mediana, aumentando o engajamento e as vendas mesmo em áreas de menor acesso.
- **Moda:** Ao analisar a moda dos produtos mais populares entre os revendedores, poderemos ajustar o mix de produtos oferecidos no plano por assinatura. Isso garantirá que os produtos mais procurados estejam disponíveis para os assinantes, aumentando o valor percebido do plano e incentivando mais revendedores a aderirem.
- **Média Aritmética Simples:** Com a média aritmética simples pode-se calcular métricas importantes relacionadas à utilização do “SuperApp”. Por exemplo, poderemos calcular a média do tempo de uso diário do aplicativo, o número médio de pedidos realizados por usuário por mês e a média de interações com as funcionalidades do nosso aplicativo unificado. Essas métricas nos fornecerão insights valiosos sobre o engajamento dos usuários com a plataforma.
- **Média Aritmética Ponderada:** Com a média aritmética ponderada, pode-se atribuir pesos diferentes às métricas de acordo com sua importância para a experiência do usuário. Por exemplo, é possível dar um peso maior à média de interações com as funcionalidades do aplicativo do que ao tempo médio de uso diário. Isso nos permitirá ter uma visão mais equilibrada e precisa do desempenho e da satisfação dos usuários com o “SuperApp”.
- **Distribuições de Frequências:** Ao analisar a distribuição das vendas dos produtos no marketplace, poderemos identificar padrões de compra e preferências dos clientes. Isso nos permitirá ajustar o catálogo de produtos e as estratégias de marketing para atender às demandas específicas dos clientes, aumentando assim a atratividade e eficácia do marketplace.

Conclusão

Ao aplicar esses conceitos estatísticos de forma integrada, capacitaremos a Natura a tomar decisões mais assertivas e seguras, aperfeiçoando o desempenho da plataforma, aumentando o engajamento dos consultores e por fim, impulsionando as vendas.

Essa abordagem estatística diferenciada é fundamental para alcançar uma vantagem competitiva que seja sustentável no mercado de cosméticos.