

ESTÁGIO SUPERVISIONADO 1 E 2

Franciklauber Lima do Nascimento

RESUMO

O trabalho em questão trata-se de um relatório técnico que visa relatar atividades desenvolvidas em uma agência de publicidade de pequeno porte, localizada em Fortaleza, durante o período de estágio realizado por mim. Nele contém a identificação detalhada da empresa, detalhes sobre o contrato de estágio, descrição do ambiente da agência e intervenções realizadas ou não no local de trabalho. Além de um histórico detalhado sobre as atividades por mim realizadas durante um dos meses estagiados.

Palavras-chave: Estágio, Agência, Publicidade e Propaganda, Relatório técnico.

Graduando em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, no Centro Universitário 7 de Setembro. E-mail: franciklauber@gmail.com

FRANCIKLAUBER LIMA DO NASCIMENTO

ESTÁGIO SUPERVISIONADO 1 E 2

Relatório apresentado a Faculdade 7 de Setembro.

Orientador (a): Nila Bandeira

Fortaleza

2017

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio supervisionado, tem como objetivo apresentar a rotina dentro da Starting Comunicação, agência onde trabalho como Planejador Publicitário. Pelo fato de ser uma agência de pequeno porte, não consegui alterar de alguma forma a estrutura da empresa para melhorar os processos dentro da mesma, como deveria ser o ideal.

Irei apresentar as atividades por mim desenvolvidas durante o mês de Abril, por ser um estágio estou em processo de aprendizagem diária, sendo assim, irei explanar as principais atividades.

1 – IDENTIFICAÇÃO

1.1 Me chamo Franciklauber Lima do Nascimento, graduando em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário 7 de Setembro. Sou estagiário de Planejamento Publicitário na Starting Comunicação, me juntei a equipe em Dezembro, dia 12 pra ser mais exato e a prévia para o término do estágio é em Junho de 2017.

2– CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

2.1 Razão Social: STARTING SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA

Endereço: Avenida Santos Dumont, 1789, sala 615

Quantidade de funcionários: 8 funcionários

Área construída: Duas salas de 30m² cada

Área de atividade: Publicidade e Propaganda

Público alvo: Empresas que buscam ingressar no meio online ou que busquem modificar tal segmento dela.

3– HISTÓRICO COM DETALHAMENTO DE ATIVIDADES REALIZADAS

Irei detalhar as atividades desenvolvidas durante o mês de Abril. Não há como mostrar toda a atividade semestral, mas vou exemplar o que foi realizado por mim.

01/04 a 30/04	Desenvolver o planejamento para todas as postagens dos seguintes clientes: Outside Surf Bar, Arena Cocó Food Lounge, Palhoça Picanharia e Clínica Seu Doutor. Os recursos usados foram apenas o computador, o acesso à internet e o aplicativo Asana.
01/04 a 30/04	Supervisionar as postagens do departamento de social media (se estão saindo nos horários combinados se os clientes que entram em contato com as páginas estão sendo respondidos). Os recursos usados foram o computador, o acesso à internet e o aplicativo Asana.
03/04 a 07/04	Desenvolver campanhas, ao lado do departamento de criação para um possível novo cliente, a Idaiá. Os recursos usados foram o computador, o acesso à internet, e o aplicativo Asana.
05/04 a 07/04	Pesquisa de referências visuais para o possível novo cliente, Idaiá. Referências essas que seriam utilizadas na sessão de fotos que seria realizada na semana seguinte.

17/04 a 21/04	Análise da performance do instagram da Outside Surf Bar. Sugestões de mudanças a serem realizadas o quanto antes na comunicação da mesma.
28/04	Supervisionar e analisar as mudanças feitas inicialmente na nova comunicação da Outside Surf Bar.

4-PROCEDIMENTOS E INTERVENÇÕES

4.1 Identificação de problemas, diagnóstico, intervenções de melhorias

Primeiramente, existem pontos negativos pois por ser uma agência nova e pequena, a Starting Comunicação passa por um processo de acúmulo de atividades, já que a quantidade de pessoas geralmente não suporta a quantidade de clientes e isso tudo pode interferir negativamente no resultado final do serviço prestado ao cliente. Para solucionar tal dificuldade, os setores deveriam ser melhores definidos, além da contratação de novos membros para a equipe.

Quanto a parte positiva da empresa, posso dizer que a equipe é jovem e sendo assim, possuem uma vontade constante de aprendizado e muita força de vontade em realizar as tarefas que lhes são designadas. E por ser uma equipe que conta com pessoas jovens em sua maioria, a criatividade está sempre aflorada, algo essencial no mundo da publicidade. Outro ponto positivo a se considerar sem dúvidas é a flexibilidade de horário para todos os seus funcionários, principalmente para aqueles que ainda estão em formação.

5-AUTO AVALIAÇÃO

5.1 Desempenho do aluno, participação das supervisões, conciliação com estudo, contribuição do estágio para a formação profissional.

Eu acredito que tenho muito o que melhorar ainda como profissional e com o tempo isso se torna cada vez mais real. Quanto a agência, por ser

pequena ainda não possui desafios tão grandes, há uma demanda grande de trabalho, mas não de desafios. Acredito eu que isso ocorre não por “culpa” da própria agência, mas sim pelos clientes, que em sua grande maioria não se importam com atividades mais criativas, querem apenas resultados e nada a mais, além de que alguns não possui verba para tal desenvolvimento criativo. Notei que o meu trabalho como comunicador é de grande importância para a ascensão do mercado empresarial aqui no Ceará, pois é através da agência que os nossos clientes conseguem atingir determinados objetivos. E quanto ao meu crescimento pessoal, ele sem dúvidas é notório.

Não tive grandes problemas em conciliar o estudo com o estágio, em alguns momentos o cansaço é eminente, mas assim como todos eu tenho noção de que isso faz parte da vida acadêmica e encaro isso como aprendizado e desafio.

6-ANEXOS

Apresentação de peças, textos e demais produtos desenvolvidos ao longo do estágio.

Análise de performance Outside Surf Bar (algumas páginas):

Análise e sugestões: Outside



Sugestões:

Ao falar de produto postar somente com a logo, dando o máximo de ênfase ao produto.

Fazer o uso mais frequente de fotos com pessoas.

Utilizar assim que possível as novas fotos (novidade é sempre bem vinda).

Usar vídeos quando se referir ao rodízio, na maioria das vezes.

Trabalhar mais promoções (a cada dois meses, por exemplo).

Trabalhar mais composições, para analisar os resultados.

Utilizar menos artes vetoriais, visto que não houve bom retorno.

Acharia interessante durante a segunda trabalhar com imagens reais, do mar, do surf e etc (caso queira manter a identidade mais surf, que seria o ideal).

Fatores percebidos:

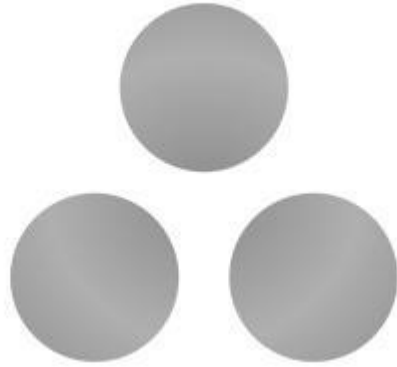
Houve aumento de curtidas em algumas postagens (como as que possuem as fotos de 2017, alguns vídeos de rodízio e as "novidades" - milkshake e suco).

Houve redução de visualizações em alguns vídeos.

Não houve aumento das curtidas em geral, mas também não houve diminuição.

Houve aumento das curtidas na page, mas não houve aumento regular de curtidas nas postagens.

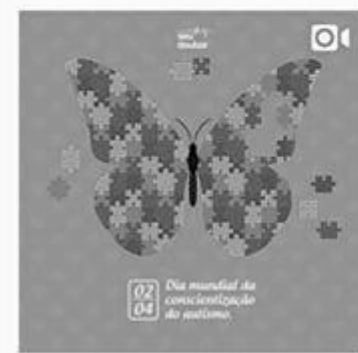
Programação das agendas semanais dos clientes (tudo é postado no aplicativo Asana)



asana

Mudanças no visual do instagram da clínica Seu Doutor

Antes / Depois:



Planejamento feito para Café Cariri

Comunicação + fotografia

A comunicação gastronômica atrelada a uma fotografia de qualidade pode ser a forma mais rápida e atrativa para o meio online.



Criando laços

Humanizar o serviço e a comunicação de uma empresa está sendo cada vez mais necessário. E uma das melhores, se não a melhor forma de alcançar tal objetivo, é através das redes sociais.

Ação - "O que há no meu prato?"

Publique uma boa fotografia de algum dos pratos no facebook e permita que os seguidores da página adivinhem quais são os ingredientes da receita, aquele que acertar ganhará um prêmio.



Ação - "Uma marmitta com amor"

Primeiro será necessário fazer uma pesquisa. É importante saber que tipo de receita as pessoas (colaboradoras de empresas) próximas à você costumam consumir. A partir disto será feita uma "marmitta" e a mesma será entregue nos respectivos locais, contendo juntamente a receita e um folder do estabelecimento.



Ação - "Fisquei pela barriga"

Esta ação é feita em 3 passos:
1- "divulgue a receita que você fez para a pessoa amada, marcando a nossa page com a hashtag (#fisqueipelaabarriga)".
2- a(o) dona(o) da receita mais criativa (segundo os seguidores) ganhará um jantar com o local reservado especialmente para eles.
3- a receita será acrescentada no cardápio do local.



Ação - "Era uma vez no Cariri Prime"

Esta ação é feita em 2 passos:
1- "Conte uma história que envolva o Café Cariri Prime, ela deve ser contada no facebook através de no máximo 5 posts, marcando nossa fanpage, faça isso com a ajuda de amigos."
2- "Os mais criativos - selecionados pelos clientes e seguidores - receberão um prêmio"

OBS: Prêmio a ser decidido.
Sugestão: uma peça de artesanato que represente a história ou uma tarde especial (de doces/bolos ou comidas típicas)



7-Referências:

NIZER, Renata. **10 passos para o planejamento criativo em propaganda – Passo 01: O papel do profissional de planejamento.** Disponível em: <http://www.fapcom.edu.br/blog/comunicacao/profissional-planejamento-publicidade.html>>. Acesso em fevereiro de 2017.

GALLÃO, Evandro. **A importância do planejamento estratégico no processo da comunicação publicitária.** Disponível em: <http://www.sustentare.net/blog/a-importancia-do-planejamento-estrategico-no-processo-da-comunicacao-publicitaria/>>. Acesso em fevereiro de 2017.