
Design Sprint

Projeto 4: O relatório



Principais tendências

Falta informações preliminares sobre o aplicativo na loja, na landing page de recompensas e no anúncio do Facebook.

Estamos no caminho certo, o painel de tarefas atendeu as expectativas e mínimos ajustes para apresentar as ofertas.



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.

Acredito que esse objetivo é crível, mas requer outros projetos para acompanhar as tendências de mercado e os desejos dos clientes. O primeiro projeto, o aplicativo de recompensas, foi bem conduzido com a equipe através do processo de Design Sprint. Vamos elaborar novos desafios com equipe e incentivar o uso da metodologia.



Perguntas e respostas do Sprint



1 | Podemos diminuir os custos de manutenção das Scooters?

Não! O foco desse desafio foi outro.



2 | Podemos oferecer mais segurança aos usuários e cobrar a mais por esse serviço?

Não! O foco desse desafio foi outro.



3 | Podemos conquistar mercados nos países em desenvolvimento?

Sim! Principalmente em países em desenvolvimento. Oferecer tarefas que poderão ser revertidas em benefícios é muito interessante em países em desenvolvimento.



Os três próximos passos recomendados



o passo 1 | Vamos trabalhar no desenvolvimento de conteúdo informativo para deixar claro que é um programa de recompensas e com regras claras, para não deixar dúvidas ou suspeitas que seja uma armadilha, engodo.



o passo 2 | Facilitar o acesso ao aplicativo, integrando as APIs do Google, Facebook e Twitter para realizar o login.



o passo 3 | Incluir novas tarefas para propor atividades em ambientes abertos, estimulando o uso das nossas scooter, como: entrega de encomendas, carona compartilhada, guia turístico. Vamos testar uma comunicação sutil para não fomentar opiniões críticas de propaganda indevida.



Opiniões detalhadas sobre o protótipo

- A crítica mais presente foi a falta de informações detalhadas sobre a proposta do aplicativo. Essas observações foram feitas em diferentes etapas do protótipo, como: Anúncio do Facebook, Landing page e, principalmente, na loja de aplicativos.
- A falta de opções para o usuário entrar no aplicativo sem precisar criar uma conta específica.
- Nas ofertas, importante mostrar as tarefas que levaram acumular os pontos que foram trocados por uma recompensa.
- Nas oferta, é importante filtrar o tipo de recompensa que cada usuário deseja receber.
- Falta detalhes se há custos ou pré-requisitos para participar das tarefas.
- Divulgar mais a marca da Ooup e dos parceiros, o desconhecimento dificulta a adoção do aplicativo de recompensas.