

APLICAÇÃO DO FAST DATA NO MARKETING DO COMÉRCIO ATUAL

DIAS, Alisson; SANTOS, César Augusto; APRIGIO, Diego Freire; CELESTINO, Dyonatan Jeferson¹; RAMOS, Celso de Ávila².

¹ Acadêmicos do Curso de Ciência da Computação da Universidade José do Rosário Vellano. UNIFENAS, Campus Alfenas – MG, 2016.

² Professores do Curso de Ciência da Computação da Universidade José do Rosário Vellano. UNIFENAS, Campus Alfenas – MG, 2016.

Resumo: Este artigo propõe o desenvolvimento de uma aplicação mobile utilizada no marketing do comércio, buscando utilizar de informações em tempo real para captar clientes. A aplicação fica ligada a um servidor online sondando se existem novos registros e lança ao usuário notificações de acordo com sua posição naquele instante. Tais notificações trazem a informação de quais estabelecimento estão com eventos comerciais quem podem ser do seu interesse naquele instante provendo um estreitamento do comerciante e seu possível consumidor. A aplicação foi desenvolvida baseada no conceito fast data que tem seu fundamento no aproveitamento de informações geradas em tempo real evitando desperdício de informação. Além disso uma interface web é oferecida para que o comerciante possa se cadastrar e cadastrar eventos comerciais. A parte mobile foi desenvolvida em Java e a web desenvolvida em C# asp.Net. O uso em conjunto da aplicação mobile com a web fornece um meio a mais para o comerciante divulgar seu produto. A aplicação se mostrou eficiente e seu uso indicado aumentando o número de opções na hora de chamar a atenção de clientes para a compra.

Palavras chave: Fast Data, Comercio, Big Data

Abstract: This article proposes the development of a mobile application used in commercial marketing, seeking to use information in real time to attract customers. The application is linked to an online server by probing for new records and launches notifications to the user according to their position at that time. Such notifications bring the information of which establishment are with commercial events who may be of interest at that moment providing a narrowing of the merchant and its possible consumer. The application was developed based on the fast data concept that is based on the use of information generated in real time avoiding wasted information. In addition a web interface is offered so that the merchant can register and register commercial events. The mobile part was developed in Java and the web developed in C# asp.Net. Using the mobile application together with the web provides an additional means for the merchant to advertise their product. The application proved to be efficient and its use indicated increasing the number of options when it comes to drawing the attention of customers to the purchase.

Keyword: Fast Data, Commercial, Big Data

1. Introdução

Observando como era antes e analisado no que se tornou o comercio nos dias de hoje vemos uma enorme mudança proporcionada por inúmeros fatores e variantes. Os clientes contam atualmente como uma gama de opções bem maior do que se tinha, o que evidentemente é de grande valor para todos. Porém quando aumentam as opções de produtos, aumenta a concorrência e nota-se que os meios de divulgação de um produto

ou serviço também precisam evoluir para atender tanto a demanda do consumidor que busca um produto de qualidade, de fácil acesso e com menor preço, quanto do comerciante que busca a melhor forma de divulgar seus produtos, captar mais clientes e atendê-los com qualidade.

A tecnologia vem sendo cada vez mais usada para suprir necessidades diversas e a internet vem sendo hoje o maior e melhor meio de comunicação do planeta, já é e pode ainda melhor ser utilizada no marketing do comércio atual, pois possibilita a criação de ferramentas específicas e eficientes para serem aplicadas nesse meio. Além disso, com a evolução tecnológica estudos são feitos visando aprender a melhor forma de utiliza-la, gerando novos padrões e conceitos que vão surgindo para guiar à melhor forma de desenvolver essas ferramentas.

Com isso, buscou-se, neste trabalho, aplicar o conceito fast data no marketing do comércio atual, usando esse conceito como base referencial na criação de um aplicativo móvel desenvolvido em linguagem de programação Java, aumentando as opções de divulgação e trazendo qualidade a isso.

2. Referencial Teórico

2.1 Comércio

De acordo com Sousa (2007), saber com exatidão quando o comércio foi criado, é uma tarefa um tanto quanto impossível, mas pode se ter uma ideia da origem do comércio mundial. Comércio significa ato de vender, comprar, negociar e revender. Resumidamente são relações de negócios em seu todo.

2.2 Marketing

Peter Drucker, um dos principais teóricos da Administração, define que:

Citado por Kotler e Keller (2006, p. 4). Pode-se considerar que sempre haverá a necessidade de vender. Mas o objetivo do marketing é tornar supérfluo o esforço de venda. O objetivo do marketing é conhecer e entender o cliente tão bem que o produto ou serviço seja adequado a ele e se venda sozinho. Idealmente, o marketing deveria resultar em um cliente disposto a comprar. A única coisa necessária então seria tornar o produto ou o serviço disponível.

A pesquisa de marketing sempre bem utilizada no tradicional marketing de Kotler, a fim de conhecer o consumidor, seu comportamento e sua opinião, passa agora por mudanças de estratégias com o apoio da internet.

Torres (2009, p. 77) defende que a pesquisa é a base da atividade de marketing. No mundo real, é feita por pessoas com muito esforço e investimento. A internet é uma mídia persistente, isto é, tudo que é escrito ou publicado nela permanece lá (...) por ser persistente, a internet permite pesquisas mais elaboradas e baratas, do que as pesquisas convencionais, baseadas em testes ou entrevistas. Em vez de perguntar às pessoas o que elas acham, você pode ler o que elas já escreveram sobre o assunto.

2.3 Propaganda

O termo “propaganda”, de acordo com Silva (1976), possui dois sentidos bem definidos: o sentido político e o sentido comercial. No sentido político, propaganda é a divulgação de doutrinas, opiniões, informações e afirmações baseadas em fatos, verdadeiros ou falsos, com o fim de influenciar o comportamento do público em geral ou de um grupo de pessoas consideradas como cidadão. No sentido comercial, significa divulgação de mensagens por meio de anúncios, com o fim de influenciar o público como consumidor. Contudo, para Silva (1976), propaganda significa a divulgação de mensagens com o intuito de influenciar pessoas ou o público em determinado sentido.

“A propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou ideia, visando orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido” (CÓDIGO DE ÉTICA DOS PROFISSIONAIS DA PROPAGANDA NO BRASIL apud Silva, 1976).

2.4 Big data e fast data

O Big Data é um conceito que atualmente vem sendo melhorado e utilizado por grandes organizações. Nada mais é que uma ferramenta de captação de dados desestruturados, processamento desses dados de maneira a analisa-los e tirar algum sentido deles. Sua criação foi feita aos poucos através da evolução de outras ferramentas que já existiam e pela necessidade de auxílio na tomada de decisões.

(Informação verbal)¹

Decorrente disso surge outro conceito que promete trazer benefícios gigantescos ao mercado, o Fast Data que, como o próprio nome sugere promete trazer resultado mais rápido.

Segundo Unear (2015) Fast Data nada mais é do que processar os dados com alta velocidade, maior do que a de um Big Data, a ponto de possibilitar uma ação em tempo real, adaptada ao perfil do cliente, tornando esse esforço mais assertivo e exclusivo, aproveitando as oportunidades em tempo hábil.

Segundo (Leme, 2015) ferramentas de Fast Data estão se tornando fundamentais para as estratégias de marketing de empresas de diferentes setores. Um dos maiores e-commerce do Brasil já usa o Fast Data há algum tempo. O usuário navega na loja online e consulta diversos produtos. Em outro momento, quando ele retorna ao site, a solução de Big Data já sabe quem é aquele usuário e quais produtos ele procurou da última vez. A ação de Fast Data é ativada quando, em questão de segundos, enquanto a página ainda carrega, o site mostra ofertas de pelo menos três produtos que provavelmente vão interessar àquele cliente.

3. Materiais e Métodos

3.1 Etapas do Trabalho

Foi realizado um estudo sobre Fast Data, um conceito que qualifica a análise de dados desestruturados em tempo real. Em seguida iniciou-se a elaboração do projeto, em que a equipe coletou e analisou todos os requisitos necessários a construção do mesmo.

O processo de codificação foi dividido entre os membros da equipe onde a cada membro foi dispensada uma função.

Finalmente a aplicação foi testada para validação e verificação de sua eficácia.

3.2 Tecnologias Utilizadas

Empregou-se para o desenvolvimento deste trabalho, o Ambiente de Desenvolvimento Integrado (IDE) Android Studio. Utilizou-se a linguagem Java para codificação do aplicativo. Nessa parte foi desenvolvida uma aplicação móvel, um ambiente de contato direto aos usuários onde os mesmos poderão pesquisar e receber notificações de eventos relacionados ao comércio e outros.

Também empregou-se para o desenvolvimento, a IDE Visual Studio, plataforma de construção de softwares. Foi utilizada a linguagem C. Aqui o intuito é o desenvolvimento da aplicação web integrando também as tecnologias MVC, ASP.NET, HTML, CSS, BOOTSTRAP e SQLSERVER.

A arquitetura MVC será utilizada de forma a organizar e integrar as partes da aplicação web, separando o modelo ou seja as classes, as views que são a parte de interação com o usuário e os controles que fazem a ponte entre o modelo e as views.

O HTML e BOOTSTRAP foram em conjunto utilizados para a construção eficiente de views com um layout amigável.

O SQLSERVER foi adotado pela facilidade de integração com as demais ferramentas utilizadas, sendo nele armazenados todos os dados gerados pelos usuários no site e, integrando com o MVC, utiliza-se da tecnologia web services disponibilizando informações e permitindo o cadastro de dados específicos de quem utiliza a aplicação móvel.

Na aplicação desenvolvida, o Azure teve vários papéis como hospedar a página web e o banco de dados. O Azure também será responsável por disponibilizar o Web Service que será consumido pela aplicação.

4. Resultados e Discussões

As ferramentas desenvolvidas, sendo o site como a plataforma web e o aplicativo móvel trabalhando em conjunto, possibilitam uma melhor comunicação entre

lojistas e seus possíveis clientes, pois o uso das mesmas auxiliou de maneira direta na minimização do espaço existente entre ambos.

Através do celular, com o aplicativo instalado os usuários tiveram a possibilidade tanto de receber notificações de eventos comerciais, quanto pesquisar por produtos de seu interesse. A aplicação funciona de maneira que o primeiro ponto considerável é localização. Ela verifica em intervalo de tempo definido qual é a localização atual do aparelho. A partir disso ela acessa em tempo real o web service que acessa o banco de dados SQL e retorna ao aplicativo os eventos que estão ocorrendo num raio definido no momento do cadastro conforme mostra FIGURA 3.

FIGURA 3 – APP ANDROID DEFINIÇÃO DE RAIÃO E INTERVALO DE TEMPO PARA ATUALIZAÇÃO.



Se aquele retorno contiver alguma informação, ou seja, se existir algum evento acontecendo dentro do raio definido pelo usuário, esse receberá em seu smartphone uma notificação daquele evento. É aí que entra o conceito Fast Data, onde os dados são verificados e já há uma tomada de decisão ao mesmo tempo, sendo os dados disponibilizados e reaproveitados quase que instantaneamente. A FIGURA 4 dá uma ideia do funcionamento da aplicação.

FIGURA 4 – APP ANDROID TELA DE EXIBIÇÃO DOS EVENTOS.



Para a utilização correta do aplicativo o usuário terá que antes se cadastra. Esse cadastro será realizado pelo aplicativo como é ilustrado nas FIGURA 5 e 6.

FIGURA 5 – APP ANDROID TELA DE LOGIN.



FIGURA 6– APP ANDROID TELA DE CADASTRO DE USUÁRIOS.



A plataforma web será utilizada para o cadastro dos lojistas e para que estes cadastrem os eventos de seus comércios conforme FIGURAS 7 e 8.

FIGURA 7 – APP WEB TELA DE CADASTRO.

Nome: Casa Coelho
 Estado: Minas Gerais
 Município: Aferon
 Rua: João Manoel de Macedo
 Número: 323A
 Cnpj:
 Samba:
 Email: co@hoinmail.com
 Latitude: -21.415175895797293
 Longitude: -45.943849870968386

FIGURA 8 – APP WEB TELA DE LANÇAMENTO DE EVENTO.

Descrição:
 Data Inicial:
 Data Final:

Categorias:
 Inauguração
 Promoção
 Quilma de Estoque
 Feira
 Reabertura

Descrição	Data Inicial	Data Final	Ocorrendo	Categorias
Promoção de Espeto	26/09/2016	31/12/2016	SIM	<input type="button" value="Detalhes"/>

© 2016 - My ASP.NET Application

5. CONCLUSÃO

O material bibliográfico levantado para desenvolvimento de software utilizando Fast Data norteou todo conteúdo para desenvolvimento da ferramenta. O conhecimento adquirido ao longo dos estudos foi a base para modelagem e desenvolvimento de todos os recursos presentes na ferramenta.

Os resultados obtidos no desenvolvimento da ferramenta mostraram-se satisfatórios, pois foi possível desenvolver um web site e um aplicativo Android de simples manuseio e de fácil compreensão, requisitos buscados durante todo o processo, ajudando a equipe a cumprir com todas as etapas do projeto.

Em uma sociedade onde o comercio evolui constantemente, as opções de lojas e produtos são também cada dia maiores. Por isso é necessário que também os meios de divulgação busquem novas formas se destacarem em meio a tanta concorrência.

O aumento da produção e comércio de dispositivos móveis, se tornou notável ao passar dos anos. Tablets, celulares entre outros, se tornaram parte do cotidiano das pessoas e com a utilização de Fast Data, acabam por se tornar uma via de informações ágil e de fácil acesso.

De frente com os fatores apresentados acima, é notável a utilidade da ferramenta COMPRA AÊ por sua simplicidade e conteúdo, o que proporciona maior agilidade de divulgação e busca de produtos no geral, alcançando assim, contribuir com a sociedade em um modo geral.

REFERÊNCIAS

LEME, Arthur. "**Fast Data e a análise de dados em tempo real**"; *Onoffre Consulting*. Disponível em <[http://www.onoffre.com/artigos/2015/9/11/fast-data-e-a-anlise-de-dados-em-tempo-real](http://www.onoffre.com/artigos/2015/9/11/fast-data-e-a-analise-de-dados-em-tempo-real)>. Acesso em 8 de setembro de 2015.

GRUPO UNEAR. **Fast Data**: A evoluçãp (e revolução) do Big Data. Disponível em: <<http://unear.net/post/fast-data-a-evolucao-e-revolucao-do-big-data/>> Acesso em: 30 de out. 2016

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12ª ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2006.

SILVA, Z. C. D. **Dicionário de marketing e propagand**". Rio de Janeiro: Pallas, 1976. 200 p.

SOUSA, Rainer Gonçalves. **História do Comércio**. Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/historia/historia-do-comercio.htm>>. Acesso em 14 de setembro de 2015.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2009.