

Backlog Maio

ÉPICO 1 – Semana do **Illigestor SuperApp** (06 a 12/05)

Segunda – Artigo + Story

Tema: “Como o Illigestor transforma a rotina do varejo”

- 📄 Copy – Redação do artigo e adaptação para Threads
- 🖼️ Arte – Imagem de capa do blog e destaque para LinkedIn
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Terça – Imagem + Texto + Story

Tema: Funcionalidades em destaque: agilidade e controle remoto

- 📄 Copy – Texto para feed
- 🖼️ Arte – Imagem para feed
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quarta – Imagem CTA + Story

Tema: Direcionamento para o artigo

- 📄 Copy – CTA curto e atrativo
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quinta – Dica prática

Tema: Como usar ações rápidas no Illigestor

- 📄 Copy – Passo a passo prático
- 🖼️ Arte – Ilustração do fluxo ou passo a passo
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Sexta – Vídeo curto + Story

Tema: App em uso na loja

- 📝 Roteiro curto do vídeo
- 🖼️ Edição e finalização visual
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Sábado – Curiosidade + Story

Tema: Tempo médio economizado com o app

- 📝 Copy – Dado com abordagem leve
- 🖼️ Arte – Gráfico visual ou comparativo
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Domingo – Carrossel + Story

Tema: “Antes e depois com Illigestor”

- 📝 Copy – Texto de cada slide do carrossel
- 🖼️ Arte – Layout dos slides + story adaptado
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

ÉPICO 2 – Semana do **iReposição** (13 a 19/05)

Segunda – Artigo + Stories

Tema: “Reposição inteligente: como evitar rupturas no varejo”

- 📝 Copy – Redação do artigo + Threads
- 🖼️ Arte – Capa + destaque de LinkedIn
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Terça – Imagem + Texto + Stories

Tema: Antes/depois do uso do iReposição

- 📝 Copy – Mini case ou benefício direto
- 🖼️ Arte – Visual comparativo
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quarta – Imagem CTA + Stories

Tema: Chamada para o artigo

- 📝 Copy – CTA leve e objetivo
- 📝 Copy – Stories
- 🎨 Arte – stories

Quinta – Dica prática + Stories

Tema: Painel de reposição para prever demandas

- 📝 Copy – Texto explicando o uso
- 🎨 Arte – Representação do painel
- 📝 Copy – Stories
- 🎨 Arte – stories

Sexta – Vídeo curto + Stories

Tema: Solicitação de reposição feita em segundos

- 📝 Roteiro funcional
- 🎨 Edição visual com animação (se aplicável)
- 📝 Copy – Stories
- 🎨 Arte – stories

Sábado – Curiosidade + Stories

Tema: Erros comuns na gestão de estoque

- 📝 Copy – Dica estilo “você sabia?”
- 🎨 Arte – Visual educativo
- 📝 Copy – Stories
- 🎨 Arte – stories

Domingo – Carrossel + Stories

Tema: Fluxo de reposição otimizado

- 📝 Copy – Slides com etapas claras
 - 🎨 Arte – Ilustração do processo
 - 📝 Copy – Stories
 - 🎨 Arte – stories
-

ÉPICO 3 – Semana do **Illimobile** (20 a 26/05)

Segunda – Artigo + Stories

Tema: “PDV móvel: a revolução no atendimento de loja”

- 📝 Copy – Redação do artigo + Threads
- 🖼️ Arte – Capa + versão para LinkedIn
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Terça – Imagem + Texto

Tema: Atendimento na palma da mão

- 📝 Copy – Destaque de uso real
- 🖼️ Arte – Imagem com destaque de mobilidade
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quarta – Imagem CTA + Stories

Tema: Chamada para o artigo

- 📝 Copy – Call-to-action
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quinta – Dica prática + Stories

Tema: Redução de filas e vendas rápidas

- 📝 Copy – Dica rápida com impacto
- 🖼️ Arte – Ilustração ou print do Illimobile
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Sexta – Vídeo curto + Stories

Tema: Venda com Illimobile

- 📝 Roteiro
- 🖼️ Edição + identidade visual
- 📝 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Sábado – Curiosidade + Story

Tema: Onde mais o Illimobile pode ser útil?

- 📄 Copy – Aplicações alternativas
- 🖼️ Arte – Visual ilustrativo
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Domingo – Carrossel + Story

Tema: Experiência do cliente com e sem Illimobile

- 📄 Copy – História comparativa
- 🖼️ Arte – Slides com storytelling
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

ÉPICO 4 – Semana do **ERP Illi** (27 a 31/05)

Segunda – Artigo + Stories

Tema: “ERP Illi: a base para decisões estratégicas no varejo”

- 📄 Copy – Artigo + adaptação Threads
- 🖼️ Arte – Capa + imagem para LinkedIn
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Terça – Imagem + Texto + Stories

Tema: Painel de indicadores em tempo real

- 📄 Copy – Benefício objetivo
- 🖼️ Arte – Tela do ERP + destaque
- 📄 Copy – Stories
- 🖼️ Arte – stories

Quarta – Imagem CTA + Stories

Tema: Chamada para o artigo

- 📄 Copy – CTA simples
- 🖼️ Arte – Visual funcional
- 📄 Copy – Stories

- 📄 Arte – stories

Quinta – Dica prática + Stories

Tema: Como analisar KPIs com o Illi

- 📄 Copy – Dica de uso do sistema
- 📄 Arte – Gráfico ou tela real
- 📄 Copy – Stories
- 📄 Arte – stories

Sexta – Vídeo curto + Stories

Tema: Navegação rápida no sistema

- 📄 Roteiro básico
- 📄 Edição
- 📄 Copy – Stories
- 📄 Arte – stories

Sábado – Curiosidade + Stories

Tema: Como o ERP evoluiu no varejo

- 📄 Copy – Fato histórico + contexto
- 📄 Arte – Linha do tempo
- 📄 Copy – Stories
- 📄 Arte – stories

Domingo – Carrossel + Stories

Tema: 3 motivos para usar ERP no varejo

- 📄 Copy – Argumentos diretos
- 📄 Arte – Slides persuasivos
- 📄 Copy – Stories
- 📄 Arte – stories

ÉPICO 5 – Campanha de Tráfego para Site (Maio).

TAREFAS E SUBTAREFAS

1. Planejamento da Campanha (01 a 03/05)

- 📌 **Briefing da campanha** (analista): objetivo, público-alvo, verba, canais
- 📌 **Estratégia de segmentação** (analista): localização, interesses, persona
- 📌 **Wireframe de criativo** (designer): layout proposto com identidade da marca

2. Produção Criativa (02 a 05/05)

- 📌 **Copy do anúncio** (analista): título, descrição, CTA (ex: “Explore nosso sistema”)
- 📌 **Arte para anúncios** (designer): formatos para feed e story (Meta Ads)

3. Configuração e Lançamento da Campanha (06/05)

- 📌 **Configuração no gerenciador de anúncios** (analista): definição de campanha, grupos, criativos, UTMs
- 📌 **Verificação de eventos no site** (analista): garantir que Google Analytics, Pixel Meta e/ou Tag Manager estão ativos

📌 Fase de Acompanhamento e Análise (07 a 31/05)

4. Monitoramento Semanal (toda sexta-feira)

- 📌 **Relatório de desempenho** (analista): tráfego, CTR, CPC, tempo médio de sessão
- 📌 **Visual para relatório compartilhável** (designer): layout gráfico simples (pode virar post interno/futuro case)

5. Otimizações leves (meados do mês, se necessário)

- 📌 **Ajuste de copy/segmentação se necessário** (analista)
- 📌 **Nova variação de criativo (1 unidade)** se o atual apresentar queda (designer)

6. Relatório Final + Insights (última semana de maio)

- 📌 **Análise final de comportamento no site** (scroll, cliques, páginas acessadas)
- 📌 **Gráfico/Resumo visual de desempenho** (para uso interno ou post futuro)

ÉPICO 6 – Elaboração do Onboarding de Clientes

Criar uma jornada de onboarding clara, envolvente e escalável para novos clientes da Illimitar, garantindo uma experiência inicial positiva, instruções claras de uso do sistema e ativação eficiente dos produtos.

1. Mapeamento da Jornada Inicial

- 📌 **Listar principais passos do cliente após a venda** (analista)
- 📌 **Identificar pontos críticos de dúvida ou fricção** (analista)
- 📋 **Esboçar visual da jornada** (designer) — fluxograma simples

2. Criação de Conteúdo da Trilha de Onboarding

- 📌 **Redigir mensagens da jornada de boas-vindas** (analista): e-mails, WhatsApp, mensagens do sistema
- 📌 **Criar microtextos explicativos para telas-chave do sistema** (analista)
- 📋 **Mockups ou wireframes das mensagens/telas** (designer)

3. Produção de Materiais de Apoio

- 📌 **Guias rápidos (checklists ou PDFs curtos)** para os principais produtos: IlliGestor, iReposição, Illimobile, ERP Illi (analista)
- 📋 **Design dos PDFs e templates visuais** (designer)
- 📌 **Roteiro de vídeos curtos (tutoriais rápidos)** (analista)
- 📋 **Storyboard ou thumbnails para os vídeos** (designer)

4. Implementação Técnica ou Teste Piloto

- 📌 **Escolher ferramenta de automação** (ex: RD Station, WhatsApp API, e-mail interno)
- 📌 **Simular jornada com cliente piloto**
- 📋 **Coletar feedback e ajustar pontos confusos**

5. Finalização e Integração ao Processo Comercial

- 📌 **Documentar passo a passo interno para uso da equipe comercial/suporte**
- 📋 **Design de uma apresentação institucional do onboarding** (PDF ou apresentação visual leve)
- 📌 **Criar formulário de avaliação de onboarding para clientes novos**

ÉPICO 7 – Campanha de E-mail Marketing: iReposição

Objetivo:

Promover o módulo **iReposição** como solução ágil e prática para o reabastecimento de produtos no varejo de moda, destacando seus diferenciais, benefícios e como ele pode impactar o dia a dia do lojista.

□ TAREFAS E SUBTAREFAS

1. Definição de Estratégia da Campanha

- 📌 **Objetivo da campanha** (analista): conversão direta? geração de leads? reforço de autoridade?
- 📌 **Segmentação de base** (analista): clientes ativos sem o iReposição? leads do segmento varejo de moda?
- 📌 **Linha editorial e tom da campanha** (analista): educativo, direto, provocador ou inspirador?

2. Planejamento dos Disparos

- 📌 **Definir número de e-mails e jornada** (analista): ex: campanha de 3 e-mails sequenciais (curiosidade → benefício → CTA)
- 📌 **Escolher ferramenta de disparo e preparar a segmentação técnica** (RD Station, etc.)

3. Redação dos E-mails

- 📌 **E-mail 1 - Descubra o caos silencioso do reabastecimento mal feito** (educacional, curioso)
- 📌 **E-mail 2 - Como o iReposição resolve isso sem complicações** (benefícios claros + exemplos)
- 📌 **E-mail 3 - Veja o iReposição em ação** (demonstração, link para vídeo/artigo, CTA forte)

4. Produção Visual

- □ **Banners ou imagens para os e-mails** (designer)
- □ **Template visual da campanha** (designer): responsivo, com identidade visual da Illimitar
- □ **Miniaturas ou gráficos simples para ilustrar o uso do iReposição**

5. Disparo da Campanha

- 📌 **Agendamento dos e-mails** (analista)
- □ **Teste A/B de assunto ou CTA (se possível)**

6. Monitoramento e Resultados (14 a 31/05)

- 📌 **Análise de métricas:** taxas de abertura, cliques, respostas, descadastros
- 📌 **Relatório final com aprendizados e oportunidades de melhoria**

ÉPICO: Montagem e Otimização do Site - Illimitar

Tarefa 1: Prototipar a página do Illigestor

Subtarefas:

- **1.1** Levantar estrutura ideal da página (sessões essenciais: hero, benefícios, integração, CTAs)
- **1.2** Redigir rascunho dos textos com base no material de campanha (superapp + funcionalidades)
- **1.3** Criar protótipo visual no Figma com base na identidade da Illimitar
- **1.4** Apresentar protótipo para validação da liderança e time de marketing
- **1.5** Coletar feedbacks e aplicar ajustes finais para aprovação

Tarefa 2: Implementar a página no WordPress (Elementor)

Subtarefas:

- **2.1** Exportar assets do Figma (imagens, ícones, mockups) otimizados para web
- **2.2** Criar layout no Elementor conforme o protótipo aprovado
- **2.3** Inserir textos finais, links de CTA e botões de contato
- **2.4** Configurar SEO básico (título, descrição, URL amigável, imagens com alt)
- **2.5** Fazer testes de responsividade em mobile, tablet e desktop
- **2.6** Revisar texto, layout e links antes da publicação
- **2.7** Publicar a página no ambiente principal

Tarefa 3: Prototipar melhorias para o site principal (illimitar.com.br)

Subtarefas:

- **3.1** Realizar auditoria leve do site atual (estrutura, navegação, conteúdo, carregamento)
 - **3.2** Reunir ideias e melhorias com marketing, comercial e produto
 - **3.3** Definir quais páginas ou seções serão otimizadas na próxima fase
 - **3.4** Criar wireframe ou protótipo no Figma com sugestões de melhoria
 - **3.5** Apresentar melhorias para validação da liderança
 - **3.6** Listar tarefas para execução futura (nova sprint de redesign)
-

ÉPICO 9 – Organização Interna de Design

TAREFAS E SUBTAREFAS

1. Estruturação das Pastas Base

- ☐ **Definir árvore de pastas por tipo de conteúdo** (designer)
 - Posts por produto: IlliGestor, iReposição, Illimobile, ERP Illi
 - Formatos: Feed, Stories, Reels, Shorts, Carrossel, Blog, E-mail
 - Status: Prontos, Em andamento, Usados, Arquivados
- ☐ **Padronizar nomenclatura dos arquivos** (designer + analista)
 - Exemplo: `2025_05_illiGestor_reels_1.mp4`
 - Criar legenda padrão para salvar e localizar rápido



2. Organização do Banco de Imagens Interno

- ☐ **Criar pasta separada para banco de imagens**
 - Subpastas: Modelos humanos, moda, tecnologia, vitrine, mockups
- ☐ **Selecionar as melhores imagens já usadas e categorizar**
- ☐ **Importar e nomear banco de imagens novo (free e pagos)**
 - Sites sugeridos: Pexels, Unsplash, Freepik (premium)

3. Pastas de Referência Visual

- ☐ **Criar pasta "Referências" por tipo de conteúdo:** Reels, carrossel, thumb de YouTube, etc.
- ☐ **Salvar prints ou links com legendas explicativas** (designer + analista)
 - Ex: “Essa thumb tem contraste forte, bom para vídeo técnico”
- ☐ **Criar pasta com elementos reutilizáveis:** ícones, fontes, efeitos, molduras

4. Documentação Interna

-  **Checklist de entrega visual (interno)**
 - Tipografia ok?
 - Tamanho ideal para plataforma?
 - Espaço para CTA incluído?
-  **Mini guia de identidade visual** (design system simplificado)
 - Paleta de cores, tipos de degradês, formas padrão, fontes oficiais

5. Integração com Fluxo de Tarefas

- ☐ **Integrar estrutura de pastas com o backlog**
 - Cada tarefa visual linkada ao seu criativo e pasta específica
- ☐ **Criar template de entrega (capa + arte final + descrição)**
- ☐ **Finalizar e validar com todos os envolvidos**




ÉPICO 10 – Organização Interna do Marketing

Objetivo:




Organizar as rotinas, materiais, ferramentas, arquivos e diretrizes do setor de marketing, criando uma base sólida e acessível para operação contínua e para a integração de novos membros da equipe.

TAREFAS E SUBTAREFAS



1. Organização de Cronograma e Backlog

-  **Criar pasta "Backlogs" por mês**
 - Subpastas: Planejamento, Cronograma, Briefings
-  **Documentar o cronograma semanal de publicações**
 - Formato atual: por plataforma, tipo de post e objetivo
-  **Checklist para atualização mensal do cronograma**

2. Diretrizes e Padrões de Comunicação

-  **Criar guia de tom de voz da marca**
 - Formal? Convidativo? Inspirador? Exemplos prontos
-  **Modelos de copy por tipo de conteúdo**
 - Artigos, pílulas, CTA para Instagram, carrosséis, Reels
-  **Templates de briefing para campanhas, postagens e e-mail marketing**

3. Pastas e Fluxo de Arquivos

-  **Estruturar pasta principal "Marketing" com subpastas:**
 - Estratégia
 - Campanhas (mensais, sazonais)
 - Mídia paga
 - Conteúdos (copy + criativos separados por produto e formato)
 - Documentações
-  **Padronizar nomenclatura dos arquivos**
 - Exemplo: `2025_05_illimobile_post_terça_copy.docx`

4. Preparação de Onboarding

-  **Criar apresentação com visão geral da Illimitar + marketing**

- Missão, personas, produtos, diferenciais
- ☐ **Checklist de primeiros passos do novo analista**
 - Acesso a ferramentas
 - Leitura das diretrizes
 - Primeiras tarefas tutoriais
- ☐ **Mapa de processos do setor**
 - Ex: criação de post, campanha, ajuste de criativo, publicação

5. Ferramentas Utilizadas e Treinamentos

- ☐ **Lista de ferramentas com login e descrição de uso**
 - RD Station, Notion, Trello/ClickUp, Canva, Drive, Instagram, LinkedIn, etc.
- ☐ **Criar pasta "Treinamentos Internos"**
 - Subpastas: Ferramentas, Estratégia, Mídia paga, Conteúdo
- ☐ **Montar playlist de vídeos no YouTube para capacitação inicial**
 - Dividida por tópicos: copywriting, tráfego pago, redes sociais, RD Station
- ☐ **Salvar links úteis e tutoriais de apoio com breve descrição**

6. Integração com Equipe (final de maio)

- ☐ **Simular onboarding com analista atual (se possível)**
- ☐ **Ajustar pontos com base no que foi mais complexo ou confuso**
- ☐ **Checklist final validado por analista e designer**

ÉPICO 11 – Onboarding do Novo Documentador

Transferir o conhecimento, os padrões e o fluxo de trabalho do setor de documentação técnica para o novo colaborador, garantindo continuidade e qualidade na produção dos materiais.

TAREFAS E SUBTAREFAS

1. Visão Geral e Introdução

- ☐ **Documento de boas-vindas com visão do papel**
 - Objetivo da documentação técnica
 - Tipos de documentos produzidos
- **Vídeo rápido ou texto explicativo: estrutura dos materiais**
 - Didática (usuário leigo)
 - Técnica (usuário especialista)

2. Estrutura e Pastas

- **Organizar as pastas principais e explicar a lógica**
 - Documentos em andamento, publicados, revisados, modelos
- **Template base para cada tipo de material**
 - Didático: texto simples, com print, passo a passo
 - Técnico: fluxo, campos, formatação padronizada

3. Ferramentas Utilizadas

- **Lista das ferramentas e para que cada uma serve:**
 - Google Docs (edição e revisão)
 - Gravador de tela (como o Loom ou Clipchamp)
 - Google Drive (organização geral)
 - Editor de imagem (figma)
 - Editor de vídeo (adobexd e clipchamp)
- **Login e permissões de acesso já criados (ou checklist para isso)**

4. Playlist de Treinamento

Monte uma pasta no Drive com links + resumos curtos ou crie uma playlist no YouTube.

5. Tarefas Guiadas

- **Atribuir tarefa teste: Documentar um processo simples**
 - Com base em vídeo ou briefing
 - Exemplo: fluxo de login no IlliGestor
- **Revisar em conjunto e dar feedback estruturado**
- **Criar checklist final de validação do conteúdo**

6. Acompanhamento (últimos dias de maio)

- ☐ **Agendar revisão semanal dos primeiros documentos**
- ☐ **Abrir canal de dúvidas com histórico acessível**
- ☐ ☐ **Atualizar os materiais de onboarding com feedback do novo colaborador**

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário