

# **Estudo de caso da capacitação do Sistema de Apoio à vendas DSF (Dealer System Front-end), realizado pela EduWeb para a empresa TIM**

Beto Lucena  
EduWeb, Brazil  
beto@eduweb.com.br

**Abstract:** Para treinar sua força de vendas, estruturada em diversos perfis, e melhor atender o mercado de varejo e corporativo, a empresa de telefonia móvel TIM (Telecom Itália – líder nos mercados sul e nordeste do Brasil) necessitava de uma solução ágil e eficaz que garantisse a qualidade do seu processo de vendas. O maior desafio era conseguir treinar os colaboradores em todo o Brasil, antes que o novo sistema de apoio à vendas fosse lançado ao mercado. O conceito padronizado de Objetos de Aprendizado utilizado no E-learning foi eleito como melhor caminho a ser seguido para o desenvolvimento com agilidade e qualidade de conteúdo a ser disponibilizado online (alcance em todo o Brasil). A empresa de soluções em E-learning EduWeb foi designada a desenvolver a solução apresentada no presente trabalho.

## **Desafio**

A capacitação deste novo sistema de vendas era realizado presencialmente, demandando profissionais para tutoria, tempo de deslocamento pelo país e altos gastos com alocações de equipes. A previsão deste tipo de treinamento para todos os novos colaboradores do Brasil excedia o tempo previsto para o início da utilização do sistema nos pontos de venda da empresa.

O conteúdo do curso para o aprendizado do Sistema de Apoio a Vendas - DSF (Dealer system front-end) cedido para empresa EduWeb consistia em um arquivo Power Point contendo 185 telas, excluindo os exercícios de fixação que da seriam criados posteriormente. Junto à este material, foi entregue um vídeo motivacional produzido pela própria empresa TIM, direcionado aos futuros colaboradores da empresa. Através deste vídeo, a equipe de desenvolvimento EduWeb pôde se basear nas ações comportamentais e nas propriedades físicas do usuário final do curso.

O tempo solicitado pela empresa TIM para a entrega de uma solução para o curso foi de 18 dias, prazo considerado bastante enxuto levando-se em consideração que uma lauda de arquivo Power Point equivale à média de três telas web. Esse cálculo levou à conclusão que seria necessário produzir, em média, 31 telas por dia para entrega no dia estipulado pelo cliente.

A equipe de Recursos Humanos da TIM se propôs a participar integralmente do desenvolvimento da solução no período estipulado cedendo o conteúdo e participando das revisões e levantamento de possíveis dúvidas. Este tipo de projeto já havia sido considerado pela empresa TIM como um ativo estratégico para sua força de vendas anteriormente, porém até a data de desenvolvimento do projeto, não havia conseguido priorizá-la.

## **Solução**

Os colaboradores da empresa TIM, foram agrupados em diferentes perfis de venda, o que exigia um desenvolvimento de conteúdo visando o reuso de informação para diferentes perfis de vendedores. O conceito padronizado de Objetos de Aprendizado utilizado no E-learning foi eleito como melhor caminho a ser seguido para o desenvolvimento com agilidade e qualidade de conteúdo a ser disponibilizado online (alcance em todo o Brasil).

Objetos de Aprendizado podem ser definidos, resumidamente, como: “qualquer recurso digital que possa ser reutilizado para o suporte ao ensino. A principal idéia dos Objetos de Aprendizado é quebrar o conteúdo educacional em pequenos pedaços que possam ser reutilizados em diferentes ambientes de aprendizagem, em um espírito de programação orientada a objetos.”. Desta forma, os Designers Instrucionais

(profissionais que adequam um curso presencial, geralmente, para o formato web, arquitetando a informação de um curso baseados em conceitos pedagógicos) são obrigados a pensar em um conteúdo como vários pequenos pedaços de conteúdo que podem ser reutilizados em outros contextos.

Neste cenário, o procedimento de desenvolvimento da solução envolvia uma equipe multidisciplinar (contratada junto à empresa EduWeb) composta por três designers gráficos, um programador, um designer instrucional e um gerente de projetos.

A aposta no e-learning como base da solução do treinamento girou em torno da facilidade de alcance do curso para filiais da empresa em todo o Brasil. Disponibilizando de computadores e acesso à Internet em todos os seus pontos de venda e laboratórios de treinamento, a TIM, em conjunto com a EduWeb, planejou o desenvolvimento de um curso de auto-treinamento online.

### **Detalhes da solução**

A solução eleita para atender a demanda, deveria atingir precisamente os pontos levantados no início do projeto, sendo eles:

- . Agilidade na produção do conteúdo (prazo)
- . Facilidade na manutenção do conteúdo final
- . Rápido alcance da solução em todo território brasileiro
- . Diminuição de custos na implementação do curso

Através da análise do vídeo motivacional direcionado ao público-alvo do curso e de pesquisas realizadas junto à TIM, pôde-se concluir que o colaborador que estaria interagindo com o curso, possuía as seguintes características:

. Idade média: 21-25 anos

. Gênero: masculino e feminino

. Características gerais: Atitude jovem com responsabilidade, pró-atividade embasada em conhecimentos profundos dos serviços da empresa com o intuito da busca de novos clientes e retenção de clientes.

. Familiaridade com o uso de computadores: Boa, com o uso intenso dos serviços disponibilizados na Intranet da empresa.

Com o intuito de obedecer os padrões adotados atualmente no mercado de E-learning (AICC e SCORM) e produzir o conteúdo de forma ágil e eficiente, a equipe implementadora EduWeb elegeu a divisão de cinco grandes áreas para a estrutura do curso.

Através da análise do público-alvo e contextualização da aplicação da solução, foi levantado em reunião de briefing junto à possibilidade da utilização de metáforas para suavização do aprendizado do conteúdo e fácil navegação entre os objetos de aprendizado. O público a ser treinado possuía um perfil dinâmico e o treinamento de um sistema poderia se tornar uma atividade maçante se não fosse utilizada a criatividade para entreter o aprendiz e instigar sua curiosidade para absorção do conhecimento.

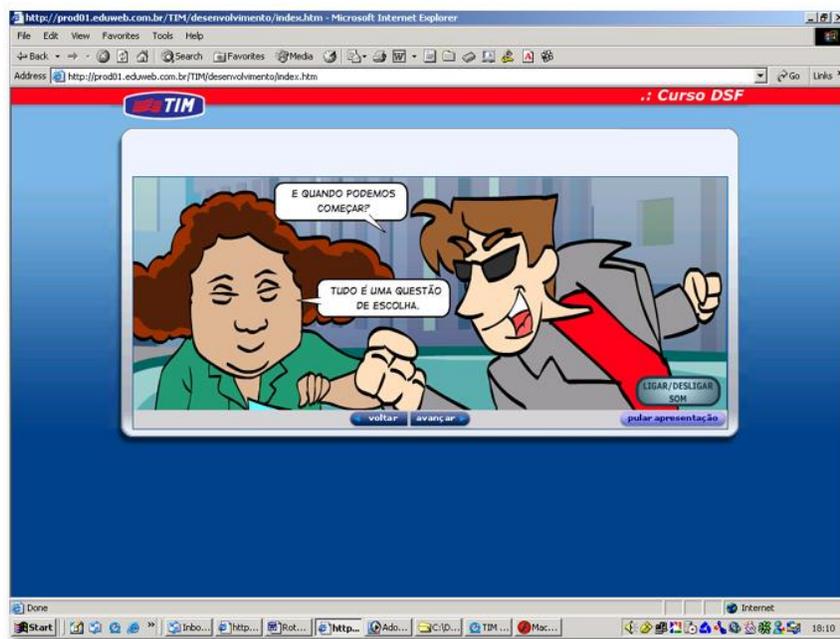
Possibilidades foram levantadas baseadas na idéia da criação de um personagem ilustrado com o objetivo de “acompanhar” o aprendiz pelo curso, levando em consideração que o curso é de auto-treinamento e que o público é flexível o suficiente para receber um cartoon como “tutor” de seu conteúdo. Este personagem teria a função de transmitir o conhecimento, e como o objeto a ser treinado era um sistema computacional, a idéia girou em torno da união dos elementos, de forma que o personagem penetrasse no sistema e comandasse suas ações.

Para maior identificação do aprendiz com o personagem, foram transferidos seus conceitos e adicionados elementos metafóricos ao desenho remetendo à imagem do personagem principal do filme *Matrix* em que o ator principal participa de uma realidade paralela à sua existência.



Personagem desenvolvido sobre ator utilizado em vídeo institucional TIM

Utilizando o conceito de reuso em objetos de aprendizado, a EduWeb conseguiu estruturar uma solução sob medida para cada perfil da equipe de vendas da TIM, sem que houvesse perda de recursos pedagógicos e de comunicação. Foram desenvolvidos 5 perfis de treinandos, motivados por uma metáfora, construída em cima do filme *Matrix*. Após ser exposto a situações reais do dia a dia com os clientes, o treinando era convidado a assumir sua “identidade secreta” e “invadir” o sistema. Desta forma foi possível uma abordagem mais informal e íntima da solução para uma interação mais transparente e descontraída do aprendiz, que estará aprendendo um conteúdo de forma mais suave e divertida. Seguem, abaixo, uma tela capturada da solução final do projeto.



Foi desenvolvida uma introdução para o curso com intuito de apresentar a idéia da metáfora *Matrix* e exaltar a importância do aprendizado do sistema

### Resultados

Após o desenvolvimento, ajustes e aprovação final por parte do cliente do curso online (entregue dentro do prazo proposto), o produto foi utilizado pelo público-alvo pela primeira vez em uma capacitação.

O produto foi testado em um programa de capacitação à futuros atendentes pré-selecionados pelo setor de RH da empresa TIM na cidade de Porto Alegre (estado do Rio Grande do Sul – região sul do Brasil) no dia 18 de Setembro de 2003. A capacitação do sistema de apoio à vendas fazia parte do último dia de uma semana de treinamentos dos funcionários antes de serem alocados ao seus pontos de venda.

Como programa de controle de qualidade e acompanhamento da adequação da solução desenvolvida junto aos usuários finais, foi elaborado um teste de usabilidade do produto, por parte da equipe EduWeb (com o apoio logístico e financeiro da TIM), a ser realizado nesta primeira seção de uso da interface. Para o teste da solução foi desenvolvido um material específico para a análise técnica e comportamental dos usuário frente à interface do curso.

A capacitação de uso do sistema de vendas foi implementado em um laboratório de computadores na empresa TIM em Porto Alegre contando com 11 futuros atendentes (6 homens e 5 mulheres, com média de 23 anos de idade), 2 profissionais de RH da própria TIM e 1 profissional da EduWeb encarregado de conduzir os testes ao longo do treinamento. Como a capacitação era real e possuía caráter de aplicação do produto, não houve como definir tarefas específicas para os modelos de interação, levando-se em conta apenas a macro-tarefa de conclusão e compreensão do curso como um todo. Para a documentação da análise da interface do curso foram utilizados os seguintes recursos por parte do Designer da EduWeb:

- . Planilhas de anotação e caracterização de erros e acertos
- . Câmera fotográfica
- . Software de gravação de ações no computador (Camtasia Studio)
- . Questionário de reação a ser preenchido pelos usuários

Como último dia de uma semana inteira de treinamentos, a equipe de futuros atendentes TIM já demonstrava certo entrosamento, intimidade e facilidade na troca de informações, o que facilitou a proposta de inserção de um novo meio de treinamento – o E-learning. Os colaboradores foram notificados que estariam utilizando o curso desenvolvido como ferramenta de um auto-aprendizado, pois era de conhecimento geral que a capacitação se daria de forma presencial, como em todo o restante do treinamento.

Esta notícia causou impacto nos colaboradores, tendo em vista que o andamento da capacitação seria ditado pelos próprios aprendizes e os profissionais de RH estariam presentes somente para esclarecimento de dúvidas sobre o conteúdo.

A certa retração e desconfiança inicial, por parte dos treinandos, logo foram substituídos pelo entusiasmo e interesse despertados por um conteúdo amigável e interativo. A linguagem eleita para a transmissão de conhecimento atingiu certeira o público-alvo criando um ambiente de colaboração e discussão sobre o conteúdo apresentado dentro do laboratório. Baseado em um levantamento de um resultado superficial (mas significativo), a capacitação online reduziu em metade do tempo a conclusão do treinamento (diminuiu de 8 para 4 horas) e passou a não mais depender da utilização do próprio sistema de vendas como base para o treinamento. A utilização de simulações do sistema de vendas dentro do próprio conteúdo agilizou um processo que dependia da conexão online com um servidor dispendioso de um sistema (nem sempre atualizado) destinado ao treinamento.

A aceitação do produto, a princípio, superou expectativas. A metáfora utilizada na mensagem do conteúdo foi rapidamente identificada e aceita pelo grupo que interagiu com a solução. Comentários positivos e uma rápida adequação ao sistema de navegação do ambiente proposto levaram à conclusão de que a solução seguiu o caminho correto de desenvolvimento. Fora os acertos gerais, erros também foram levantados junto ao manuseio e entendimento da solução, que, documentados, servirão de apoio à uma

reestruturação do que for necessário e nova implementação do que foi aceito em futuros projetos.



acima, fotos do laboratório no qual foi desenvolvido o teste com os aprendizes interagindo com a solução

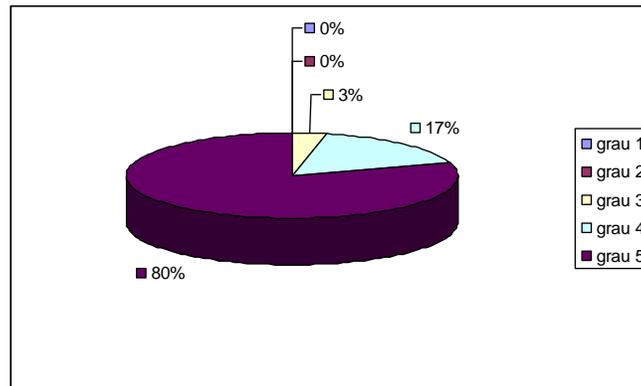
Após a conclusão do curso por parte dos colaboradores, foram distribuídos questionários de reação e aceitação do curso a serem preenchidos pelos próprios usuários. Este questionário continha 16 perguntas elaboradas pela equipe EduWeb relacionadas ao conteúdo do curso, a cada pergunta deveria ser atribuído um valor entre 1 e 5.

Em seguida as perguntas, o percentual de cada grau atribuído e as observações (opcionais) anotadas pelos colaboradores:

Perguntas implementadas:

- 1) Ligação entre o conteúdo proposto e os objetivos do curso
- 2) Linguagem utilizada no material do curso
- 3) Quantidade de conteúdo para cada módulo
- 4) Quantidade de horas para realização do curso
- 5) Disposição dos comandos na tela para encontrar as informações desejadas
- 6) Velocidade das respostas do ambiente eletrônico às minhas ações
- 7) Letras (cor, tipo, tamanho) usadas nos textos
- 8) Quantidade de conteúdo por tela
- 9) Apresentação visual das telas
- 10) Quantidade de passos para chegar na informação que preciso
- 11) Qualidade das mensagens que recebo do ambiente quando cometo erros de navegação
- 12) Indicação de onde estou no ambiente, a todo momento
- 13) Relação entre o ícone (desenho, seta) e sua função
- 14) Manutenção da função de um mesmo comando em todas as telas
- 15) Adequação do ambiente do curso à minha experiência com o uso da WEB
- 16) Aprendi o conhecimento ensinado no curso

### Percentuais dos graus atribuídos às perguntas:



### Comentários livres (opcionais) escritos pelos colaboradores:

- . Gostaria de inclusão de mais exercícios de funções (um para cada tipo de serviço)
- . Muito boa a forma deste treinamento
- . Bem fácil de aprender
- . Ótima ferramenta
- . Seria mais interessante se houvesse exercícios para todas as modalidades
- . Exercícios para todas as funções
- . Um curso bem dinâmico, a linguagem usada bem explicativa
- . Gostaria de mais exercícios, para todas as funções do sistema

### **Conclusão**

A agilidade e qualidade alcançadas no decorrer do projeto foram, definitivamente, o ponto-alto do resultado da solução. Em apenas 18 dias foi desenvolvido um vasto conteúdo técnico que atingiu os objetivos iniciais do projeto e contou com uma carga elevada de criatividade tanto no processo de desenvolvimento quanto na metáfora utilizada para o conteúdo. A escolha de um tema criativo para o projeto junto com uma participação ativa do próprio cliente no processo de produção do curso, garantiram a qualidade e sucesso do produto junto ao usuário final.

Apesar dos pontos positivos descritos anteriormente, os testes realizados apontaram pontos a serem repensados em próximas aplicações. Dentre eles, pode-se destacar a falta de tempo hábil para a produção do material. Trabalhar com um prazo limitado em relação à grande quantidade de conteúdo não possibilitou o envolvimento do usuário final ao longo do desenvolvimento da solução, o que facilitaria a prevenção de erros encontrados durante o teste de usabilidade promovido sobre a solução já finalizada.

A aposta por parte da TIM num acompanhamento do produto final feito pela própria equipe EduWeb resultará em produtos de maior qualidade em projetos futuros. A análise da solução sendo realmente utilizada pelo público-alvo, garante o propósito do projeto e a aceitação (ou não) do produto desenvolvido. Estudos de envolvimento do usuário durante o processo de produção do material priorizando a modelagem de interação como estrutura do projeto, estão sendo desenvolvidos como continuidade deste processo. O desenvolvimento de futuras soluções agora se basearão em sucessos e frustrações medidas anteriormente através de testes e aplicações de conceito.

## Referências

. [www.e-learningbrasil.com.br](http://www.e-learningbrasil.com.br)

. [www.timbrasil.com.br](http://www.timbrasil.com.br)

. [www.labutil.inf.ufsc.br/ergolist/index.html](http://www.labutil.inf.ufsc.br/ergolist/index.html)

. <http://www.adlnet.org>

. <http://www.aicc.org>

. <http://www.altrc.org>

. Objetos de Aprendizado: Um novo modelo direcionado ao Ensino a Distância  
Raphael Winckler de Bettio - Alejandro Martins, Dr. (<http://www.abed.org.br>)

. Design Centrado no Usuário: Mudança de paradigma – SERG (PUC-Rio)

. LONGMIRE, W. **A Primer On Learning Objects**. American Society for Training & Development. Virginia. USA. 2001. (<http://www.learningcircuits.org/mar2000/primer.html>)