

# Caderno de Encargos Bairros Digitais

## 1 Backoffice CH

Deverá existir um backoffice de controlo para a CH. Neste deve ser possível:

- Gerir clientes existentes e novos clientes;
- Acompanhar os clientes que usem o produto;
- Acompanhar métricas de sucesso e sustentabilidade do(s) projeto(s);
- Exportar informação estatística em csv/excel.

### 1.1 Gerir clientes

Aqui será possível fazer todas as operações de CRUD associadas com os clientes (municípios) que estejam a utilizar a aplicação. Estas operações terão duas áreas distintas.

- Gerir municípios;
- Gerir gestores de municípios;
- Gestão de módulos.

#### 1.1.1 Gerir Municípios

Na gestão de Municípios será possível definir toda a informação base dos mesmos. Desde as suas configurações em termos de aspecto, bem como localização.

#### 1.1.2 Gestor de Municípios

Em cada um será possível definir um ou mais gestor de Municípios. Estes serão os elos de ligação entre os comerciantes e os Municípios. Têm como principal responsabilidade monitorizar e gerir toda a logística do Bairro Digital.

#### 1.1.3 Gestão de módulos

Esta é uma área imprescindível para a gestão dos Bairros Digitais. Cada um poderá ter módulos ativos que outros não têm. Tornando assim a experiência de cada um mais singular. Todos os módulos descritos neste documento como funcionalidades poderão estar ativos ou inativos em cada um dos Municípios.

### 1.2 Acompanhar clientes

Deverá existir uma área estatística associada a cada cliente. Desta forma, será possível monitorizar o sucesso de cada bairro digital individualmente. Estas estatísticas devem funcionar sempre com um Município selecionado, visto que podem estar a usar módulos diferentes as estatísticas podem não ser comparáveis. Todas as informações estatísticas comparáveis devem ser demonstradas em área própria em formato KPI.

## 2 Administração Bairro (Gestor de Bairro)

Cada Bairro Digital terá um backoffice próprio que pode ser acedido apenas pelos seus gestores de bairro. Neste devem existir funcionalidades como:

- Dashboard (com KPIS)
- Gestão de comerciantes/lojas;
  - Aprovações e novas inscrições;
  - Gestão de informação de georeferenciação;
  - Compras marketplace
- Campanhas
  - Campanhas multi-loja;
  - Cabazes multi-loja;
  - Cupões de desconto;
- Gestão de conteúdos;
  - Gestão de notícias;
  - Gestão de FAQs;
  - Gestão de galerias;
  - Caixa de sugestões;
  - Redes sociais

### 2.1 Dashboard & KPIs

#### 2.1.1 Dashboard

##### **Novas adesões (pode ser em tabela com os últimos 5 de cada)**

- Listagem de comerciantes que se inscreveram no market place
- Listagem de novos utilizadores que se inscreveram no marketplace

A ideia é ter o estado de cada uma destas adesões para saber se já está finalizada/confirmada ou não. Caso existam mais de 5 ter um botão a dizer ver todas para ir para o menu correspondente.

##### **Campanhas a terminar**

Imagem da campanha que irá terminar em breve. Com o intervalo de datas que está definido na campanha.

##### **Comentários**

Listagem de comentários em notícias que estão para aprovação. Mostrar 5 e caso sejam mais ter botão para ver todos e poder fazer essa gestão à parte.

##### **Pedidos de contacto**

Últimos contatos através do site, com dúvidas, etc. Ter possibilidade de ver logo se estão ou não respondidos e caso sejam mais de 5 ter possibilidade de ver todos.

##### **Compras em processamento**

Poder ver a listagem dos carrinhos de compras em processamento e poder ver o estado em que se encontra o processo. Mesma coisa que nos outros acima, mostrar até 5 e os restantes com botão ver todos.

## 2.1.2 KPI

Colocar tipo no canto superior direito a possibilidade de escolher duas datas. Que vão colocar todos os valores abaixo dentro desse intervalo de tempo.

### Valor de transações

Colocar o valor total das transações.

### n° de estabelecimentos aderentes

### n° de operações registadas

### n° de visitantes gerais

### n° de visitantes por estabelecimento

Colocar um gráfico de barras com os estabelecimentos e os visitantes.

### Ranking de transações por categoria de produto

Colocar uma tabela com o top 5 e um gráfico de queijo associado a essa tabela.

Calçado: 10

Vestuário: 8

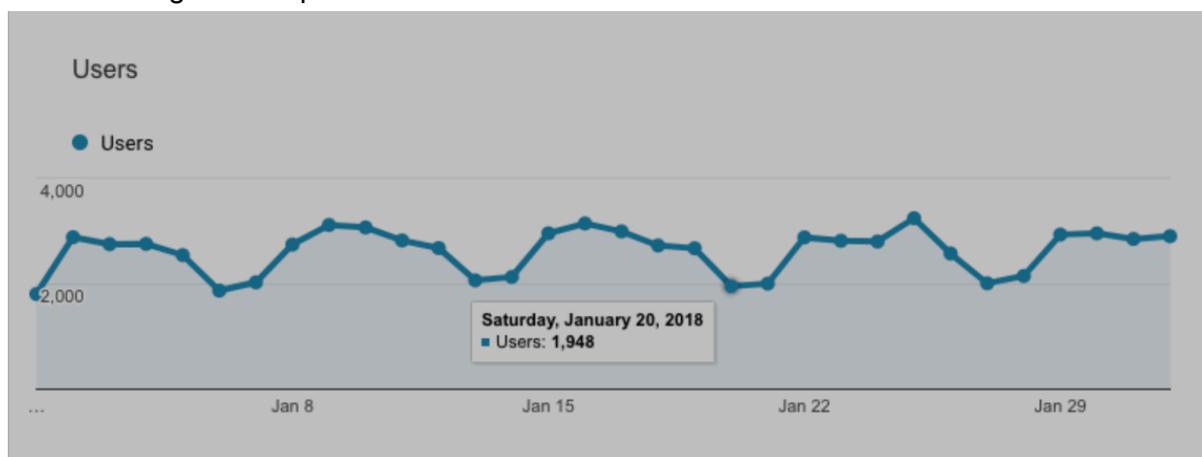
Ferramentas: 4

Ourivesaria: 14

Livraria: 22

## Analytics

Basicamente mostrar o número de utilizadores por dia no marketplace, com um gráfico de linhas ao longo do tempo.



## Campanhas

Basicamente poder ver o estado de uma campanha atual, através de alguns indicadores. Colocar o nome da campanha como título.

Gráfico 1 (Interação campanha)

Posteriormente ter um gráfico de linhas como o de cima, com os utilizadores que visitaram a página com os produtos da campanha.

Depois uma segunda linha no mesmo gráfico com o número de compras abrangidas pela campanha no mesmo tempo.

No topo desta área ter o números da campanha: 37/71 (37 compras/71 visitas à página da campanha)

## 2.2 Gestão de comerciantes

Aqui o gestor de bairro pode fazer toda a gestão relacionada com os comerciantes no seu bairro. Poderá criar novos comerciantes, bem como inativar outros. Terá ainda que introduzir informações dos comerciantes que eles possam não ter preenchido na sua inscrição por forma a poder enriquecer a página do comerciante e por consequência o Bairro.

Nesta seção estará também presente toda a lógica de aprovação de novas inscrições bem como poder consultar o catálogo/stock de cada comerciante. A consulta de catálogos de cada comerciante é muito importante para poder criar campanhas multi-loja bem como cabazes.

### 2.2.1 Tipologias de comerciantes

Todos os inscritos no Bairro Digital devem pertencer a uma de duas tipologias:

- Comerciante com venda online;
- Comerciante sem venda online;

Depois deve ser possível segmentar os comerciantes por categorias criadas e geridas pelo gestor de bairro. Mas esta distinção entre estas duas irá definir se o comerciante pode fazer parte de toda a logística associada com vendas online ou se poderá apenas gerir a sua página e os seus conteúdos informativos sobre o seu comércio.

## 2.3 Campanhas multi-loja e Cabazes

Deve existir um sistema de criação de campanhas e cabazes geridos pelo Gestor do Bairro. O processo de criação destes elementos deve partir do Gestor. Depois de criada a campanha e/ou cabaz, deve seleccionar os comerciantes que possam ter interesse em aderir.

Cada comerciante recebe uma notificação para aderir ou não à promoção. E no caso de ser um cabaz deve indicar quais os produtos quer incluir.

Assim que o gestor de bairro tiver toda a informação de cada comerciante deve definir todos os termos da campanha como:

- Data de inicio;
- Data de fim;
- Percentagem de desconto;

- Valor mínimo de compra;
- Imagem associada à campanha.

No bairro esta informação deverá aparecer destacada na homepage, e deve ter uma página própria, podendo consultar os comerciantes aderentes, bem como os produtos que inclui.

## 2.4 Gestão de conteúdos

Cada bairro digital terá para além da informação dos seus comerciantes aderentes várias informações de texto ou imagem que podem ter que ser atualizadas com alguma recorrência. Aqui o gestor de bairro deve conseguir gerir na íntegra conteúdos como:

- Notícias;
- FAQs;
- Galerias;
- Aprovação de conteúdos para a caixa de sugestões.

## 2.5 Cupões de desconto

Estes cupões não se referem a cupões de desconto em compras efetivas no marketplace, mas sim em serviços no município. Estes cupões devem ser geridos pelo gestor do bairro podendo criar as regras para a sua atribuição. Exemplo: compras acima de 30 euros = cupão de desconto de 5 euros em senhas das piscinas municipais.

## 2.6 Consulta de KPIs

Deve existir um dashboard de entrada com alguns KPIs para que o gestor de bairro possa de forma rápida consultar os resultados do seu bairro. Assim poderá ver métricas como:

- Número de acessos
- Novas contas
- Compras efetuadas
- Número de campanhas em vigor
- Número de cabazes em vigor

Estes e outros KPIs que possam vir a ser definidos devem poder ser consultados por intervalo de datas.

# 3 Administração de Comércio

Cada comércio terá um acesso próprio para a sua área de gestão. Aqui as opções a que terá acesso são definidas por duas características:

- Tipologia do comerciante (com venda / sem venda)
- Módulos ativos no Bairro digital

## 3.1 Comerciante sem venda

Um comerciante sem venda online como um restaurante terá um acesso mais simplificado, onde apenas poderá fazer as seguintes ações:

- Gerir as suas redes sociais
- Gerir contactos (email, tlf, redes, morada)
- Galeria de fotos
- Texto de apresentação da empresa
- Consultar KPIs relacionados com o seu comércio
- Gerir links associados ao seu comércio, como google my business, link tree, redes sociais, etc

Mesmo que o comerciante não tenha venda poderá ter a funcionalidade de catálogo ativa pelo gestor de bairro. Caso isso aconteça ele poderá ainda gerir o seu catálogo, não podendo no entanto fazer toda a gestão de stocks e/ou vendas. Este catálogo será meramente demonstrativo, não podendo ocorrer qualquer tipo de venda e/ou participação em campanhas ou cabazes.

## 3.2 Comerciante com venda

Um comerciante com venda terá acesso a todas as áreas que o anterior tem, no entanto, terá toda a informação relativa à sua loja online. A acrescentar às funcionalidades referidas no ponto anterior poderá ainda:

- Consultar catálogo e stocks;
- Consultar campanhas a que pode aderir;
- Ser notificado para aderir a novas campanhas e cabazes;
- Consultar encomendas;
- Consultar carrinhos abandonados onde estavam produtos da sua loja;
- Ver informações de clientes compradores dos seus produtos;
- Consultar KPIs relacionados com a sua loja.

## 3.3 Comerciante Serviços

Poderá ainda existir um tipo de comerciante de serviços, aqui teremos comerciantes que na prática não têm vendas online, nem catálogo. Mas dependendo do seu negócio podem ter associado um pequeno sistema de reservas. Ou seja, aqui estamos a colocar por exemplo AL, Hotéis e Restaurantes. No entanto, poderá passar também por utilizadores com serviços como “Canalizador”, etc...

A ideia aqui será criar uma página parecida com a de um comerciante normal. No entanto, existe aqui um tipo de call to action que pode ser configurado por cada um. Este CTA pode apontar para sistemas de reservas que o comerciante já tenha como airbnb, booking, the fork, mas também para um website próprio ou até email ou telefone.

## 4 Funcionalidades gerais comprador

O consumidor final será o grande foco de qualquer marketplace. Desta forma deve existir uma série de benefícios, construídos de forma modular, para que possam estar ou não ativos consoante o município tenha interesse ou os serviços existam.

### 4.1 Report de problemas

Com vista à melhoria contínua, deve existir no bairro uma funcionalidade de reporte de eventuais problemas encontrados com a plataforma ou qualquer um dos envolvidos. Seja, comerciantes, sistema logístico e/ou suportes de comunicação associados ao bairro.

#### 4.1.1 Integração com sistema interno

Caso o município já tenha um sistema de tickets este deve estar 100% integrado com o bairro, por forma a centralizar a informação num só local.

### 4.2. Sistema de pontos de desconto

Deve ser criado um sistema de tokens (moeda de troca) que podem ser ganhos com base nas compras feitas no marketplace. Este sistema deve estar integrado com os vários sistemas do município. Vejamos um exemplo prático da utilização do sistema de pontos:

Um cliente final compra um par de sapatos no marketplace por 100€. Com este valor são-lhe atribuídos 2 tokens. Imaginando que o município tem piscinas municipais, poderá usar os 2 tokens para usufruir de um desconto na aquisição de senhas.

Ou seja, quantos mais serviços tiver o município integrados neste sistema, mais benefícios o comprador final verá na utilização do marketplace.

#### 4.2.1 Workflow Sistema de Tokens

1. Compra de artigo = Atribuição de pontos
2. Acumulação de pontos
3. Impressão de voucher de desconto com um qrcode
4. Leitura do qrcode por parte do serviço (exemplo piscinas) que apenas precisa de ter internet para validar o qrcode como tendo sido criado válido ou não.
5. No ecrã vai aparecer à pessoa responsável para introduzir um código de validação (que pertence apenas aquele serviço)
6. Os pontos são dados como utilizados e são removidos da conta da pessoa

### 4.3 Possibilidade de compra integrada

Com a integração com o parceiro eupago.pt deve existir a possibilidade de fazer compras de forma integrada, fazendo com que o carrinho seja partilhado entre todos os comerciantes.

Neste caso, a compra por parte do consumidor final é feita de forma mais direta, sem transtorno, podendo utilizar cupões de promoção que se aplicam apenas a alguns itens do

seu carrinho sem ter que fazer diferentes compras só porque está a comprar em diferentes comerciantes.

#### 4.3.1 Integração pagamentos

Com a existência de um parceiro de renome nas Fintech em Portugal, conseguiremos manter as taxas e comissões a um nível mais baixo, bem como ter diferentes formas de pagamento disponíveis no marketplace. São elas:

- Ref MB
- MBway
- Cartão de Crédito
- Cartão de débito

#### 4.4 Funcionalidades de geo-referenciação

Deverá existir uma área no marketplace relacionada com a geografia do Bairro. Basicamente algo que possa ir do representativo ao máximo detalhe. Devem existir 3 tipos de visualização do mapa.

- Representativo / infografia (algo tipo o que fizemos no projeto map advisor)
- Google Maps (exactamente como temos neste momento)
- VR (como fizemos na visita guiada no portugal naturally)

A ideia será ter ícones associados a cada uma destas versões do mapa e poder mudar entre elas.

### 5 Checkout integrado comerciante

Para efeitos de maquete nesta fase vamos agrupar os produtos no carrinho por comerciante. No entanto, este tipo de estrutura não faz sentido no carrinho de compras mas sim no checkout. Este desenho será apenas para efeitos de maquete.

Exemplo de um carrinho:

<b>Comerciante A</b>		
Produto 1	Quantidade	Valor
Produto 2	Quantidade	Valor
<b>Comerciante B</b>		
Produto 1	Quantidade	Valor
	Total	Soma dos produtos

Normalmente esta divisão só deve ser feita no processo de checkout para efeitos de cálculos de envio pelo número de pacotes. Para já colocar assim.

## 6 Vantagens marketplace CH

- **Integração com serviços locais do município:**
  - Estacionamento
  - Carregamento de automóveis elétricos
  - Piscinas municipais
  - Biblioteca municipal
  - Transportes
  - Pavilhão municipal
  - Cineteatro
  - Arquivo municipal
  - Partilha e uso de bicicletas
- Integração com sistema de pagamentos robusto que facilita a venda
- Recursos humanos no terreno no processo de suporte ao comerciante
- Campanha de marketing associada ao projeto
- **Possibilidade de descontos integrados com os serviços do município**
  - Ex. Piscinas, pavilhão municipal
- Pesquisa rápida de produtos inter-comerciante
  - Loja global
  - Loja individual
- Integração com sistema logístico definido
- Sistema de suporte integrado entre o comerciante e o gestor do bairro
- Sistema de integração com envios DPD

## 7. DASHBOARDS DO BAIRRO

### 7.1. Interpretação gráfica

Eixo das abcissas (eixo x) representa o tempo, que pode ser dado em anos, meses, dias, horas etc. e Eixo das ordenadas (eixo y) representa o outro dado em questão.

### 7.2. Menus laterais

- Bairro
- Perfil Digital
- Portal do Bairro
- Marketplace

## 7.2.1.BAIRRO

### 7.2.1.1 KPIs (dinâmica empresarial)

Evolução no tempo de: (usa um gráfico de linhas em que cada coisa destas é uma linha) de 2024 a 2025

- Nº de Empresas
- Nº de estabelecimentos
- Postos de Trabalho Remunerados (anual)
- Postos de Trabalho totais (anual)
- Volume de Negócios (anual) Fica num gráfico a parte com uma linha e 12 pontos
- 

Gráficos de Gomos:

- Taxa de ocupação (de estabelecimentos)
- Empresas aderentes ao Bairro Digital



### 7.2.1.2 Inventário Empresarial

Nota: pressupõe integração com a “BD de estabelecimentos / Empresas”, que deverá conter, no mínimo:

- Nome
- Estabelecimento (permitir ter mais do que 1) filtro (dropdown - seleccione)
- Setor de atividade filtro (dropdown - vestuário)
- Nº Postos de trabalho inscritos na Segurança Social (2022 / 2023 / 2024 / 2025) gráfico de 2 linhas
- Nº de Postos de trabalho não remunerados (2022 / 2023 / 2024 / 2025)





### 7.3.2. Visitantes (físicos)

**KPI monitorizados:** Informação disponibilizada pelo fornecedor do Wifi / contadores de acessos

**Opções de visualização:**

Gráfico de coluna

Visualização:

- Anual com os dados agregados para os 12 meses (Quant. / meses)
- Mensal com os dados individualizados para todos os dias do mês (Quant. / meses)
- Mensal / horário com os dados individualizados no intervalo horário em todos os dias do mês (Horas / dias)

### 7.3.3. Estacionamentos (opcional)

Não desenvolver nesta fase!

### 7.3.4. Cacifos

**KPI monitorizados:**

- Nº de encomendas
- Valor das encomendas transacionadas
- Nº de Empresas

### **Opções de visualização:**

- Ano / Mês
- Mês / Dia

## **7.4.1. PORTAL DO BAIRRO**

### 7.4.2 KPI

**KPI monitorizados:** (a partir do Google Analytics)

- N° visitantes
- Origem:
  - Distrito
  - Países
- Páginas mais visitadas
- Interações
- ...

Filomena Jorge Coloca basicamente estes gráficos com filtragem entre datas no início e depois poder ver ao mês ou ao dia.



**Opções de visualização:**

- Mês / Dia
- Ano / Mês

**7.5.1. MARKETPLACE**

7.2.3.1. Perfil de Visita

- Indicadores de visita (fornecidos pelo Google Analytics)



- Ranking de Estabelecimentos mais visitados (TABELA ALTO)
- Ranking de Produtos mais vistos (TABELA ALTO)

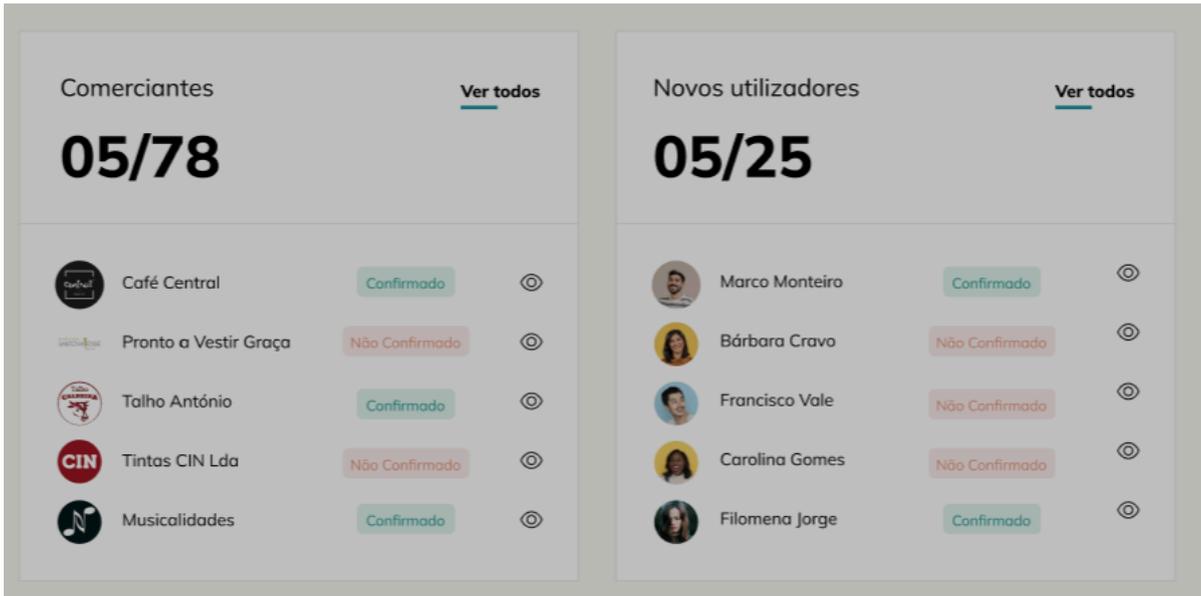
Colocar estes dois mas adaptados

Esquerda **Rank Visitas Estabelecimentos**

Direita **Rank Produtos mais vistos**

Tiras o olho, e o confirmado e n confirmado e o 05/78 e o 05/25

E no lado dos utilizadores metes fotos dos produtos e no sítio dos olhos metes o rank 1, 2, 3, 4, 5



Depois é copiar e colar este como está para encher....



### 7.2.3.2.Negócio gerado

- Valor de Transações Global  
Ano / Mês  
Mês / Dia
- Ranking de Empresas (TABELA ALTO)
- Ranking de Produtos vendidos (TABELA ALTO)

