

# Exercício de Construção de User Story Mapping - USM

## Introdução ao Estudo de Caso: ComunEventos

A “ComunEventos” é uma empresa fictícia que busca revolucionar o mundo dos eventos comunitários. Este estudo de caso foi elaborado para proporcionar aos estudantes uma compreensão sobre os desafios e oportunidades enfrentados por uma empresa neste setor.

Orientações para a Construção do User Story Mapping:

1. **Entendimento do Contexto:** Antes de iniciar o UMS, é crucial que você compreenda completamente o estudo de caso. Leia o texto várias vezes para garantir que não perca nenhum detalhe.
2. **Crie um breve resumo:** Antes de mapear as histórias, crie um breve resumo do produto ou de suas características para enquadrar e restringir o que será mapeado. Pense nisso como uma grande história. Identifique:
  - a. **O quê:** nomeie o produto, características, e problemas a serem resolvidos.
  - b. **Por quê:** benefícios do produto para o cliente.
  - c. **Quem:** diferentes tipos de usuários.
3. **Identifique os Atores:** Quem são os usuários finais do produto? Pense em todos os stakeholders - desde os organizadores de eventos até os participantes. Estes serão os seus “personas”.
4. **Comece com a Persona mais crítica:** dentre as personas, identifique qual delas pode ser a mais crítica para o sucesso do produto. Comece por ela, e vá acrescentando outras ao longo do processo.
5. **Defina as Atividades Principais:** Baseado no estudo de caso, quais são as principais atividades que os usuários desejam realizar para atingir um objetivo comum? Por exemplo, “organizar um evento”, “comprar um ingresso”, “compartilhar detalhes do evento”, etc.
6. **Histórias:** Para cada atividade, identifique várias ações ou tarefas específicas. Isso vai ajudar a criar histórias mais detalhadas. Por exemplo, sob “organizar um evento”, você pode ter “escolher um local”, “definir data e hora”, “listar palestrantes”, e assim por diante.
7. **Priorização:** Nem todas as histórias têm a mesma importância. Discuta com seus colegas e divida o mapa em lançamentos de produto, MVP e outros que podem ser adicionadas em versões futuras. Para cada versão informe como contribui para os objetivos de negócio e, identifique métricas de medição (sucesso do produto).
8. **Utilize Ferramentas Digitais:** O USM pode ser feito de forma tradicional com post-its em uma parede ou mesa grande, ou digitalmente usando ferramentas. Para essa atividade deve-se utilizar ferramentas como MIRO ou MURAL.
9. **Revisão e Feedback:** Depois de criar o seu User Story Mapping, reveja-o com seus colegas e professor. O feedback é uma parte essencial do processo, ajudando a identificar lacunas ou áreas de melhoria.

10. **Iteração:** O User Story Mapping não é um processo único. Conforme você avança no desenvolvimento e recebe mais informações ou feedback, volte e atualize o mapeamento para refletir as novas aprendizagens.

**Lembre-se:** O objetivo do User Story Mapping é visualizar o produto do ponto de vista do usuário e garantir que todas as suas necessidades sejam atendidas.

Estudo e aproveite este exercício prático para aprimorar suas competências em desenvolvimento de produtos de software!

**Prof. Dr. George Marsicano**  
Engenharia de Software, FGA/UnB  
PPCA, CiC/UnB

## Contexto:

Em um mundo cada vez mais digital, a necessidade de conexões humanas reais ainda prevalece. A “ComunEventos” é uma startup que nasceu da observação atenta de três jovens empreendedores que, após participarem de diversos eventos comunitários em suas cidades, perceberam a necessidade urgente de otimizar a experiência tanto para organizadores quanto para participantes. Eles perceberam que, apesar do avanço tecnológico, a gestão e participação em eventos comunitários permaneciam desatualizadas e dispersas.

E é nesse cenário que a “ComunEventos”, possui como missão desenvolver uma plataforma online para otimizar a organização e promoção de eventos comunitários. A visão é criar um ecossistema digital no qual os membros da comunidade se encontrem, colaborem e participem de eventos que ressoem com seus valores e interesses.

Para deixar mais claro, eventos comunitários são atividades ou reuniões organizadas com o objetivo principal de unir e fortalecer uma comunidade, seja ela definida por localização geográfica, interesses comuns, cultura ou outros fatores. Esses eventos frequentemente visam promover a coesão social, compartilhar informações, celebrar a cultura ou tradição local, ou simplesmente proporcionar momentos de diversão e relaxamento para os membros da comunidade. São exemplos de eventos comunitários: feiras locais, eventos culturais, workshops e palestras, eventos esportivos comunitários, eventos de beneficência, eventos de conscientização, eventos de networking, eventos religiosos ou espirituais, mercados de agricultores, eventos de adoção de animais.

Em suma, eventos comunitários são uma manifestação da identidade, interesses e necessidades de uma comunidade. Eles proporcionam uma oportunidade para as pessoas se conectarem, aprenderem umas com as outras, celebrarem e trabalharem juntas para melhorar seu entorno coletivo.

A partir desse contexto, a “ComunEventos” realizou uma pesquisa preliminar, e descobriu que:

1. **Escala de Organização:** Muitos organizadores são voluntários ou pessoas que desejam criar impacto em suas comunidades. Eles frequentemente se deparam com a árdua tarefa de gerenciar múltiplas ferramentas, muitas das quais não foram projetadas especificamente para eventos. Estas podem incluir plataformas de mídia social como Facebook ou Instagram para promoção, aplicativos de mensagens como WhatsApp ou Telegram para comunicação direta com os participantes, planilhas de Excel ou Google Sheets para rastrear inscrições e ferramentas de email marketing como MailChimp para enviar atualizações. Além disso, muitos recorrem a sistemas manuais como telefonemas e inscrições físicas.
2. **Barreiras Financeiras:** Algumas ferramentas dedicadas são caras, o que pode ser proibitivo para eventos comunitários que frequentemente operam com orçamentos apertados. Ferramentas especializadas para gestão de eventos, como Eventbrite, Meetup ou Even3, por exemplo, oferecem uma gama de funcionalidades desde inscrições, promoção até análise de dados dos eventos. O custo varia, mas algumas dessas ferramentas podem cobrar uma porcentagem do preço do ingresso (por exemplo, 5-10%) ou uma taxa fixa mensal que pode variar de R\$50 a R\$500 ou mais, dependendo das funcionalidades oferecidas.

3. **Engajamento:** Os participantes, especialmente os mais jovens acostumados com plataformas digitais, esperam um processo de inscrição e participação simplificado, ou seja, um processo no qual os participantes podem se inscrever, obter informações e participar de um evento com o mínimo de etapas possíveis. Isso pode incluir, por exemplo, inscrições com um clique, pagamentos integrados e acesso fácil a informações sobre o evento. No entanto, são frequentemente recebidos com múltiplos passos, plataformas e, em alguns casos, até a necessidade de downloads adicionais.
4. **Colaboração e Comunicação:** Organizadores muitas vezes desejam colaborar com outros membros da comunidade, sejam eles fornecedores locais, patrocinadores ou voluntários. Neste sentido, muitos recorrem a diversos canais de comunicação, como e-mails, mensagens instantâneas e telefonemas. Esse método disperso pode levar a mensagens perdidas, duplicação de esforços e falta de alinhamento entre as partes envolvidas, tornando a colaboração menos eficiente.

## Objetivos de Negócio:

O principal objetivo de negócio da “ComunEventos” é simplificar e unificar o processo de organização de eventos, tornando-o mais acessível e eficiente para organizadores e participantes. A startup pretende:

1. Consolidar a fragmentação da organização de eventos, integrando todas as ferramentas necessárias em uma única plataforma.
2. Remover barreiras financeiras, tornando a plataforma acessível para eventos de todos os tamanhos e orçamentos.
3. Melhorar o engajamento dos participantes, proporcionando uma experiência de usuário contínua e intuitiva.
4. Estimular a colaboração local, incentivando parcerias com fornecedores locais, patrocinadores e voluntários.

## Objetivos do Aplicativo:

A plataforma da “ComunEventos” almeja impactar positivamente a forma como eventos comunitários são realizados, beneficiando organizadores, participantes e a comunidade em geral.

1. Facilitar a inscrição e envolvimento, levando a um maior engajamento da comunidade nos eventos.
2. Maximizar a utilização de recursos disponíveis, reduzindo desperdícios e sobreposições em eventos simultâneos.
3. Assegurar que todos os envolvidos estejam informados e alinhados, minimizando mal-entendidos e melhorando a satisfação dos participantes.
4. Facilitar a integração de fornecedores locais, patrocinadores e voluntários, gerando mais valor para os eventos.
5. Permitir uma avaliação mais precisa do impacto dos eventos, levando a decisões mais informadas no futuro.

6. Facilitar a organização e participação em eventos, promove-se um sentimento de pertencimento e coesão na comunidade.
7. Incentivar a criação de uma variedade maior de eventos que atendam a diferentes interesses.

## **Processo de Negócio:**

### ***Processo de Negócio para Organizadores***

No momento da concepção de um evento, um organizador começa definindo os principais detalhes, como o tipo de evento, a data, a hora e o local. Com esses detalhes em mãos, eles embarcam na tarefa crucial de promoção. Isso envolve uma combinação de estratégias, desde publicações nas redes sociais até o envio de e-mails direcionados para uma lista de contatos. Eles também podem recorrer a parceiros locais, como empresas ou instituições, para ajudar na divulgação.

A etapa de inscrição é onde as coisas podem se tornar mais complexas. Os organizadores precisam de uma maneira de rastrear quem estará presente e, em muitos casos, coletar pagamentos. Essa fase pode envolver o uso de planilhas, aplicativos de terceiros ou até mesmo sistemas manuais baseados em telefonemas ou registros em papel. A comunicação com os inscritos é vital, enviando-lhes atualizações sobre o evento, lembretes de data e hora, e quaisquer outras informações pertinentes.

No que diz respeito à coordenação, os organizadores trabalham nos bastidores para garantir que tudo corra bem no dia do evento. Isso pode envolver tudo, desde a coordenação com fornecedores, garantindo que o espaço esteja preparado, até a organização de equipamentos e recursos necessários. Após a conclusão do evento, um passo crucial é a coleta de feedback. Isso pode ser feito por meio de pesquisas online, sessões de feedback ao vivo ou análise das interações nas redes sociais.

### ***Processo de Negócio para Participantes***

Para um participante, tudo começa com a descoberta. Eles podem ouvir falar de um evento por meio de uma postagem em uma rede social, um e-mail ou uma recomendação de um amigo. Uma vez que um evento chame sua atenção, o próximo passo é o registro. Eles podem ter que preencher um formulário online, fazer uma chamada telefônica ou, em alguns eventos mais tradicionais, preencher um formulário físico.

Se o evento for pago, surge a etapa de pagamento. Os participantes podem ser direcionados para uma plataforma de pagamento online, realizar uma transferência bancária ou, em alguns casos, efetuar o pagamento pessoalmente no dia do evento. No dia do evento, o participante chega ao local, segue as instruções fornecidas pelos organizadores, e espera ter uma experiência agradável e enriquecedora. Após a conclusão, muitos são incentivados a compartilhar suas impressões, seja por meio de um formulário de feedback, postagens nas redes sociais ou comunicações diretas com os organizadores.

### ***Colaboração de Fornecedores Locais***

Fornecedores locais, como empresas de catering, locais de eventos, e empresas de aluguel de equipamentos, são vitais para a realização de muitos eventos. Geralmente, há uma fase de cotação e negociação em que a organização do evento busca obter os melhores preços e condições. Uma vez acordado, é essencial manter uma comunicação aberta e regular com esses

fornecedores, garantindo que todos estejam alinhados quanto aos prazos e especificações. Contratos são frequentemente assinados para formalizar acordos, especificando detalhes como datas, custos e responsabilidades.

### ***Participação de Patrocinadores***

Patrocinadores podem ser empresas locais, marcas nacionais ou até mesmo indivíduos que desejam apoiar o evento. A colaboração com patrocinadores geralmente começa com um pitch ou proposta que destaca os benefícios de patrocinar o evento, como exposição de marca, acesso a um público-alvo e oportunidades de networking. Uma vez que um patrocinador decide apoiar, a organização do evento deve garantir que todas as promessas feitas (como logotipos em materiais promocionais ou estandes no local) sejam cumpridas. É fundamental também fornecer feedback pós-evento aos patrocinadores, mostrando-lhes o impacto e o retorno de seu investimento.

### ***Incorporação de Voluntários***

Voluntários são frequentemente a espinha dorsal de eventos comunitários. Eles podem ajudar em tudo, desde a promoção do evento, passando pelo registro de participantes, até a coordenação no dia do evento. A colaboração começa com um processo de recrutamento, onde a organização especifica as funções e responsabilidades necessárias. Muitas vezes, são realizadas sessões de treinamento para preparar os voluntários para suas tarefas. A comunicação regular é crucial, mantendo-os informados sobre mudanças, horários e quaisquer outros detalhes relevantes. Após o evento, é uma boa prática agradecer aos voluntários por seu tempo e esforço, e muitas vezes eles são reconhecidos publicamente por sua contribuição.

### ***Gerenciamento dessas Colaborações***

Para gerenciar eficazmente essas colaborações, muitos organizadores de eventos usam ferramentas digitais, como software de gerenciamento de projetos ou plataformas específicas para eventos. Isso permite rastrear tarefas, prazos, e comunicações em um só lugar. Além disso, reuniões regulares, tanto presenciais quanto virtuais, são organizadas para garantir que todos os colaboradores estejam alinhados. A clareza nas expectativas, responsabilidades e prazos é fundamental para garantir que todos trabalhem juntos em prol do sucesso do evento.

## **Personas:**

### ***Organizador do Evento***

- **Descrição:** Indivíduo ou equipe responsável pela concepção, planejamento e execução do evento. Eles determinam a data, local, pauta e gerenciam toda a logística.
- **Necessidades:** Uma plataforma eficiente para coordenar o evento, ferramentas de promoção, comunicação clara com participantes e colaboradores, gestão de orçamento e monitoramento de inscrições.

### ***Participante do Evento:***

- **Descrição:** Membros da comunidade que frequentam o evento por interesse ou paixão pelo tema ou causa. Podem ser habitantes locais ou pessoas de regiões vizinhas.
- **Necessidades:** Informações claras sobre o evento, processo de inscrição simples, meios de interação antes, durante e depois do evento, e uma plataforma intuitiva para navegação e obtenção de detalhes.

***Fornecedor Local:***

- **Descrição:** Empresas ou indivíduos que fornecem serviços ou produtos necessários para a realização do evento, como alimentação, decoração, equipamentos, entre outros.
- **Necessidades:** Comunicação eficaz com os organizadores, compreensão clara das expectativas, processo de pagamento transparente e feedback pós-evento.

***Patrocinador:***

- **Descrição:** Empresas ou indivíduos que apoiam financeiramente o evento em troca de publicidade ou outros benefícios.
- **Necessidades:** Visibilidade clara durante o evento, relatórios sobre o impacto de sua participação e comunicação constante com os organizadores.

***Voluntário:***

- **Descrição:** Indivíduos que oferecem seu tempo e habilidades gratuitamente para ajudar na realização do evento.
- **Necessidades:** Clareza nas tarefas a serem realizadas, treinamento (se necessário), reconhecimento pelo trabalho realizado e um canal de comunicação eficaz com os organizadores.