

Os dados da Bytebank

Transcrição

[00:00] Vamos entender especificamente como o projeto vai funcionar para a Bytebank. Entendemos o que é projeto – processo com objetivo único, tem começo, meio e fim. Quais os objetivos únicos da Bytebank? Realizar o conceito de produto que o cliente quer. Estamos descobrindo neste processo desde a primeira aula o que ele quer. Que ele está disposto a pagar de 80 a 120 reais, 50% deles não estão satisfeitos com limite de crédito, quase 70% fazem uso de compras internacionais. Isso já é uma grande base de dados para começar a desenhar na prática o programa de milhagens. Se o cliente usa muitos programas internacionais, nossos fornecedores têm que ser internacionais. Se o cliente sempre usa a internet, tudo tem que estar disponível online.

[01:24] Imagine se lançássemos um programa de milhagens com foco em produtos nacionais. Teria um impacto positivo, mas não tão grande quanto com foco no internacional. Todo mundo hoje em dia tem pesquisado mais sobre nomadismo digital, como trabalhar em diversos lugares do mundo, ou só viajar mesmo. Hoje em dia viajar é mais acessível.

[02:00] O início do nosso projeto é realizar o conceito de produto que o cliente quer. O meio do nosso desenvolvimento de projeto é saber o que precisar, desenhar e testar no mercado. Talvez pegar uma pequena quantidade de clientes para testar e ver se podemos melhorar. Testar também se conseguimos atender o processo, se não está falhando nada durante o atendimento e troca de pontos dos nossos clientes. Às vezes uma visão externa traz muito mais reflexões do que uma visão interna.

[03:15] Quando pegamos uma opinião externa, talvez tenhamos um depoimento totalmente diferenciado, que não estávamos esperando. São pessoas que não estão acostumadas a conviver com aqueles fatores. É por isso também que temos que testar o produto no mercado.

[03:36] A finalização, como sempre, é ter entregue tudo para que os usuários possam usar. Que todos que queiram usar o programa possam usar e que isso esteja disponível de forma generalizada, não só para alguns, para não termos nenhum tipo de problema no lançamento. Geralmente as empresas têm problemas exatamente por não conseguirem transformar o meio no final. No meio você vai testar uma pequena porção, mas subir o atendimento é muito mais difícil. É o exemplo da barbearia. Se o barbeiro está crescendo, ele tem que contratar mais mão de obra. Ele não é só mais um barbeiro, mas alguém que tem que ensinar o processo. Além de treinar as pessoas, ele tem que gerenciar, saber se os funcionários estão atendendo bem. Muita gente não tem disposição para isso, por isso prefere ficar pequeno. Não estaria errado, mas vocês estão aprendendo aqui que vocês podem sim aumentar o atendimento de vocês.