



IPG Politécnico
da Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Raquel Caramelo Videira

janeiro | 2017





Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO



RAQUEL CAMELO VIDEIRA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA

EM MARKETING

01/2017

**“Não me envergonho de corrigir os meus
erros e mudar as minhas opiniões porque
não me envergonho de raciocinar e
aprender.”**

Alexandre Herculano

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DA ESTAGIÁRIA

Nome: Raquel Caramelo Videira

Curso: Marketing

Número: 1011482

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Tecnologia da Guarda – Instituto Politécnico da Guarda

Orientador da ESTG/IPG: Professora Ana Margarida Oliveira

Instituição de Estágio: Sr. Brinquedo Group

Morada: Plataforma Logística da Guarda | Lote 77

Código Postal: 6300-885 Guarda

Localidade: Guarda

Orientador de Estágio: Cátia Marília Martins Saldanha

Período do Estágio: 27 de Junho – 12 de Setembro de 2016

Duração do Estágio: 400 horas

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

SRB – Senhor Brinquedo

CRM - *Customer Relationship Management*

PHC – *Program House Customer*

PLANO DE ESTÁGIO CURRICULAR

Os principais objetivos deste estágio, definidos pelo supervisor na empresa, foram:

- Planificação das publicações no *Facebook*;
- Apresentação da empresa;
- Criação e planificação de uma mascote;
- Estudo da satisfação do cliente

RESUMO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO CURRICULAR

O presente relatório resulta do Estágio Curricular realizado na instituição Sr. Brinquedo, ao abrigo da Licenciatura em Marketing da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.

Ao longo das quatrocentas horas de estágio foram realizadas diversas atividades na área de Marketing e Comunicação, como a elaboração de uma planificação de publicações no *Facebook*, o melhoramento da apresentação da imagem da empresa, cartazes e newsletters para diferentes efeitos. Foi também realizada uma breve análise empresarial no seu contexto interno e externo.

Palavras-chave: Marketing; Comunicação; Análise empresarial.

AGRADECIMENTOS

Ao ver esta etapa da minha vida chegar ao fim, sinto uma enorme gratidão por todos os que caminharam ao meu lado neste percurso.

Quero agradecer principalmente à minha mãe por me apoiar sempre nas minhas decisões mesmo que, muitas vezes, não concordasse com elas. Obrigada por nunca me deixares cair e acreditares sempre nas minhas capacidades. Obrigada por toda a paciência e por todo o esforço, sei que não foi nada fácil. Ao meu pai que mesmo passando por uma fase difícil nunca deixou de me apoiar. Ao meu irmão, por todos os ensinamentos e valores que me transmitiu ao longo de toda a minha vida e também no meu percurso académico.

Agradeço também aos meus tios e primos que me apoiaram incondicionalmente, em especial à minha tia Fátima e à minha tia Helena que sempre estiveram ao meu lado quando precisei.

Aos meus amigos por me aconselharem, por me distraírem quando precisava, por me apoiarem, por serem os melhores amigos do mundo.

À minha professora orientadora Dra. Ana Oliveira por me ensinar e me guiar nesta fase tão importante da minha vida.

À empresa e aos seus colaboradores por me aceitarem como um membro da equipa.

Por fim, quero também mostrar orgulho no meu esforço e por mais uma meta alcançada.

O meu mais sincero obrigada a todos.

INDICE

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DA ESTAGIÁRIA	ii
GLOSSÁRIO DE SIGLAS	iii
PLANO DE ESTÁGIO CURRICULAR.....	iv
RESUMO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO CURRICULAR	v
AGRADECIMENTOS	vi
INDICE.....	vii
INDICE DE FIGURAS	ix
INDICE DE ANEXOS	ix
INDICE DE QUADROS	x
INTRODUÇÃO.....	1
1. CARATERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO	2
1.1. SRB Group.....	2
1.1.1. Dados corporativos e caraterísticas	2
1.1.2. Marcas	3
1.1.3. Funcionamento	6
1.2. Empresas do Grupo.....	7
1.2.1. GestBrink.....	7
1.2.2. YupiTime.....	8
2. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO	9
2.1. Plano de publicações no <i>Facebook</i>	9
2.2. Melhoramento da apresentação da empresa	10
2.3. Guia de utilização do <i>site</i> GestBrink	11
2.4. <i>Atelier</i> Corolle.....	12
2.4.1. Cartaz.....	12

2.4.2.	Panfletos informativos	14
2.4.3.	Campanha <i>Facebook</i>	15
2.4.4.	<i>T-shirts</i>	16
2.4.5.	Diploma	17
2.5.	<i>Newsletter</i> “ <i>Regresso às aulas</i> ”	17
2.6.	Plano Mascote.....	20
2.6.1.	Visão, missão e valores	20
2.6.2.	Objetivos.....	21
2.6.3.	Análise externa	21
	Meio envolvente contextual.....	21
	Meio envolvente transacional.....	23
2.6.4.	Modelo das 5 forças de Porter	24
2.6.5.	Análise SWOT.....	25
2.6.6.	A mascote	26
2.6.7.	Segmentação.....	27
2.6.8.	<i>Copy Strategy</i>	27
2.7.	Campanha Natal clientes YupiTime	28
2.8.	Outras atividades.....	29
	CONCLUSÃO.....	31
	BIBLIOGRAFIA	32
	ANEXOS	33

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo SRB Group	2
Figura 2 – Logotipos das principais marcas distribuídas pela Sr. Brinquedo	3
Figura 3 – Logotipo GestBrink.....	7
Figura 4 – Logotipo YupiTime.....	8
Figura 5 — Plano de publicações no <i>Facebook</i>	9
Figura 6 – Guia de utilização GestBrink	11
Figura 7 – Cartaz final Atelier Corolle.....	12
Figura 8 – Cartaz 2	13
Figura 9 – Placa “Está na hora de...Mudar a fralda”	14
Figura 10 – Campanha Facebook T-shirt	15
Figura 11 – T-shirt.....	16
Figura 12 – Diploma	17
Figura 13 – <i>Newsletter</i> 1.....	12
Figura 14 – <i>Newsletter</i> 2.....	14

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Plano de publicações no <i>Facebook</i>	34
Anexo 2 - Apresentação da empresa.....	44
Anexo 3 - Guia de utilização do site GestBrink.....	54
Anexo 4 - Panfletos informativos	61
Anexo 6 - Apresentação em PREZI.....	68
Anexo 6 - Carta campanha de Natal	73
Anexo 7 - Questionário do estudo de satisfação do cliente	79
Anexo 8 - Tradução.....	84

INDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Análise SWOT.....	25
------------------------------	----

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio está elaborado no âmbito da disciplina Estágio Curricular, com vista à conclusão da Licenciatura em Marketing do Instituto Politécnico da Guarda. O estágio decorreu na empresa Sr. Brinquedo, durante quatrocentas horas.

Este estágio foi uma oportunidade para entrar em contacto com o mercado de trabalho e pôr em prática o que nos foi ensinado ao longo dos três anos de licenciatura.

O relatório está dividido em duas partes, na primeira faz-se uma pequena apresentação da empresa e na segunda estão presentes todas as atividades e tarefas desenvolvidas, bem como o processo e a descrição das mesmas. Encontram-se em anexo o resultado final da maior parte das tarefas.

1. CARATERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

1.1. SRB GROUP¹

1.1.1. Dados corporativos e caraterísticas

A empresa Sr. Brinquedo, sediada na Plataforma Logística de Iniciativa Empresarial da cidade da Guarda (PLIE) com escritórios em Lisboa e Barcelona, está no mercado desde 2004 e rapidamente se distinguiu pela elevada qualidade de serviço, por uma seleção de marcas de excelência e pelo enfoque total no cliente. Insere-se no SRB Group que tem como empresas adjacentes a Sr. Brinquedo, Yupitime e Gest Brink.

Trata-se de um armazém grossista de brinquedos, especializado na distribuição de brinquedos e de puericultura de diversas marcas, em toda a Península Ibérica. A empresa Sr. Brinquedo conta com funcionários qualificados e com conhecimentos na área dos brinquedos didáticos para que seja possível dar a melhor resposta às necessidades dos clientes, garantindo assim a sua satisfação pelos serviços prestados.



Figura 1 – Logotipo SRB Group

As infraestruturas são recentes e estão devidamente equipadas com meios tecnológicos adequados às necessidades dos colaboradores. Para além das boas condições físicas, estão também posicionadas num local estratégico, perto das entradas e saídas das autoestradas para otimizar assim a distribuição dos produtos.

¹Fonte: <http://www.srbrinquedo.pt/>

1.1.2. Marcas²

Para garantir a satisfação do cliente, a Sr. Brinquedo tem um enorme leque de marcas e produtos, construído depois de uma rigorosa seleção, tendo por base a componente de alta qualidade aliada a uma forte rotação nos pontos de venda. Deste trabalho resultou uma variada carteira de produtos, como se pode verificar na figura 2.



Figura 2 – Logotipos das principais marcas distribuídas pela Sr. Brinquedo

- **Ravensburger: puzzles e jogos para crianças e adultos**

A Ravensburger é conhecida e reconhecida pela sua qualidade e pela variedade de temas que consegue representar nos seus puzzles e jogos.

- **Bruder: veículos quase reais!**

A Bruder é uma marca alemã com longa experiência na conceção e construção de veículos para crianças.

- **Corolle: o mundo das bonecas**

A Corolle é uma marca de prestígio e reconhecida qualidade no design e criação de bonecas pensadas para crianças de todas as idades, desde o nascimento até às meninas mais crescidas.

²Fonte: <http://www.srbrinquedo.pt/>

- **Schleich: cenários perfeitos!**

Brinquedos excelentes para crianças e motivos de coleção para adultos. A Schleich retrata figuras humanas, animais e objetos de forma realística, com elevada qualidade e pormenor.

- **LEGO: criatividade sem fim!**

A LEGO adapta o formato dos blocos e os temas das construções às distintas etapas de crescimento da criança que, a partir de 1 ano e meio já pode dar largas à sua imaginação.

- **Rolly Toys: para brincadeiras a sério!**

A Rolly Toys produz veículos a pedais de média escala com elevados níveis de qualidade e robustez. Os brinquedos imitam veículos reais.

- **SIKU, miniaturas metálicas**

A Siku constrói miniaturas metálicas de camiões, máquinas e alfaias agrícolas, veículos de emergência e de construção de obras em escalas que vão desde 1:87 a 1:32. Os artigos da Siku são brinquedos para crianças e peças de coleção para os adultos.

- **Wild Republic, animais de peluche**

É reconhecida mundialmente como uma empresa de peluches e gifts, tendo-se especializado no trabalho de parques temáticos e museus em todo o mundo.

- **WiseGames, jogos de estratégia**

Jogos de elevada qualidade, com uma forte componente de arte e design associada à jogabilidade dos mesmos, trazendo uma lufada de ar fresco ao atual panorama de jogos de estratégia e familiares.

- **WOW: brinquedos coloridos e resistentes!**

A WOW estimula o desenvolvimento através de brincadeiras criativas, perfeitas para mentes curiosas de crianças com idades compreendidas entre os 1 e 5 anos.

- **Janod, brinquedos em madeira**

A Janod é uma empresa francesa especializada no fabrico de brinquedos de madeira educativos e de qualidade.

- **Playmobil, criar um mundo imaginário**

A linha consiste em pequenos bonecos com partes móveis e uma série de objetos, veículos, animais e outros elementos com os quais esses bonecos irão se integrar compondo uma série de cenários, sempre dentro de uma temática específica.

- **4M, jogos e brinquedos educativos**

Brinquedos que ajudam as crianças a desenvolver a sua criatividade e imaginação, com variadíssimos tipos de brinquedos, desde as experiências científicas às criações de acessórios entre muito os outros.

- **Story Cubes, "Era uma vez..."**

Os Story Cubes representam uma nova forma de contar histórias através do lançamento de dados com figuras diferentes em cada face. Em ambiente de convívio ou mesmo em contexto escolar todos podem usar os Story Cubes para se divertirem a inventar histórias!

- **Hape**

Marca Italiana de brinquedos de madeira. O objetivo da marca é despertar a criatividade e acompanhar o processo educativo das crianças.

- **Fehn**

Distingue-se pela sua inovação e alta qualidade dos brinquedos de bebé.

- **Difrax**

Uma gama inovadora em biberões e chupetas, copos anti gota e de aprendizagem. E muitos acessórios para o bebé.

- **Mattel**

Mattel Inc. é o maior fabricante do mundo. As gamas de produtos são: **Barbie; Monster High; Mia & me; Hot Wheels; Cars; Jogos; Batman & Superman; WWE; Minecraft; toy story; Fisher-Price; Thomas e os seus amigos; Imaginext; Capitão Jake e os piratas da terra do nunca; Octonauts; Mega Bloks;**

- **Hasbro**

A Hasbro é a terceira maior empresa mundial neste ramo, as marcas principais são: **Monopoly; Disney Princess; Disney Frozen; Nerf Rebelle; My Little Pony; My Little Pony Equestria Girls; Littlest Pet Shop; Furby; Disney Descendants; Nerf; Beyblade; Star Wars; B-Daman; Transformers; Yokai; Play-Doh; Playskool; FurReal Friends; Baby Alive; Elefun and Friends.**

1.1.3. Funcionamento

A empresa Sr. Brinquedo cria inicialmente fichas de fornecedores e fichas de clientes, bem como dos produtos, através do sistema CRM (sistema controlado pelos comerciais), passando de seguida para o PHC.

Trabalha com duas tabelas de preços distintas: uma tabela para retalhistas e outra para distribuidores.

O armazém está dividido em ala pesada, onde se encontram os artigos com maior peso, e ala leve, onde se encontram os artigos mais leves nomeadamente os peluches e a maior parte dos produtos de puericultura. Possui um programa de gestão que regista letras e referências (por exemplo HB + 00000 – Hasbro). O tipo de organização utilizado é por marcas. Por existirem produtos que não são possíveis de organizar desta maneira, uma parte do armazém é destinada a estes, mas que estão dispostos de igual forma, facilitando a sua localização em caso de encomenda.

A cada palete é atribuída uma lista da marca com os respetivos produtos e as suas referências, “bipando” o código, para facilitar a sua localização na ala da marca correspondente.

Em média a Sr. Brinquedo expede cerca de 40 encomendas diárias e o registo das encomendadas é feito através do sistema PHC. Realizam a distribuição através da contratação de serviços a transportadoras, que permitem fazer uma distribuição em menos de 24 horas. O controlo da entrada e saída dos produtos é conferido manualmente pelo pessoal do armazém. Posteriormente é feita uma análise pela marca e também pelo escritório de Lisboa (entrepasto) com uma regularidade de 15 em 15 dias.

A inventariação é realizada uma vez por ano, e a contagem física é feita manualmente. O armazém do Sr. Brinquedo efetua uma análise semanal do *stock* e possui um stock de segurança para 3 meses.

1.2. EMPRESAS DO GRUPO

1.2.1. GestBrink

A GestBrink é uma das empresas pertencentes ao SRB Group, tem como objetivo completar os serviços da empresa Sr. Brinquedo através de uma plataforma online onde os principais clientes têm acesso aos produtos, ao *stock* e ao preço dos mesmos. Através deste site é possível encomendar os produtos desejados, tornando o trabalho dos comerciais e do armazém mais fluído e muito mais cómodo para os clientes.



Figura 3 – Logotipo GestBrink

Visto tratar-se de um serviço complementar à Sr. Brinquedo, todas as novidades das marcas são anunciadas no site para que os clientes possam ter acesso às mesmas. Toda a informação presente nesta plataforma é atualizada regularmente.

1.2.2. YupiTime³

A YupiTime Lda, tem duas vertentes ativas: o comércio de brinquedos online (www.yupitime.com) para todo o tipo de clientes, onde comercializam as mais variadas marcas de brinquedos, puericultura e pré-mamã, todas elas de elevado prestígio, segurança e qualidade.

Algumas das marcas que se podem encontrar na loja online são também de colecionismo e, portanto, têm uma parte significativa de clientes colecionadores que contam com este site para todos os lançamentos dessas marcas (como: Siku, Schleich, Bruder, entre outras...).

A outra vertente ativa é o segmento *corporate* onde a YupiTime se especializou no fornecimento de brinquedos para festas de Natal das empresas do País e também serviços de Ofertas de Nascimento.



Figura 4 – Logotipo YupiTime

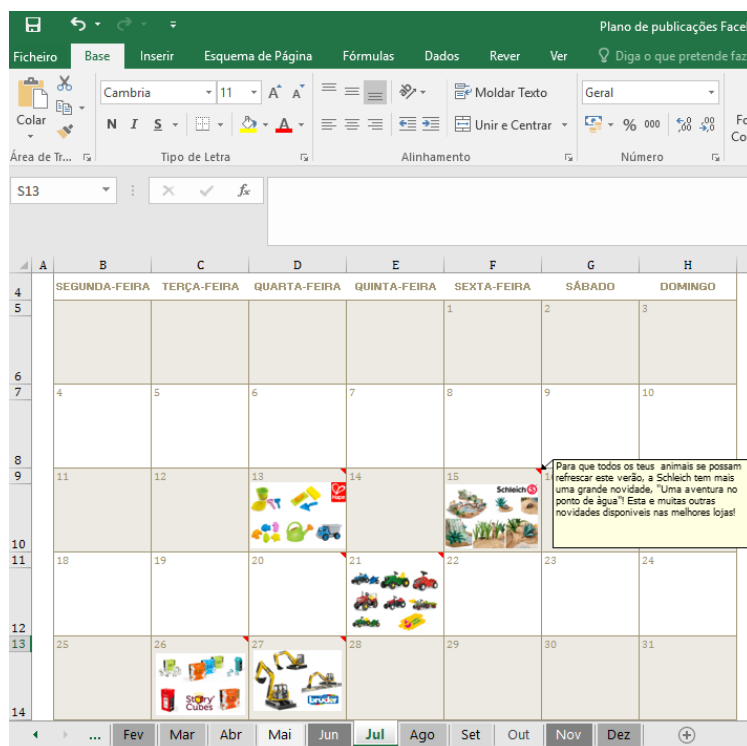
³Fonte: https://www.facebook.com/pg/Yupitime169212589869293/about/?ref=page_internal

2. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO

Neste ponto estão descritas pormenorizadamente as atividades realizadas pela estagiária ao longo das 400 horas.

2.1. PLANO DE PUBLICAÇÕES NO *FACEBOOK*

Depois de uma breve conversa sobre as atividades que iriam ser realizadas pela estagiária, um dos pedidos da empresa foi um plano de publicações no *Facebook*, com o intuito de dinamizar a página e otimizar as vendas através de publicações alusivas aos produtos de coleção e às novidades das principais marcas. A empresa pediu desde o início que este plano fosse elaborado em Excel, a estagiária concordou, e depois de uma pesquisa de como poderia tornar este plano prático e acessível sem nunca descurar do conteúdo, o resultado final foi o seguinte:



The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet titled "Plano de publicações Facebook". The spreadsheet is a calendar for the month of July, with columns for days of the week (SEGUNDA-FEIRA to DOMINGO) and rows for dates (1 to 31). The spreadsheet includes a ribbon with various tabs (Ficheiro, Base, Inserir, Esquema de Página, Fórmulas, Dados, Rever, Ver) and a toolbar with various icons. A text box is visible over the calendar, containing the text: "Para que todos os teus animais se possam refrescar este verão, a Schleich tem mais uma grande novidade, 'Uma aventura no ponto de água'! Esta e muitas outras novidades disponíveis nas melhores lojas!". The text box also features a Schleich logo and an image of a toy animal.

	A	B	C	D	E	F	G	H
4		SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
5						1	2	3
6								
7		4	5	6	7	8	9	10
8								
9		11	12	13	14	15		
10								
11		18	19	20	21	22	23	24
12								
13		25	26	27	28	29	30	31
14								

Figura 5 – Plano de publicações no *Facebook*

O plano consistiu num documento em Excel, onde foram criadas várias folhas às quais correspondem todos os meses do ano; em cada uma das folhas foram criadas

colunas com os dias da semana e os respetivos dias do mês. A organização das publicações foi feita de maneira a que fosse mais fácil identificá-las pelas imagens, inserindo o texto da publicação através da criação de uma nota, como podemos verificar na Figura 5.

Depois de uma breve pesquisa, a estagiária constatou que os melhores dias da semana para as publicações no *Facebook* são terça, quarta e quinta feira⁴ estando por isso, na sua maioria, agendadas para estes dias da semana. Alguns dias foram também escolhidos pelo seu significado, isto é, foi feita uma pesquisa de maneira a saber se era atribuído algum tipo de festividade ou celebração à qual se pudessem aliar os produtos. Todo o plano pode ser consultado no Anexo 1.

⁴**Fonte:** <http://www.estrategiadigital.pt/melhor-hora-facebook/>

2.2. MELHORAMENTO DA APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Outra das tarefas atribuídas à estagiária foi que melhorasse a apresentação da empresa, já existente em formato PowerPoint. Ao observar esta apresentação, a estagiária, identificou imediatamente dois problemas:

- O design escolhido não era alusivo ao design da empresa;
- Não existia qualquer fator de diferenciação.

De maneira a resolver estes problemas a estagiária optou por utilizar na sua apresentação o design presente nas instalações e como fator de diferenciação a forma de entrega.

Depois de vários ajustes, o design da apresentação final baseia-se numa carta, apesar de ser uma apresentação em *Power Point*, esta pode ser imprimida em forma de carta para ser enviada a possíveis clientes. A estagiária definiu também um *slogan* para a empresa “Na hora de proporcionar as melhores brincadeiras, estamos certos que somos o parceiro ideal”. A apresentação pode ser consultada no Anexo 2.

2.3. GUIA DE UTILIZAÇÃO DO *SITE* GESTBRINK

De forma a facilitar as encomendas dos clientes e a tornar o circuito mais fluído, o Grupo Sr. Brinquedo criou o *site* GestBrink, onde estes podem fazer as suas encomendas.

Neste, os utilizadores podem ter acesso ao stock dos produtos que desejam e também às novidades das marcas que estão em grande destaque nos *banners*, mensagens publicitárias inseridas nos sites.

Foi pedido à estagiária que criasse algo que promovesse o *site*. Depois de uma breve reflexão, a estagiária chegou à conclusão de que a melhor forma de o promover era ensinar os clientes a funcionar com o mesmo. Visto que é a empresa que decide quem tem acesso ao mesmo, não faria sentido promovê-lo através de uma *newsletter* para a carteira de clientes.

Os principais entraves à adesão por parte dos clientes seriam a maneira como o *site* funciona e a dificuldade em perceber como está programado. Para isso criou-se um documento em *Word* com um guia onde estão presentes todas as funcionalidades e também as fases do processo de compra. Este guia foi enviado aos clientes com acesso ao *site*, evitando assim o descontentamento por não saberem como fazer na hora da encomenda e evitando também possíveis chamadas para a administração, para se informarem do seu funcionamento. O guia completo pode ser consultado no Anexo 3.



Figura 6 – Guia de utilização GestBrink

2.4. ATELIER COROLLE

O *atelier* Corolle baseia-se numa iniciativa conjunta do grupo Sr. Brinquedo, da marca Corolle e do centro comercial La Vie Guarda. Esta atividade, será realizada ao longo de um dia e consiste na utilização dos bonecos e acessórios da marca com o objetivo de ensinar as crianças a lidar com as rotinas dos bebés, como por exemplo dar banho, mudar a fralda, adormecer, entre outras.

Para esta atividade foi necessário criar um cartaz e panfletos informativos das diferentes atividades, *t-shirts* para o *staff* e um diploma para entregar no final, às crianças.

2.4.1. Cartaz

Foi pedido à estagiária, juntamente com uma estagiária de multimédia, que criassem um cartaz para esta atividade. Com base nas diferentes rotinas diárias surgiu a ideia de usar a imagem de um relógio no cartaz passando ao tema “Está na hora de...”.

Foram seguidas algumas regras base como a forma retangular, uma imagem apelativa uma mensagem simples, um conjunto de cores apelativas e originalidade.



Figura 7 – Cartaz final Atelier Corolle

Após a análise do trabalho realizado, a estagiária, insatisfeita com o resultado, criou mais tarde sozinha um novo design para o cartaz, de maneira a que pudesse ser adaptado aos outros formatos. Não foi possível criar em conjunto com a colega estagiária devido ao facto de ela ter terminado o seu estágio, entretanto.

Este novo cartaz deixava de parte a ideia inicial do “Está na hora de...”, passando a representar o sonho e a fantasia, através de uma nuvem na parte central e de *confettis* em todo o cartaz. Com as imagens oficiais da marca transformadas em imitações *polaroid*, a estagiária pretendeu mostrar de uma maneira mais clara as atividades que iriam decorrer durante este dia estando estas devidamente legendadas.

O cartaz pode ser observado na figura 8.



Figura 8 – Cartaz 2

2.4.2. Panfletos informativos

Para que não fossem apenas panfletos informativos da atividade que se irá realizar naquele local, a estagiária optou por mudar a imagem utilizada de maneira a que esta estivesse interligada com a atividade e também acrescentar algumas curiosidades para as tornar mais apelativas.



Figura 9 – Placa “Está na hora de...Mudar a fralda”

Os restantes panfletos poderão ser consultadas no Anexo 4.

2.4.3. Campanha Facebook

De maneira a publicitar o evento no *Facebook* foi criado um outro cartaz com pequenas diferenças para que este se destacasse entre os milhares de publicações que aparecem todos os dias no *Feed* de cada utilizador. Visto tratar-se de um cartaz com cores muito suaves, a estagiária aplicou um placar de cortiça dando assim a ideia de ser um evento importante no placar de atividades das crianças.



Figura 10– Campanha Facebook

2.4.4. T-shirts

Tratando-se de um evento para crianças é importante que o *staff* esteja bem identificado para que estas saibam a quem se devem dirigir, para isso foram criados moldes de *T-shirts*. A empresa pediu que fossem simples, mas que se baseassem no design do cartaz e das placas. A estagiária optou por *T-shirts* brancas apenas com uma frase chamativa e com o design pedido.



Figura 11 – T-shirt

2.4.5. Diploma

Dando seguimento ao design criado com a colega de estágio, foi também criado um diploma para ser entregue às crianças no final das atividades.



Figura 12 – Diploma

2.5. NEWSLETTER “REGRESSO ÀS AULAS”

Foi pedido à estagiária que reunisse produtos das diferentes marcas que de alguma forma se relacionassem com o regresso às aulas. Ao longo da pesquisa foram recolhidas simultaneamente as imagens e as suas referências, facilitando assim a junção das mesmas.

Depois de concluído o trabalho de pesquisa, foram também criadas frases apelativas que levassem à compra dos produtos que foram inseridas na *newsletter*. Visto

tratar-se de vários produtos não foi possível agrupá-los todos na mesma *newsletter*, por esse motivo foram criadas duas. Na primeira foram agrupados os jogos e material escolar.

Regresso às aulas 2016

Hape
 Adoras animais? leva-os sempre contigo com os cadernos e marcadores da *Wild Republic*

HAE1010 Não percas o ritmo da escola...
 HAE1009 continua as tuas aulas em casa, com os quadros e mesas da *Hape*

6918320
 6989781

WILD REPUBLIC

4M
 Deixa a tua imaginação fluir e melhora a destreza manual com as plasticinas *Play doh*

KidsLabs 4M03230
 KidsLabs 4M05520
 KidsLabs 4M03374

A *4M* ajuda-te no teu estudo e oferece-te inúmeras experiências para que possas aplicar os teus conhecimentos escolares em casa. Experimenta já!

HBB3418
 HBB3423

Play-Doh

“Sabias que se pegássemos em toda a plasticina *Play-doh* fabricada desde 1956, seria possível fazer uma serpente que daria a volta ao mundo 300 vezes?”

Ravensburger
 Com o regresso às aulas o tempo disponível para as bricadeiras em casa torna-se mais curto. Maximize os momentos em família com os puzzles *Ravensburger*, estimulando o crescimento das crianças, aliado à diversão

RB125593
 RB070329
 RB1779343

SRB
 Sr.Brinquedo

Figura 13 – Newsletter 1

Na segunda *newsletter* foram colocadas as marcas que contêm na sua gama mochilas e lancheiras.



Regresso às aulas
2016



AH2923 AH1544 AH2602 AH3166

Neste regresso às aulas certifique-se que a alimentação do seu filho se mantém nas melhores condições com as lancheiras Allerhand



AH1292 AH1254 AH1247 AH1209



JDJ07701 JDJ07702 JDJ07703 JDJ07699

Já conhece as mochilas Janod?
Para além de lindas são muito práticas e ainda têm guarda chuvas a condizer



JDJ07705 JDJ07710 JDJ07707



SRB
Sr.Brinquedo

Figura 14 – Newsletter 2

2.6. PLANO MASCOTE

Dado o curto espaço de tempo e por falta de recursos, não foi possível criar a mascote, contudo a estagiária reuniu informações sobre a empresa e agrupou-as num documento em *Word*, para ficar disponível na empresa caso futuros estagiários possam querer desenvolver a ideia. Neste documento estão presentes a definição da visão, missão, valores e objetivos, uma breve análise externa e a análise SWOT.

2.6.1. Visão, missão e valores

- **Visão**

A Visão de uma empresa traduz, de forma abrangente, um conjunto de intenções e de aspirações para o futuro, servindo de inspiração a todos os membros da organização.

“Efetuamos uma rigorosa seleção de marcas tendo por base uma indiscutível componente de qualidade aliada a uma forte rotação nos pontos de venda. Somos por isso o parceiro ideal para o desenvolvimento do seu negócio”

- **Missão**

A missão da empresa constitui o instrumento estratégico da doutrina ou filosofia empresarial que a empresa deve desenvolver juntos dos seus públicos internos e externos.

A mesma consiste numa declaração escrita que traduz os ideais e orientações globais da empresa.

“Proporcionar aos pais, os meios necessários para o desenvolvimento de experiências únicas com os seus filhos, ajudando-os a crescer e a aprender de forma divertida.”

- **Valores**

Os valores de uma empresa baseiam-se naquilo em esta acredita.

Qualidade garantida através de uma rigorosa seleção dos produtos.

Equipa especializada de maneira a garantir as melhores marcas maximizando os pontos de venda dos nossos clientes.

Satisfação do Cliente através do profissionalismo que rege a nossa empresa e da oferta dos melhores serviços;

A empresa tinha já uma missão, quanto à visão e valores também foram definidos pelo grupo mas não estavam designados como tal, e foi trabalho da estagiária hierarquizá-los.

2.6.2. Objetivos

Os objetivos da empresa são definidos para nortear a sua ação. A SRB tem os seguintes objetivos:

- Oferecer condições e instalações perfeitamente adequadas e modernas;
- Satisfação permanente das necessidades dos clientes;
- Manter sempre a excelência do serviço;
- Entradas em novos mercados;

2.6.3. Análise externa

A análise externa consiste no estudo do meio envolvente contextual e do meio envolvente transaccional da empresa, com o objetivo de identificar as oportunidades e as ameaças existentes no mercado.

Meio envolvente contextual

O meio envolvente contextual é composto por quatro contextos distintos, mas interrelacionados:

- **Contexto económico**

Determina as trocas de bens e serviços, dinheiro e informação na sociedade.

No ano de 2015 verificou-se:

- PIB em Portugal de 1,46%
- Taxa de desemprego em Portugal 12,4%

Embora estes valores sejam melhores dos que os que se verificaram em 2014, a situação económica continua a não ser favorável, o que afeta o setor dos brinquedos e da puericultura devido ao facto de não serem considerados bens essenciais.

- **Contexto sociocultural**

Reflete os valores, costumes e tradições da sociedade.

Os brinquedos e os produtos de puericultura fazem parte da vida da criança desde o berço e são extremamente importantes para o seu desenvolvimento, daí fazerem parte da sociedade e da cultura de qualquer país desenvolvido. Portugal é dos países que mais acredita no papel pedagógico dos brinquedos destinados as crianças.⁵

⁵**Fonte:**<https://www.publico.pt/sociedade/jornal/portugueses-dizem-preferir-brinquedos-educativos-no-natal-50588>

- **Contexto politico-legal**

Condiciona a alocação de poder e providencia o enquadramento legal da sociedade.

A legislação obriga o fabricante a informar o consumidor da existência de determinados riscos que possa comportar o uso ou manuseamento dos brinquedos, assim como das suas consequências e a forma de as evitar, facilitando instruções e indicações necessárias para um correto uso ou manipulação dos brinquedos. Uma vez informado o consumidor, este é o único responsável por uma utilização adequada, e pela forma de evitar os riscos previsíveis.

Muitos dos produtos não trazem estas especificações em português visto tratarem-se de marcas, na sua maioria, estrangeiras. Por este motivo torna-se um encargo para a empresa de distribuição, pois de acordo com o Decreto-Lei 42/88, as informações sobre a natureza, características e garantias de bens e serviços oferecidos ao público no mercado nacional, quer as constantes de rótulos, embalagens, prospectos, catálogos, livros de instruções para utilização ou outros meios informáticos, quer as facultadas nos locais de venda ou divulgadas por qualquer meio publicitário, deverão ser prestadas em língua portuguesa.⁶

⁶**Fonte:**http://antigo.apcmc.pt/legislacao/2015/img/uso_lingua_portuguesa_DL_236_8_6_e_62_88.pdf

- **Contexto tecnológico**

Traduz o progresso técnico da sociedade.

Num contexto tecnológico o Sr. Brinquedo tem explorado a internet através do envio de newsletters aos clientes, melhoramento dos sites já existentes e a criação de um destinado apenas para clientes onde estes podem encomendar diretamente os produtos pretendidos, analisar stocks e ter conhecimento de novos produtos com imagens referentes aos mesmo. Com este novo site será possível fazer as encomendas online otimizando o trabalho do departamento comercial e o tempo do cliente.

Meio envolvente transacional

O meio envolvente transacional é constituído por todos os agentes e fatores que interagem diretamente com a indústria em que a empresa atua.

- **Clientes**

Os clientes do Grupo Sr. Brinquedo são, na sua maioria, lojas tradicionais como lojas de brinquedos e papelarias, mas também grandes superfícies como lojas do grupo SONAE. Os principais clientes são o Mundo Aquático, Alves Camacho, Modelo e Continente, Quintal Medeiros, Fnac e Sempre a Postos.

- **Concorrentes**

Para este setor, o “boom” da internet tem tanto de bom como de mau; tornou mais fácil a compra dos brinquedos diretamente às marcas via *online* deixando a compra nas lojas físicas comprometida, afetando assim os distribuidores deste tipo de produtos. Por este motivo, um dos principais concorrentes deste grupo são os *sites online* e a empresa Brinca Festas, empresa portuguesa de distribuição de brinquedos localizada na Batalha.

- **Fornecedores**

Os fornecedores são os detentores das marcas que o GSB distribui, essencialmente com origem no estrangeiro.

2.6.4. Modelo das 5 forças de Porter

- Ameaça de novas entradas

Apesar de não existirem muitas empresas especializadas na distribuição de brinquedos este setor não se torna atrativo devido à conjuntura económica com que nos deparamos em Portugal e ao investimento que teria de ser feito tanto a nível financeiro como em infraestruturas. Seria também muito difícil introduzir marcas e produtos diferentes dos que já são distribuídos. Tudo isto faz com que a ameaça de novas entradas seja reduzida.

- Rivalidade entre concorrentes

A rivalidade entre concorrentes é baixa visto existirem poucos concorrentes e de cada um ter a sua área de especialidade, e também existirem contratos de exclusividade para a distribuição.

- Ameaça de produtos substitutos

Atualmente, nota-se uma forte tendência de mudança no comportamento do consumidor infantil. Cada vez mais, os brinquedos são substituídos pelos computadores, internet, telemóveis e pela televisão. Por este motivo, os produtos substitutos exercem uma força competitiva forte, porém a indústria está a adaptar-se cada vez mais criando brinquedos inovadores.

- Poder de negociação dos fornecedores

Os fornecedores exercem um forte poder negocial devido ao facto de serem em número bastante reduzido. Isto permite-lhes impor quantidades mínimas de encomenda, o que se torna um problema devido à descontinuidade das coleções que mudam de ano para ano ficando produtos descontinuados nos armazéns dos clientes.

- Poder de negociação dos clientes

Os clientes têm um poder negocial reduzido, pois existem poucas alternativas na concorrência e a maior parte são clientes fidelizados às marcas detidas pelos distribuidores. Perante este cenário podemos concluir que a empresa deve adotar uma atitude reativa limitando-se a criar barreiras solidas contra as ações das Cinco Forças de Porter.

2.6.5. Análise SWOT

	<p>Pontos Fortes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variada gama de marcas/produtos; - Qualidade do serviço; - Funcionários qualificados; - Localização; - PME Líder; - Contratos de exclusividade com três marcas prestigiadas; 	<p>Pontos Fracos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de comunicação entre a administração e os comerciais em relação aos produtos e quantidades; - Ausência de acompanhamento pós-venda; - A maioria das marcas que disponibiliza são marcas de preços elevados; - Falta de profissionais na área de Comunicação/Marketing;
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poder de compra aumentou; - O povo português acredita que os brinquedos são importantes para o crescimento saudável e desenvolvimento das crianças; - Evolução da internet; - Pouca concorrência; 	<ul style="list-style-type: none"> - Exploração de novos mercados; 	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de campanhas e investimento em comunicação; - Formação aos Recursos Humanos;
<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apesar de haver progressos na economia portuguesa a crise não está ultrapassada; - Crescimento das vendas por internet; Dependência face a fornecedores; - Legislação; - Entrada de empresas no mercado com produtos/serviços diferenciados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de um <i>Outlet</i>, solucionando o problema dos produtos descontinuados e do preço elevado de alguns produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de um serviço/produto diferenciador em relação à concorrência e evitar assim novas entradas;

Quadro 1

Depois de observada a análise SWOT, podemos concluir que a criação de uma mascote seria uma mais valia para esta empresa, na medida em que:

- Atrai a atenção dos mais pequenos;
- Diferencia a imagem da empresa;
- Implementação de um novo serviço;
- Criação de uma imagem da empresa para complementar o logótipo;
- Fator “novidade” para os clientes;
- Inexistência deste tipo de atividades e do conceito;

2.6.6. A mascote

Na sociedade, em geral, as relações afetivas e emocionais são grandes aliadas nas ações de relacionamento com o público. Tendo em conta que o objetivo de uma mascote é criar empatia com o consumidor através da imagem, cores e personalidade e perfil, a criação de uma vai de encontro à valorização e necessidades afetivas da sociedade.

Uma mascote pode ser o símbolo de uma empresa ou marca e faz parte da sua comunicação, desempenhando um papel mediador entre a realidade física e a realidade psíquica e emocional dos diferentes públicos. Visto tratar-se de uma empresa distribuidora, a criação de uma mascote tem como principal objetivo diferenciar-se e aproximar a empresa dos clientes.

Uma personagem que represente uma empresa deve seguir algumas regras na sua execução para que possa ser bem-sucedida, nomeadamente:

1. Deve ser bem planeada;
2. Deve refletir-se, antes de sua criação, sobre qual a imagem que se deseja transmitir ao público, a postura do boneco, as cores, o tipo de traço com o qual será representado, expressões faciais;

3. A mascote deve sempre remeter para algo que lembre a empresa, como por exemplo, a utilização das cores do logotipo ou algo relacionado com a forma como a empresa lida com os seus clientes;
4. Deve procurar-se algo que represente a empresa como um todo;
5. A postura da mascote é muito importante, visto que esta representa a personificação da empresa. Nesse sentido, personagens sorridentes, simpáticas e que transmitam confiança são as mais aconselhadas.

⁹Fonte: <http://www.imagineusite.com.br/blog/102-o-papel-das-mascotes-na-construcao-da-marca.html>

2.6.7. Segmentação

Segmentar um mercado consiste em dividi-lo num certo número de subconjuntos, tão homogêneos quanto possível, para permitir que a empresa adapte a sua política de marketing a cada um desses subconjuntos, ou a alguns deles.

- **Segmentação**

A empresa segmentou o seu mercado por dimensão do cliente, trabalhando por isso dois setores, lojas tradicionais e grandes superfícies.

Devido ao imenso leque de marcas que são distribuídas torna-se difícil traçar um perfil de cliente, podemos constatar que estes têm preferências difusas e que cada um tem as suas marcas preferidas consoante a necessidade do consumidor final e o que é vendido nos seus estabelecimentos.

2.6.8. Copy Strategy

A Copy Strategy é um documento formal, geralmente curto, estabelecido em comum pelo Anunciante e pelo(s) Account(s), para orientar o trabalho que será solicitado aos criativos.

- A mascote deverá fazer referência à empresa através das cores do logotipo, ou seja, as cores base da mesma devem ser o vermelho/Branco/Cinza.

- Estando aberta a outras ideias, uma das ideias base será o “Fantasminha Sr.Brinquedo” (fantasminha porque até ao momento a empresa passou despercebida ao consumidor final)
- A criação de uma mascote tem como objetivo diversificar a empresa e tornar mais próximo o consumidor final da empresa distribuidora, podendo vir a ser mais tarde um serviço complementar no Grupo Sr. Brinquedo.
- Como promessa a empresa pretende a identificação valorizadora ou gratificante com um tom e personalidade do tipo humorístico e/ou alegre, visto que para além de ser dirigida aos clientes é também intenção da empresa chamar a atenção dos mais pequenos.
- O lançamento da mascote deverá ser feito através de um evento com os principais clientes do grupo, podendo ser feito nas instalações da sede com uma breve apresentação da mesma.
- Ter em atenção o facto que a mascote será criada virtualmente, mas irá ser transformada num fato para adulto, por isso, deverá ser criada de forma a que não perca propriedades quando transformada em algo real.
- É permitido utilizar todas cores que achar necessário, mas nunca esquecer as cores base.

Depois de criado todo este plano, a estagiária, criou uma apresentação em *PREZI* (programa de apresentações online) para mostrar as suas ideias principais para as atividades da mascote e possíveis formas de comunicação com o cliente/consumidor final aparte da mascote. Esta apresentação pode ser consultada no Anexo 5.

2.7. CAMPANHA NATAL CLIENTES YUPI TIME

Dando continuidade ao trabalho de divulgação das várias vertentes do Grupo Sr. Brinquedo, foi-lhe também pedido que fizesse uma pesquisa de empresas do distrito da Guarda que poderiam ser potenciais clientes e que criasse uma carta que pudesse ser enviada a estas de maneira a cativar a sua atenção para os serviços e ofertas da empresa YupiTime. A estagiária optou por uma estratégia de Marketing cada vez mais utilizada, o “*storytelling*”.

Não se limitando apenas a divulgar o produto, tentou criar algo que contasse uma história captando assim a atenção dos possíveis clientes a este tipo de produto. Desta ideia inicial surgiu o protótipo duma carta adaptável a *newsletter* onde é possível ler uma pequena história onde o principal objetivo não é apenas levar à compra mas também mostrar que estará a fazer uma boa ação para os colaboradores da sua empresa. Foram criados diferentes modelos para esta campanha que podem ser consultados no Anexo 6 juntamente com a lista das empresas escolhidas pela estagiária.

2.8. OUTRAS ATIVIDADES

Visto terem sido desenvolvidas muitas atividades num curto espaço de tempo não foi possível fazer o estudo de satisfação do cliente, embora a estagiária tenha criado um modelo de perguntas que se encontra no Anexo 7.

Para além das atividades já referidas foram também desenvolvidas as seguintes:

➤ *Banners*

Foi solicitado à estagiária a criação de pequenas frases com a finalidade de serem colocadas nos *banners* do site GestBrink, com referência às marcas Siku, Mattel, Bruder e RollyToys. A este pedido a estagiária criou as seguintes frases apelativas:

- Para a marca Siku:

“Agrade a miúdos e graúdos com os produtos Siku, fabricados ao pormenor e com uma qualidade de excelência dão um ótimo presente de Natal para qualquer idade. Adquira já!”

- Para a marca Mattel:

“Para que não falhe nos presentes deste Natal, a Mattel criou a seleção 21, uma seleção de produtos feita a pensar em si. Está à espera de quê? Não perca esta oportunidade e encomende já!”

- Para a marca Bruder:

“Ofereça experiências do mundo dos adultos com os brinquedos da Bruder, estes produtos permitem que as crianças imitem a vida real ajudando assim no seu desenvolvimento. Encomende já antes que esgote!”

- Para a marca RollyToys:

“Produtos à altura das brincadeiras de verdade, faça as delícias dos mais pequenos com a RollyToys.”

➤ Tradução

O plano de comunicação da marca Schleich para as novidades do mês de Julho não vinha acompanhado de tradução em português, sendo atribuída esta tarefa à estagiária.

Esta tradução pode ser consultada no Anexo 8.

CONCLUSÃO

O estágio curricular permitiu a aplicação de conteúdos lecionados ao longo dos três anos, pelo que a estagiária ficou imensamente satisfeita com o seu estágio. Esta satisfação advém não tanto por ter realizado tarefas difíceis mas sim porque as elaborou sozinha, pois não teve qualquer tipo de apoio por parte de alguém da área de Marketing e tudo o que foi concretizado foi devido aos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura. Inicialmente a estagiária viu a ausência de apoio específico na área como uma adversidade, mas com o decorrer do estágio tornou-se um desafio a cada vez que tinha de iniciar algo novo. Neste estágio, aplicou os seus conhecimentos na área de comunicação e ganhou novas competências a nível de multimédia.

Este estágio mostrou-lhe que a sua paixão é a comunicação e a organização sendo por isso a área que quer enveredar.

Em relação ao plano da licenciatura, a estagiária gostava de mostrar a sua satisfação com o que lhe foi proporcionado, mas também deixar em nota que é necessário atualizar algumas unidades curriculares. Trata-se de uma licenciatura de Marketing, uma área que está em constante mudança. Algumas delas deveriam, na sua opinião, ser mais práticas e também introduzir novas áreas como o Marketing Digital, que neste momento é a área que mais procura tem no mercado.

Concluindo, foi extremamente desafiador e enriquecedor ter realizado este estágio e é com orgulho no seu trabalho que a estagiária apresenta este relatório.

BIBLIOGRAFIA

Obras consultadas

- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J. V., (2011). *Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing, (14ª edição). Lisboa: Edições Dom Quixote.*

Páginas web consultadas

- www.srbrinquedo.pt.....(consultado entre 27-06-2016 e 28-11-2016)
- www.facebook.com/pg/Yupitime.....(consultado em 05-07-16)
- www.estrategiadigital.pt/melhor-hora-facebook.....(consultado em 28-08-15)
- www.gestbrink.pt(consultado entre 10-08-16 e 24-08-16)
- <https://www.publico.pt/sociedade/jornal/portugueses-dizem-preferir-brinquedos-educativos-no-natal-50588>.....(consultado em 30-09-2016)
- www.imagineusite.com.br/blog/102-o-papel-das-mascotes-na-construcao-da-marca.html.....(consultado em 09-09-2016)

Outras consultas

- Felgueira, Teresa, 2014/2015, Conteúdos Programáticos da Disciplina de “Marketing de Serviços”, Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.
- Oliveira, Ana Margarida, 2015/2016, Conteúdos Programáticos da Unidade Curricular de Comunicação em Marketing, Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.

SRB

Sr.Brinquedo®

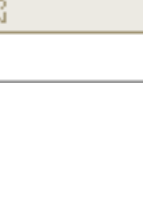
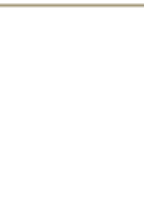
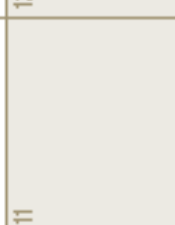
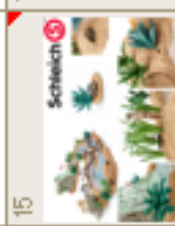
ANEXOS



Anexo 1

PLANO DE PUBLICAÇÕES NO FACEBOOK

A	B	C	D	E	F	G	H
<h1>JULHO 2016</h1>							
SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO	
				1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30	31	
NOTAS:							
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> ◀ ▶ ... Fev Mar Abr Mai Jun Jul Ago Set Out Nov Dez </div>							



A	B	C	D	E	F	G	H
11	12	13	14				
18	19	20	21				17
25	26						24
							31

Prepara-te para as brincadeiras na areia com a gama de produtos de praia da Hape. Desde pás, regadores, moldes e muito mais! Tudo o que precisas para umas férias em grande!

Garante segurança e conforto aos teus cavalos com a mais recente novidade da Schleich, a cavalaria do mundo HorseClub. Mas para que possas também treinar para as tuas competições podes transformar a cavalaria num picadeiro! Esta novidade incrível 2 em 1, já está disponível nas melhores lojas.

Hoje é o dia dos avós! Passa tempo de qualidade com os mais velhos e rende-te aos StoryCubes. Uma ótima forma de partilhar sabedoria, desenvolver a imaginação e aproveitar o tempo com os que mais gostamos. Bom dia Avós!




A	B	C	D	E	F	G	H
11	12	13	14	15	16		
18	19	20	21	22	23		
25	26	27	28	29	30	31	






Para que todos os teus animais se possam refrescar este verão, a Schleich tem mais uma grande novidade, "Uma aventura no ponto de água"! Esta e muitas outras novidades disponíveis nas melhores lojas!

Aproveita o teu verão com a RollyToys e brinca de verdade.

Em tempo de brincadeiras na areia, A Bruder tem as melhores máquinas para que as tuas escavações sejam um sucesso! Disponíveis nas melhores lojas.

NOTAS:

A	B	C	D	E	F	G	H
	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
1	2		3 	4 Começa já a produção de leite na tua quinta com o novo conjunto de ordenha da Schleich!		6	7
8	9		10 	11 O rei da selva está de parabéns, hoje é o dia Mundial do Leão!			14
15	16		17 	18 comer 3 kg de comida? Alimenta-as com a alimentação para animais da quinta, uma das novidades deste mês da Schleich.		m de	21

B	C	D	E	F	G	H
22	23					
29	30	24 	24 	<p>Os brinquedos WOW são brinquedos que despertam a curiosidade dos mais pequenos, dirigidos a crianças com idades compreendidas entre 1-5 anos, não necessitam de pilhas e divertem os mais novos.</p>		28
		31 	<p>A Janod é uma empresa francesa especializada em brinquedos e jogos de madeira tradicionais. Oferece uma variadíssima gama de brinquedos e jogos educativos. Vai conhece-los às melhores lojas do país!</p>			
		NOTAS:				

A	B	C	D	E	F	G	H
	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
1	2		3 	4 	5 		7
8	9		10 	11 	12 		
15	16		17 	18 	19 		
22	23		24 	25 https://www.youtube.com/watch?v=4vzss0Q48RA	26 		28

Disfrute o verão junto dos seus filhos com os produtos BabyFehn.

Para além das brincadeiras é importante desenvolver e despertar a imaginação dos mais novos, e nada melhor do que os brinquedos 4M para o ajudar na educação dos seus filhos. Disponíveis nas melhores lojas.








A SIKU é uma conceituada marca de miniaturas metálicas que fazem as delícias dos adultos e crianças de todo o mundo e este ano tem muitas novidades para ti. Encontra estes artigos nas melhores lojas do país e rende-te ao detalhe e qualidade destes produtos.

The Secret Life of Pets estreia hoje!
Vem conhece-los nas melhores lojas e escolhe o teu preferido.

... | **Fev** | **Mar** | **Abr** | **Mai** | **Jun** | **Jul** | **Ago** | **Set** | **Out** | **Nov** | **Dez** | **+**

A	B	C	D	E	F	G	H
	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
				<p>1</p> 	<p>2</p> <p>A SIKU lança este mês o modelo BMW i8 e o Lamborghini Veneno, adquire já estes dois produtos e aumenta a tua coleção.</p>		
5	6		7	<p>8</p> 	<p>9</p> <p>Com o outono aí à porta os animais vão precisar de abrigo, a Schleich lança este mês uma quinta onde podes abrigar os teus animais e ainda inclui acessórios. Disponível nas melhores lojas.</p>		
12	13		14	<p>15</p> 	<p>16</p> <p>Com o regresso às aulas o tempo disponível para as brincadeiras em casa torna-se mais curto. Maximize os momentos em família com os puzzles da Ravensburger estimulando o crescimento das crianças aliado à diversão.</p>		
19	20		21	<p>22</p> 	<p>23</p> <p>Com a chegada do outono chega também o frio, procura já nas melhores lojas roupinhas mais quentes para as tuas bonecas Corolle.</p>		25

▶ ... Fev Mar Abr Mai Jun Jul Ago Set Out Nov Dez +

D	E	F	G	H	I	J
7	8 	9 		10 <p>Mais novidades da SIKUI! Uma pista para os teus carros, uma retroescavadora, tratores entre outras novidades fantásticas!</p>		
14	15 	16 		17 <p>Sabes o que é um eclipse penumbral da lua? Os eclipses penumbrais ocorrem quando a Lua entra na região de penumbra, o que na prática resulta numa variação do brilho da Lua. Hoje ocorre um desses eclipses. E se a astronomia é uma área que desperta o teu interesse, a 4M tem as melhores maquetes para estudares bem de perto tudo o que se passa no universo.</p>		
21	22 	23	24	25 		
28	29 	30 <p>O mundo mágico dos elfos da Schleich está agora mais completo, o balão-flor mágico é novidade este mês!</p>				

Hoje é o dia Mundial do Sonho, e não há melhor do que as crianças para sonharem e nos fazerem sonhar. Aproveite este domingo na companhia dos mais pequenos e sonhe com eles!

A	B	C	D	E	F	G	H
<h1>OUTUBRO 2016</h1>							
SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO	
3	4	5	6	1	2	9	
10	11	12	13			16	

Sabias que um dos grandes perigos para os dinossauros eram as erupções de vulcões que ocorriam a qualquer altura?
 E para acrescentar mais diversão e perigo ao teu mundo dos dinossauros a Schleich lança este mês o vulcão gigante com um dinossauro T-Rex!



Schleich

► ... | **Fev** | **Mar** | **Abr** | **Mai** | **Jun** | **Jul** | **Ago** | **Set** | **Out** | **Nov** | **Dez** | ◀



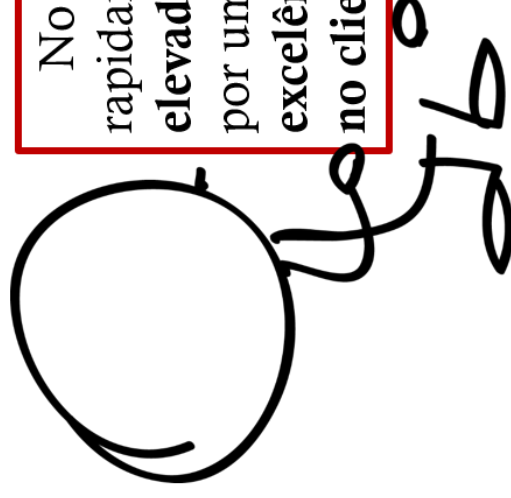
Anexo 2

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA



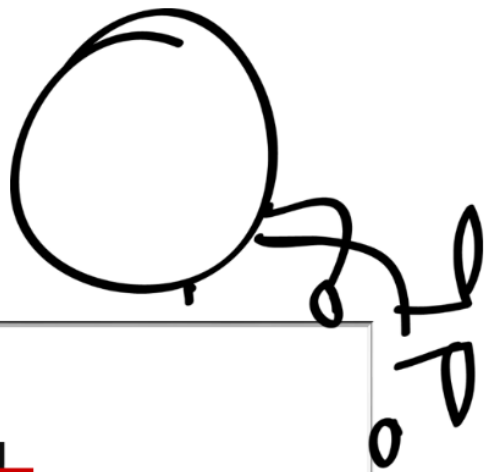
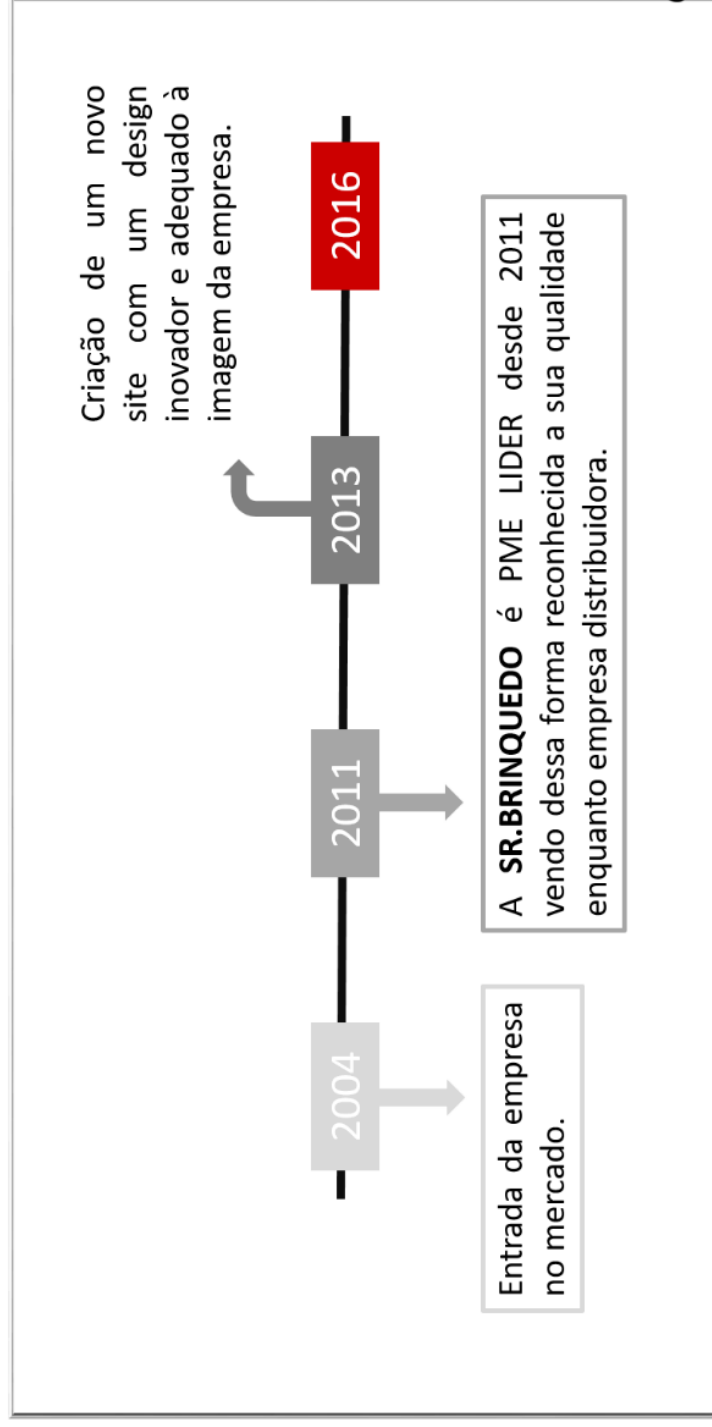
A empresa Sr. Brinquedo...

SR. BRINQUEDO é uma empresa especializada na distribuição de brinquedos em toda a Península Ibérica. Com sede e armazéns na Cidade da Guarda tem também escritórios em Lisboa e Barcelona.

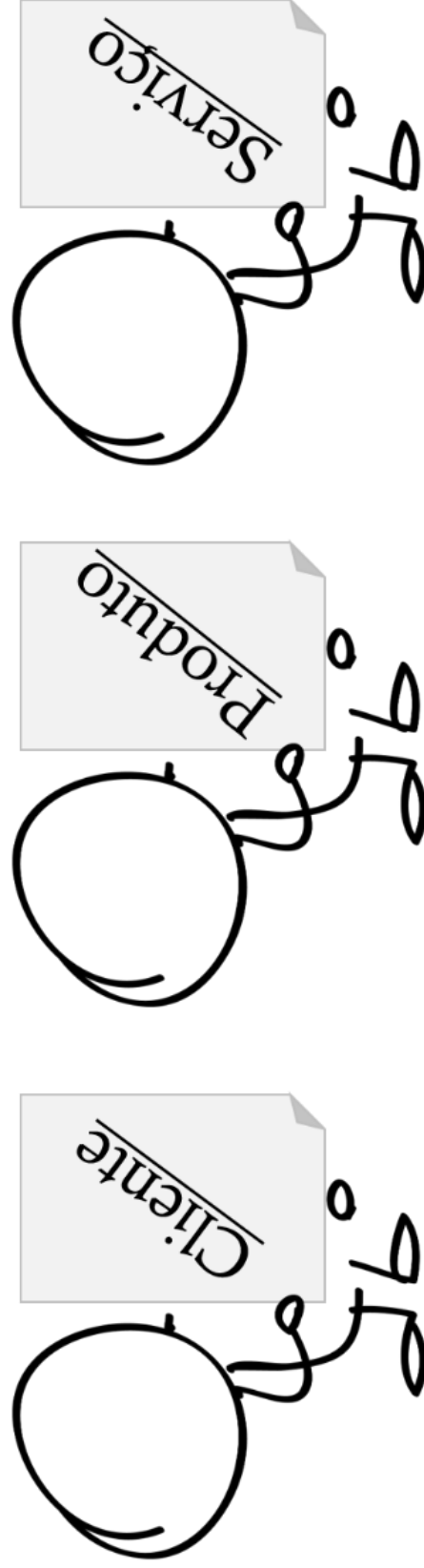


No mercado desde 2004 rapidamente se distinguiu pela **elevada qualidade de serviço**, por uma **seleção de marcas de excelência** e pelo **enfoque total no cliente**.

A nossa história...



Os nossos pilares...



O que nos caracteriza....



Satisfação do

Cliente através do profissionalismo que rege a nossa empresa e dos melhores serviços;

Equipa especializada

cujas principais missões passam por garantir as melhores marcas maximizando os pontos de venda dos nossos clientes.

Qualidade

garantida através de uma rigorosa seleção dos produtos.

As nossas instalações e onde nos encontrar...

Todas as instalações da **SR. BRINQUEDO** dispõem de condições adequadas e modernas. A sede e os armazéns situam-se na plataforma logística da Guarda com todos os acessos necessários para a otimização da distribuição de mercadorias, tendo por isso uma resposta ainda mais eficaz.



Estamos também presentes em diversas feiras nacionais como a feira de Lisboa e do Porto, e anualmente as nossas marcas estão presentes nas importantes **feiras internacionais de Nuremberga e Hong Kong.**

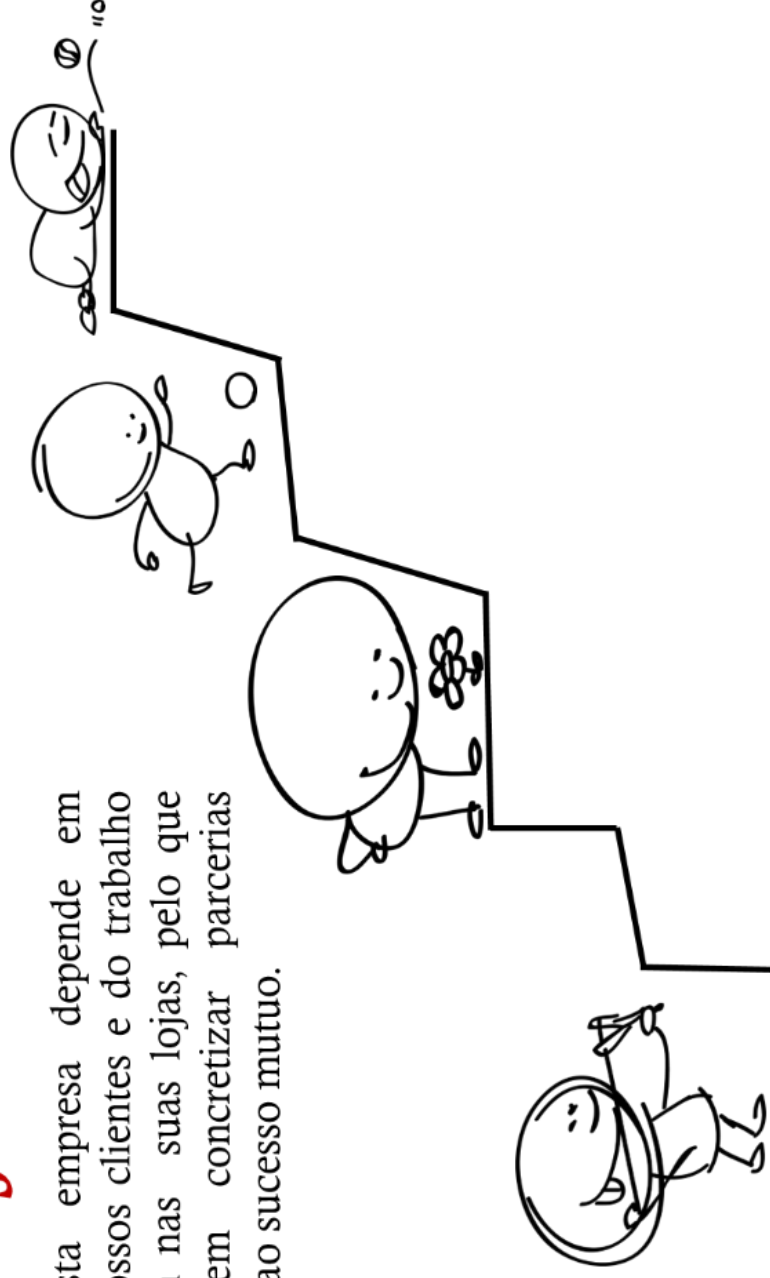
As nossas marcas...

Criámos um portefólio de marcas único e exclusivo, atualizando-o sempre que necessário, para que seja possível responder às necessidades dos nossos clientes. Temos disponíveis as melhores marcas das quais muitas já foram merecedoras de variadíssimos prémios nos últimos anos.



O nosso objetivo...

O crescimento desta empresa depende em grande medida dos nossos clientes e do trabalho que estes desenvolvem nas suas lojas, pelo que estamos apostados em concretizar parcerias sólidas que conduzam ao sucesso mútuo.





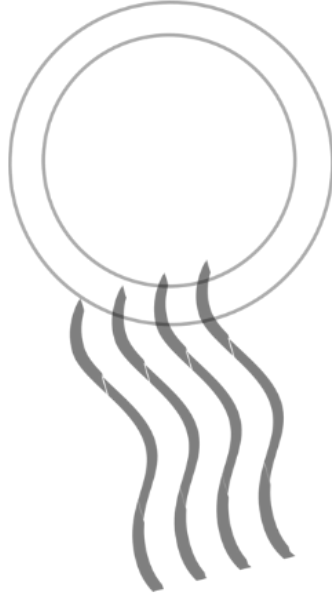
Plataforma Logística da
Guarda
Lote 77
6300-885 Guarda
PORTUGAL



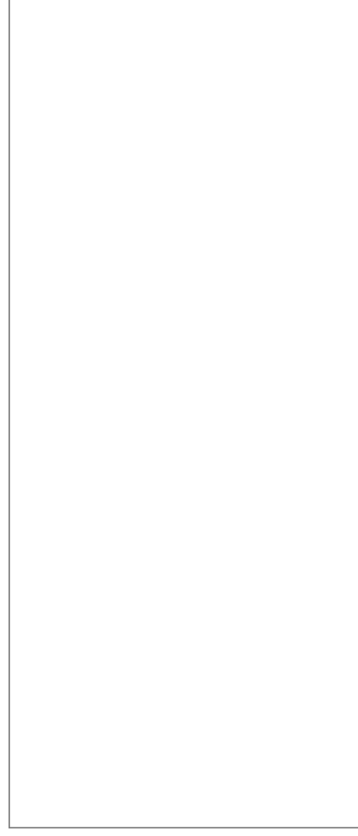
Telf: 271 215240
Fax: 271 213006



www.srbrinquedo.pt



Na hora de proporcionar
as melhores brincadeira,
estamos certos que somos
o parceiro ideal!





Anexo 3

GUIA DE UTILIZAÇÃO DO SITE GESTBRINK

Guia de utilização

1º Passo - Insira no seu browser loja.gestbrink.com

2º Passo – Insira, nos respetivos campos, o nome de utilizador e password que lhe foram atribuídos; (Fig.1)

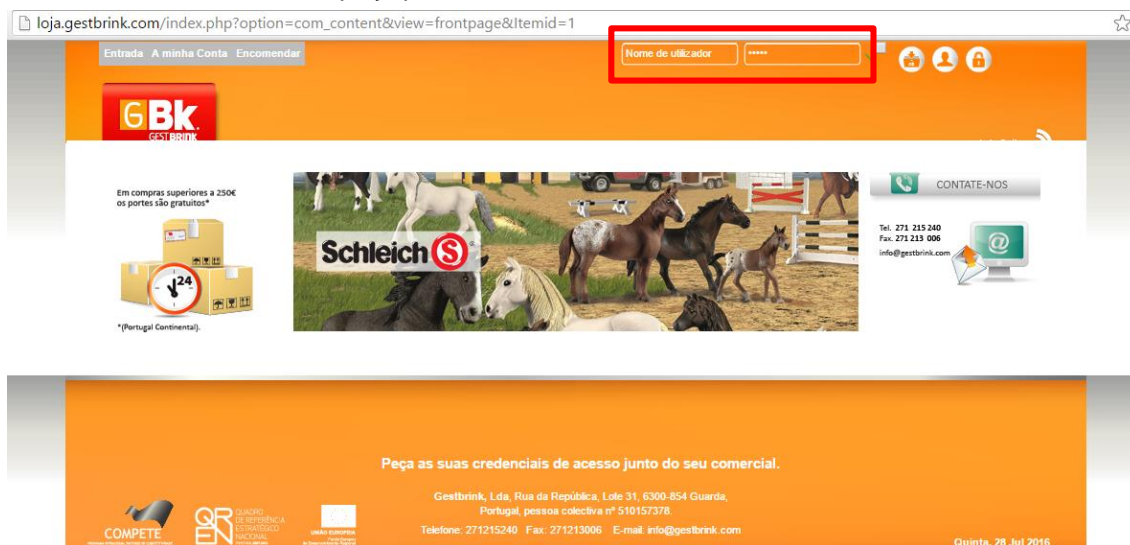


Figura 1

3º Passo – Irá encontrar a lista das marcas numa coluna do lado esquerdo, assim que fizer o login (Fig.2);

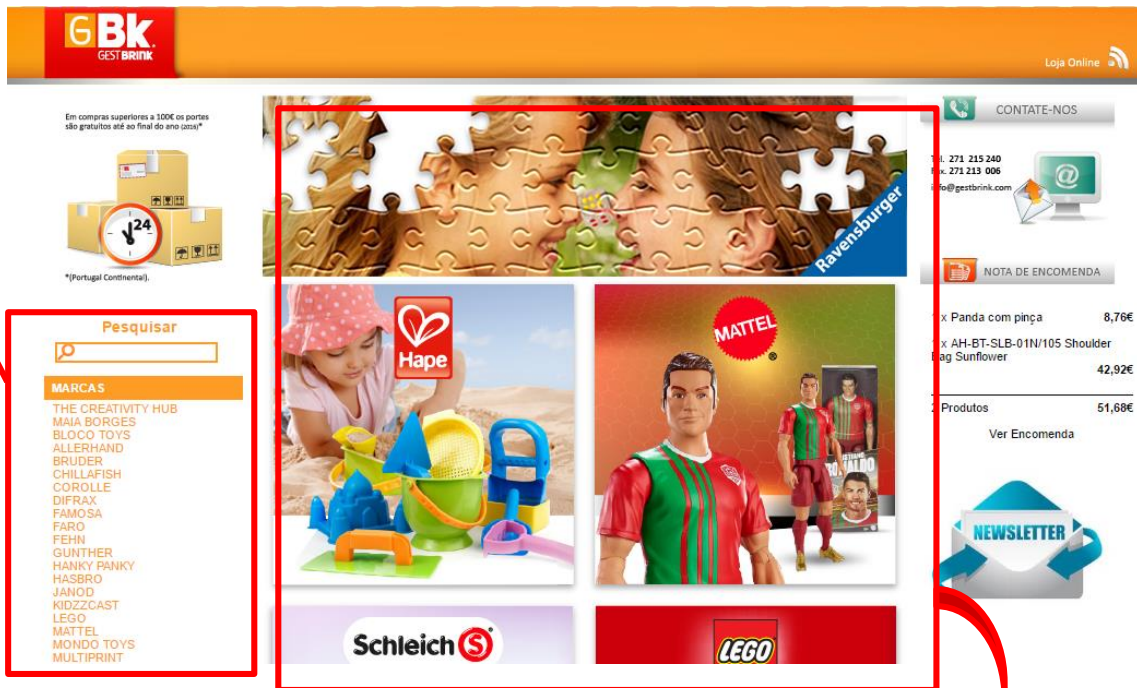


Figura 2

4º Passo – Os banners que se encontram no centro da página dão também acesso às marcas. (Fig.2)



Figura 3

- Poderá também pesquisar na barra assinalada por referencia ou nome do produto.

Em compras superiores a 100€ os portes são gratuitos até ao final do ano pass*

Início > Loja > MARCAS > SCHLEICH

Ordenar Por: Ref Visualizar # 200

Resultados 1 - 200 de 652

Reset Encomendar

Imagem	Nome	Ref	Preço	Stock	Quantidade / Acções	Subtotal
	Display bayala herioes	10.09266	0,00€	2	Quantidade: 0 Encomendar	0
	Cavaleira com casaco	10.13456	2,37€	1	Quantidade: 0 Encomendar	0
	Mustang preto empinado	10.13624	3,59€	1	Quantidade: 0 Encomendar	0
	Touro malhado	10.13632	3,59€	1	Quantidade: 1 Encomendar	0

MARCAS

- THE CREATIVITY HUB
- MAIA BORGES
- BLOCO TOYS
- ALLERHAND
- BRUDER
- CHILLAFISH
- COROLLE
- DIFRAX
- FAMOSA
- FARO
- FEHN
- GUNTHER
- HANKY PANKY
- HASBRO

Figura 4

5º Passo - Ao clicar na marca pretendida abrirá uma página onde pode observar a imagem, o custo, o stock e a referência dos produtos da mesma.

- Terá também uma coluna de quantidade onde pode adicionar a quantidade pretendida e clicar "Encomendar" para que estes sejam adicionados à nota de encomenda. (Fig.3)

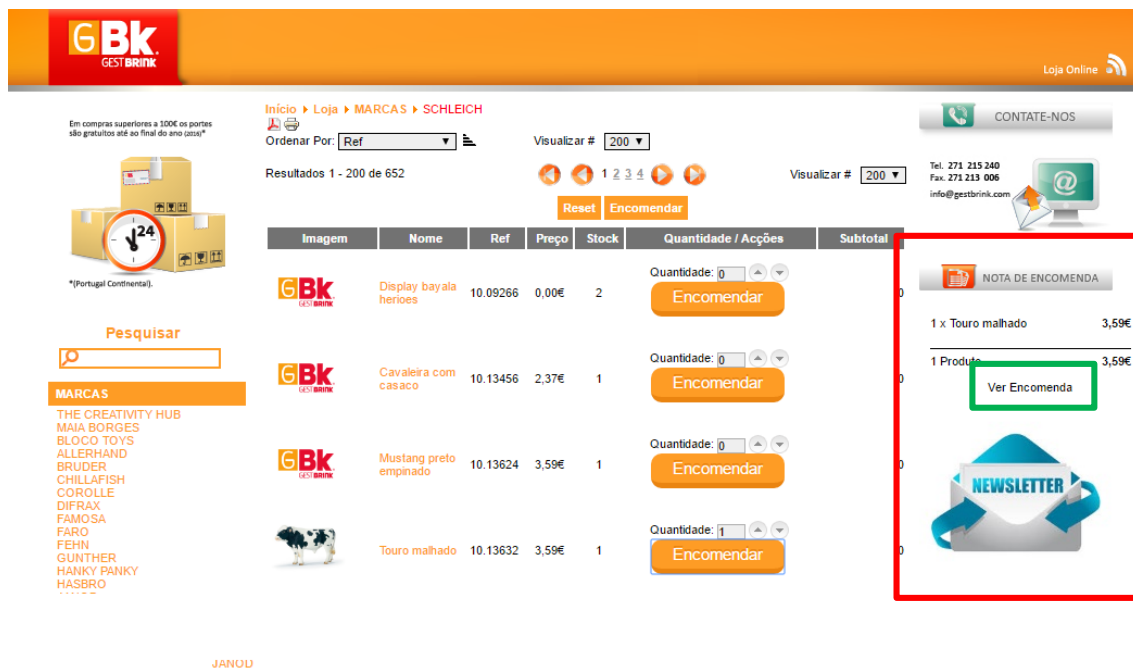


Figura 5

6º Passo – À medida que adiciona produtos estes serão postos na coluna de nota de encomenda (lado direito da página), onde pode observar os produtos escolhidos e o total da sua encomenda. (Fig.5)

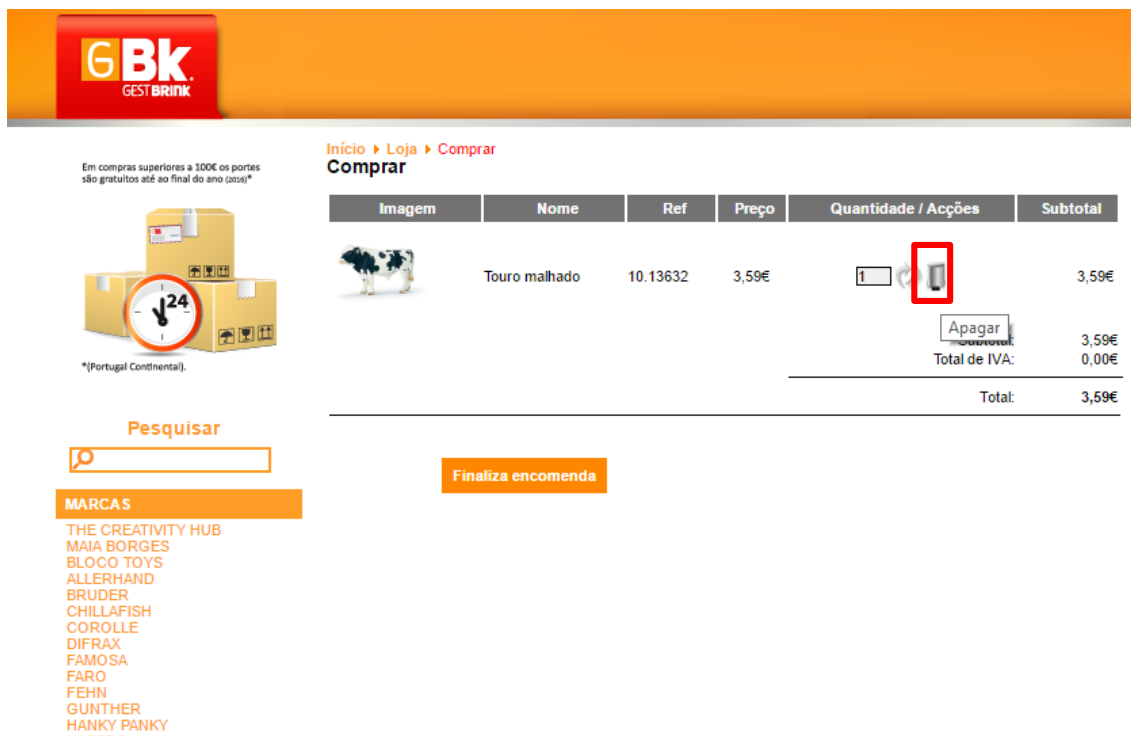


Figura 6

- Nessa mesma coluna terá um botão “Ver encomenda” onde é possível verificar toda a sua encomenda (assinalado a verde ●) (Fig.5)

- Para eliminar um produto que tenha acrescentado clique no ícone assinalado na figura 6.

7º Passo - Para finalizar a encomenda basta clicar em “Finalizar encomenda” (Fig.6) e confirmar a morada, caso queira que a encomenda seja entregue numa morada diferente da que está presente na nossa base de dados basta clicar em inserir morada. (Fig.7)

GBk
GEST BRINK

Loja Online

Em compras superiores a 300€ os portes são gratuitos até ao final do ano civil!

Início ▶ Loja
Finaliza encomenda

Morada para envio

Completar a Encomenda

Imagem	Nome	Ref	Preço	Quantidade / Acções	Subtotal
	Touro malhado	10.13632	3,59€	1	3,59€

Subtotal: 3,59€
Total de IVA: 0,00€
Total: 3,59€

Por favor escolha uma morada de entrega!

Informação de Envio :

Adicionar uma nova [Morada para envio](#).

Igual ao de facturação

Próximo >>

CONTACTE-NOS
Tel. 271 215 240
Fax. 271 213 006
info@gestbrink.com

NOTA DE ENCOMENDA
1 x Touro malhado 3,59€
1 Produto 3,59€
Ver Encomenda

NEWSLETTER

Figura 7

- Confirme os dados e a morada antes de confirmar a encomenda; (Fig.8)


GBK
GEST BRINK

Loja Online

Em compras superiores a 100€ os portes são gratuitos até ao final do ano (cont.)*

Início > Loja
Finaliza encomenda

Morada para envio → Completar a Encomenda

Imagem	Nome	Ref	Preço	Quantidade	Subtotal
	Touro malhado	10.13632	3,59€	1	3,59€
					Subtotal: 3,59€
					Total de IVA: 0,00€
					Total: 3,59€

CONTACTE-NOS
Tel. 271 215 240
Fax. 271 213 006
info@gestbrink.com

NOTA DE ENCOMENDA

1 x Touro malhado 3,59€
1 Produto 3,59€
Ver Encomenda

NEWSLETTER

Por favor verifique os dados introduzidos e confirme a encomenda!

Morada para envio : XXXXXXXXX

Informação de Cobrança : XXXXXXXXX

Número de Contribuinte : XXXXXXXXX

Por favor deixe uma nota juntamente com a sua encomenda se achar necessário:

Pesquisar

MARCA S

THE CREATIVITY HUB
MAIA BORGES
BLOCO TOYS
ALLERHAND
BRUDER
CHILLAFISH
COROLLE
DIFRAX
FAMOSA
FARO
FEHN
GUNTHER
HANKY PANKY
HASBRO
JANOD
KIDZZCAST
LEGO
MATTEL
MONDO TOYS
MULTIPRINT
FEWEL
NIKKO
ORIGEN
PLANTOYS


Figura 8

GBk
GEST BRINK

Loja Online

Em compras superiores a 100€ os portes são gratuitos até ao final do ano (cont.)*

Início
Obrigado pelo seu pedido.



A sua encomenda foi efectuada com sucesso!

Um email de confirmação foi enviado para: XXXXXXXXXXXXXXXX

Siga este link para visualizar os Detalhes da Encomenda.

CONTACTE-NOS
Tel. 271 215 240
Fax. 271 213 006
info@gestbrink.com

NOTA DE ENCOMENDA

VirtueMart
O seu carrinho de compras encontra-se de momento vazio.

NEWSLETTER

Pesquisar

MARCA S

THE CREATIVITY HUB
MAIA BORGES
BLOCO TOYS
ALLERHAND
BRUDER
CHILLAFISH
COROLLE
DIFRAX
FAMOSA
FARO
FEHN
GUNTHER
HANKY PANKY

Figura 9

Esperamos que este guia tenha sido esclarecedor e facilite a utilização do nosso site.



Anexo 4

PANFLETOS INFORMATIVOS

Está na hora de...

Brincar



As brincadeiras ajudam a descobrir, a explorar, a desenvolver a personalidade e ajudam também a criar laços de amor e cumplicidade entre o bebê e os pais.

SRB
SrBrinquedo

la Vie
GUARDA
DOMINICANA

Corolle

Está na hora de...

Dormir a sesta



A sesta ajuda a desenvolver o crescimento, a relaxar e a recarregar baterias para as brincadeiras, torna-se por isso, muito importante adormecer o nosso bebe e criar rotinas na hora de dormir.



Está na hora de...

Mudar a fralda



Deves ter especial atenção à fralda do bebé, é muito importante que esteja sempre limpa e seca para que o bebé se mantenha saudável e livre de feridas por isso verifica de duas em duas horas se esta se mantém nestas condições caso contrário, está na hora de a mudar e é isso que te vamos ensinar agora!

SRB
St.Brinquedo

laVie
QUALIDADE
UNIFORME CARIÓTIPO

Corolle

Está na hora de...

Passear



O passeio traz imensos benefícios, desde o contacto com outras pessoas e com a natureza à intimidade criada com os pais.
vamos passear?

SRB
Sr.Brinquedo

laVie
GAMES
LUDOPOLIS

Corolle

Está na hora de...
Tomar banho



O banho é muito importante para nos mantermos saudáveis e limpos, por isso ensinamos-te hoje a dar banho ao teu bebé!





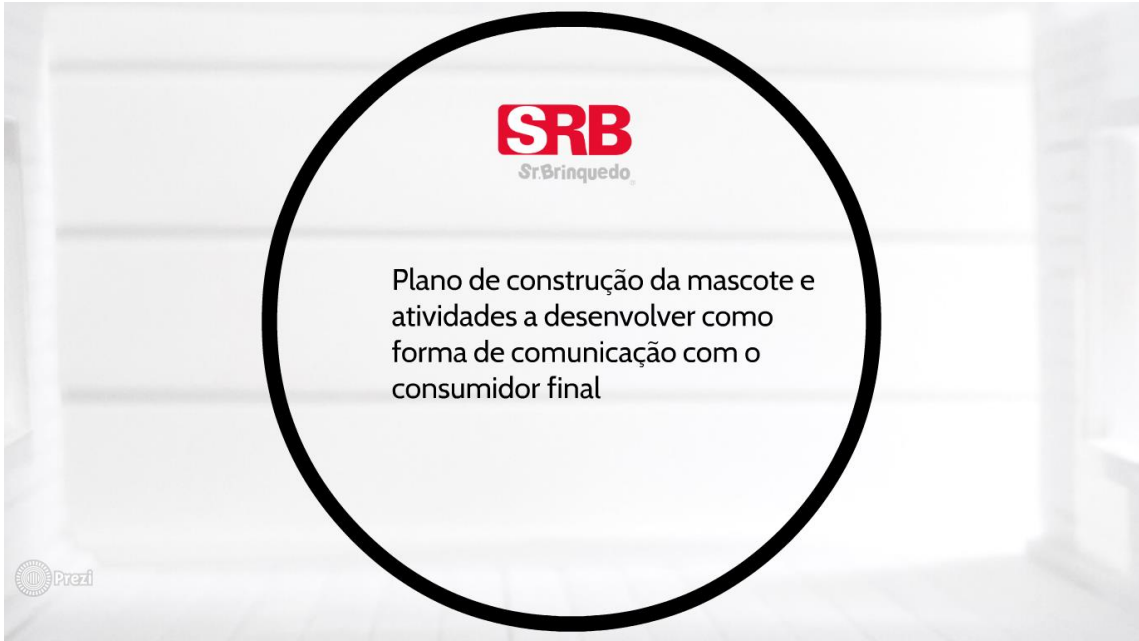
- 1º Passo - Reúne todos os acessórios que vais precisar para dar o banho (banheira, toalha, shampoo, esponja de banho)
- 2º Passo - Prepara o banho, enche a banheira com água e verifica a sua temperatura.
- 3º Passo - Coloca o bebé na banheira e nunca te esqueças de apoiar a cabeça e o pescoço no teu braço;
- 4º Passo - Lava a cabeça e o corpo, tem especial atenção para que o produto não passe para o rosto; sorri e brinca com o teu bebé para que ele se sinta mais confortável;
- 5º Passo - Retira-o da banheira e seca-o com as tochas com movimentos cuidadosos e suaves tem especial atenção em secar bem os ouvidos.
- 6º Passo - Passa o creme e o óleo no corpo e por último veste o teu bebé cuidadosamente.





Anexo 5

APRESENTAÇÃO EM *PREZI*



MASCOTE

- Criação de uma mascote

Dirigida à loja

Dirigida aos clientes da empresa distribuidora Sr. Brinquedo (com a compra do serviço "dia Sr. Brinquedo" toda a divulgação e organização será feita pela empresa Sr. Brinquedo)

Festas de aniversário

Ideias comuns para as duas direções

Atividades destinadas às crianças (pinturas faciais, hora do conto, demonstrações com os brinquedos)

Dia Sr. Brinquedo

Presenças em feiras

Eventos e ações de sensibilização



Dirigida aos clientes da empresa distribuidora Sr. Brinquedo

- Procura e contratação de um designer para realizar a mascote; ou
- Concurso aberto a designers (guiados por um brainstorming da empresa) onde o melhor prototipo será pago num valor compreendido entre 300-600€ (depois de realizado um estudo, os prémios dados neste tipo de concursos variam entre estes dois valores). (disponibilidade do designer vencedor para possíveis alterações que a empresa Sr. Brinquedo ache necessárias);
- "Promoção Pacote Sr. Brinquedo" na compra de X mercadoria ou valor da compra, podem adquirir o pacote Sr. Brinquedo por mais um X onde a sua loja beneficia da divulgação e das atividades inseridas na presença da mascote. (Necessário contactar os clientes para saber se estão receptivos a este tipo de iniciativa)



LOJA

- Ações de sensibilização
 - Recolha de brinquedos na loja Sr. Brinquedo para serem distribuídos pelas instituições de crianças carenciadas da Guarda;
 - Caminhada Sr. Brinquedo realizada na cidade da Guarda onde parte dos lucros revertem para estas mesmas instituições.
 - Dia da Solidariedade, na compra de X produto parte do valor reverterá a favor destas instituições. (produtos em fase de declínio, dando-lhes assim uma "nova vida")
- Campanhas e promoções
 - "Cartão de oferta" ao fim de x vendas oferta de um vale de desconto.



EMPRESA

- Criação de uma roleta/ "jogo da sorte", isto é, durante um determinado tempo estará disponível nas lojas um jogo onde numa compra feita na loja, o cliente tem direito a uma jogada onde tem várias ofertas como, 5% de desconto na próxima compra, oferta de um brinde, um carimbo no cartão de oferta...



Custos do pacote Sr. Brinquedo

Portugal continental

- Custos de transporte (combustível, portagens, desgaste do veículo) - (varia consoante a distância) 50€
- Custos com pessoal - 50€
- Custos de publicidade e divulgação - (aprox.) 50€
- Para que seja possível cobrir os custos e ter margem de lucro o preço estipulado pode variar entre 300-350€ (Realizar estudo para a aceitação de preços)

Todos estes preços são meramente indicativos, para cada evento terá de ser feito um orçamento





Anexo 6

CARTA CAMPANHA DE NATAL

Lista de contactos de empresas e Câmaras Municipais

- Empresas
 - » Coficab - 271 205 090
 - » Dura - 271 920 200
 - » Matos e Prata - 271 208 610
 - » Gelgurte - 271 200 900
 - » Têxtil Manuel Rodrigues Tavares - 271 200 500
 - » Sodecia - 271 220 830/ 271 222 470
 - » Olano - 271 200 590
 - » Águas do Zêzere e Côa - 271 225 317
 - » Unidade local de saúde da Guarda - 271 200 200
 - » Transportes Bernardo Marques - 271 920 100
 - » Lusolã - 238 085 180
 - » Desinfestex - 271 963 822
 - » António Saraiva e Filhos Lda - 271 963 740
 - » Floponor - 271 813 324
 - » Chronopost - 271 237 268
- Câmaras municipais
 - » Guarda - 271 220 200
 - » Figueira de Castelo Rodrigo - 271 319 000
 - » Pinhel - 271 410 000
 - » Almeida - 271 570 020
 - » Celorico da Beira - 271 747 400
 - » Trancoso - 271 829 120
 - » Fornos de Algodres - 271 700 060
 - » Sabugal - 271 751 040
 - » Vila Nova de Foz Côa - 279 760 400
 - » Mêda - 279 880 040
 - » Aguiar da Beira - 232 689 100
 - » Seia - 238 310 230
 - » Gouveia - 238 490 210
 - » Manteigas - 275 980 000

Sr. Brinquedo, Lda
Plataforma Logística da Guarda,
lote 77, 6300-885 Guarda

Coficab-Companhia de Fios e Cabos Lda
Estrada Nacional 18-1 Lote 46
6300-230 VALE DE ESTRELA

Exmo(a) Senhor(a),



Sr. Brinquedo, Lda
Plataforma Logística da Guarda,
lote 77, 6300-885 Guarda

Coficab-Companhia de Fios e Cabos Lda
Estrada Nacional 18-1 Lote 46
6300-230 VALE DE ESTRELA

Exmo(a) Senhor(a),



Sr. Brinquedo, Lda
Plataforma Logística da Guarda,
lote 77, 6300-885 Guarda

Coficab-Companhia de Fios e Cabos Lda
Estrada Nacional 18-1 Lote 46
6300-230 VALE DE ESTRELA

Exmo(a) Senhor(a),



Os seus colaboradores
trabalham arduamente
todos os dias ao seu lado...



E com muito do seu esforço...

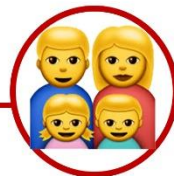
Levaram a sua empresa
a mais um ano de sucesso.



Venha conhecer as nossas ofertas
de Natal e tenha uma surpresa
para os mais pequenos.



Mime os filhos dos seus colaboradores
pela sua paciência e esforço com
uma lembrança, neste Natal.



Mas também não nos podemos esquecer o esforço
que é feito em casa de cada um deles, quando não estão
lá para brincar, para ajudar a fazer os trabalhos de casa,
para ler uma história antes de dormir, ou para um
simples passeio.



1. Os seus colaboradores trabalham arduamente todos os dias ao seu lado...



2. E com muito do seu esforço...



3. Levaram a sua empresa a mais um ano de sucesso.



4. Mas também não nos podemos esquecer o esforço que é feito em casa de cada um deles, quando não estão lá para brincar, para ajudar a fazer os trabalhos de casa, para ler uma história antes de dormir, ou para um simples passeio.



5. Mime os filhos dos seus colaboradores pela sua paciência e esforço com uma lembradinha, neste Natal.



Venha conhecer as nossas ofertas de Natal e tenha uma surpresa para os mais pequenos no jantar de Natal.



Anexo 7

QUESTIONÁRIO DO ESTUDO DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Questionário de Satisfação do Cliente

Identificação da empresa

Nome:

Data:/...../.....

Morada:

Nos pontos que se seguem indique com um X a resposta que considera mais adequada ao nosso desempenho:

MI- Muito Insatisfeito; I- Insatisfeito; S- Satisfeito; MS- Muito Satisfeito

	MI	I	S	MS
--	----	---	---	----

1. Atendimento/Comunicação

Como classifica o nosso atendimento em termos de:

	MI	I	S	MS
Simpatia e cortesia				
Compreensão das suas necessidades				
Rapidez na resposta				
Atendimento telefónico				

Atendimento via e-mail				
O grau de satisfação neste campo é				

2. Prestação do serviço

Como classifica os nossos profissionais em termos de:

	MI	I	S	MS
Simpatia, cortesia, consideração, respeito				
Prontidão na resposta às solicitações efetuadas				
Rapidez na resolução de possíveis reclamações				
Entrega das encomendas no prazo previsto				
Encomendas recebidas com a mercadoria correta				

O grau de satisfação neste campo é				
Periodicidade das visitas do comercial				

3. Produtos

Como classifica os nossos produtos em termos de:

	MI	I	S	MS
Especificações do produto e qualidade				
Preço/Qualidade				
Confiança, garantia				
O grau de satisfação neste campo é				

4. Avaliação global dos nossos serviços:

	MI	I	S	MS

5. Grau de satisfação face aos produtos e serviços prestados:

	MI	I	S	MS


6. Convictos que podemos continuar a melhorar os nossos serviços e a oferta de produtos, com o intuito de servi-lo da melhor forma gostaríamos que colaborasse connosco, apresentando sugestões de melhoria, caso considere necessário.



Anexo 8

TRADUÇÃO

Social Media Content Calendar July 2016

Date	Day	Topic Occasion	TextEnglish UK	TextEnglish US	TextFrench	Text Spanish	TextDanish	Texto em português	Media Pic Graphic
25/07/2016	MO	GLOBAL Friendship Bracelet	Be best friends forever with your favorite horse. Create a special friendship bracelet for you and your horses. Looking for inspiration, check out these easy-to-make friendship bracelets. And don't forget to share your creation with us! http://happyhourprojects.com/button-bracelets/	Be best friends forever with your favorite horse. Create a special friendship bracelet for you and your horses. Looking for inspiration, check out these easy-to-make friendship bracelets. And don't forget to share your creation with us! http://happyhourprojects.com/button-bracelets/	Ton cheval est ton meilleur ami pour toujours! Fabrique un superbe bracelet de l'amitié: nous te proposons de jolies idées faciles à reproduire! Nous serions ravis de voir ta création quand elle sera terminée.:) http://happyhourprojects.com/button-bracelets/	¡Tú y tu caballo siempre seréis los mejores amigos! Hacedos una pulsera de la amistad muy especial. ¡Tenemos fantásticos ejemplos que puedes imitar muy fácilmente! Esperamos que luego nos muestres tu magnífica creación.:) http://happyhourprojects.com/button-bracelets/	Du og din hest er bedste venner for evigt! Lad et helt specielt venskabsarmbånd - vi har fantastiske eksempler, som du let selv kan lave! Det ville gælde os, hvis du bagefter ville vise os din flotte kreation.:) http://happyhourprojects.com/button-bracelets/	Tu e o teu cavalo vão ser sempre os melhores amigos, celebra essa amizade com uma pulseira muito especial! Temos exemplos fantásticos que podes fazer tu próprio em casa. Ficamos à espera que nos mostres as tuas criações!	LINK Post: http://happyhourprojects.com/button-bracelets/
27/07/2016	MI	GLOBAL RAFFLE	There is always something going on at the Riding Centre! Write to us in the comments section by 31 July which horse story you would most like to play and you could win the brand-new Riding Centre!	There is always something going on at the Riding Centre! Write to us in the comments section by 31 July which horse story you would most like to play and you could win the brand-new Riding Centre!	Il se passe toujours quelque chose au centre équestre! Laissez-nous un commentaire jusqu'au 31/07 pour nous décrire l'histoire de chevaux que tu aimerais rejouer avec tes figurines et gagne notre tout nouveau centre équestre!	¡En el establo siempre está pasando algo! ¡Escribenos un comentario hasta el 31/07, dinos qué historia de caballos te gustaría recrear de inmediato y podrás ganar nuestro flamante establo!	På ridegården er der altid travlt! Skriv til os indtil 31/07 i kommentarene, hvilken hestehistorie du helst ville spille efter og vind den splinternye ridegård!	Está sempre a acontecer alguma coisa no estábulo! Conta-nos uma história sobre cavalos que gostaria de recriar e habilita-te a ganhar o nosso estábulo!	
30/07/2016	SA	GLOBAL Horse Craft	It's always an exciting adventure with our horses! Whether going on a long walk, galloping on the beach or hanging around the barn - we always have so much fun. Find out how to create your very own farm setting to bring your imagination to life with your best friends! Step 1: Gather Your Materials - Colored Paper - Glue - Tape - Scissors - Paint - Paint brushes - Accessories - Horses - Shoebox Step 2: Cover your Shoebox Step 3: Paint the Sky and Grass Step 4: Paint Additional Scenery Step 5: Add the Accessories Step 6: Let your imagination run wild	It's always an exciting adventure with our horses! Whether going on a long walk, galloping on the beach or hanging around the stable - we always have so much fun. Find out how to create your very own farm setting to bring your imagination to life with your best friends! Step 1: Gather Your Materials - Colored Paper - Glue - Tape - Scissors - Paint - Paint brushes - Accessories - Horses - Shoebox Step 2: Cover your Shoebox Step 3: Paint the Sky and Grass Step 4: Paint Additional Scenery Step 5: Add the Accessories Step 6: Let your imagination run wild	Peu importe où tu pars en balade, tous les chemins mènent à l'aventure avec nos chevaux! Laisse libre cours à ton imagination et crée avec tes amis le paysage de vos rêves! 1 ^{re} étape: Il te faut: - du papier coloré - de la colle - du ruban adhésif - des ciseaux - de la peinture colorée - un pinceau - des accessoires - des chevaux - une boîte à chaussures 2 ^e étape: Colle le papier coloré sur la boîte à chaussures. 3 ^e étape: Peins le ciel et l'herbe. 4 ^e étape: Peins d'autres détails du paysage. 5 ^e étape: Complète avec des accessoires. 6 ^e étape: Laisse libre cours à ton imagination!	No importa adónde vayas, ¡con nuestros caballos todo trayecto se convertirá en una aventura con diversión garantizada! ¡Da rienda suelta a tu imaginación y crea con tus amigos vuestro propio paisaje! Paso 1: Qué necesitas: - Papel de color - Pegamento - Cinta adhesiva - Tijeras - Pintura - Pincel - Accesorios - Caballos - Caja de zapatos Paso 2: Forra la caja de zapatos Paso 3: Pinta el cielo y la hierba Paso 4: Pinta otros escenarios Paso 5: Añade los accesorios Paso 6: ¡Da rienda suelta a tu imaginación!	Lanset hvorhen rejsen går - med vores heste bliver enhver vej garanteret til et sjovt eventyr! Lad din fantasi frit løb og skab dit eget landskab sammen med dine venner! Skridt 1: Du skal bruge: - forskelligt farvet papir - lim - tape - saks - maling - pensel - tilbehør - heste - skoæske Skridt 2: Beklæd skoæskens med papir Skridt 3: Mal himlen og græsset Skridt 4: Mal yderligere scenier Skridt 5: Suppler med tilbehør Skridt 6: Lad din fantasi frit løb!	Não importa onde vás, com os nossos cavalos todos os caminhos são uma aventura com diversão garantida. Solta a tua imaginação e cria a tua própria paisagem. Passo 1: - Papel de cor; - Cola; - Fita cola; - Tesoura; - Tintas; - Pincéis; - Acessórios; - Cavalos; - Caixa de sapatos; Passo 2: Forra a caixa de sapatos com o papel de cor; Passo 3: Pinta, com a ajuda das tintas e dos pincéis, o céu e o campo; Passo 4: Pinta um cenário a teu gosto; Passo 5: Adiciona os acessórios; Passo 6: Dá azo à tua imaginação!	Please find DIY Video on FTP Server "videos"
		LOCAL DE POST ON Summer holidays	X	X	Les vacances d'été arrivent peu à peu dans les différentes régions. Grâce à nos super instructions pour tresser les crinières des chevaux, reste créatif pendant les grandes vacances: [URL]	Poco a poco están comenzando las vacaciones de verano en todas las regiones. Con nuestras fantásticas instrucciones para hacer trenzas a las crines de los caballos podrás pasar estos meses dando rienda suelta a vuestra creatividad: [URL]	Lidt efter lidt begynder sommerferierne i de enkelte delstater. Med vores flotte flettevejledninger til hestemanker kan I bruge tiden kreativt: [URL]	As férias de verão estão aí e com as instruções fantásticas para fazer tranças nas crinas dos cavalos podes passar estes meses a dar largas à imaginação	