



IPG **Politécnico**
| da | Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Rita Maria de Figueiredo Queirós

dezembro | 2019





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Rita Maria de Figueiredo Queirós

**RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA EM
COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA)**

Dezembro de 2019 !

Ficha de Identificação)



Nome | Rita Maria de Figueiredo Queirós

Nº de Aluno | 5008985

Instituição | Instituto Politécnico da Guarda

Unidade Orgânica | Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Curso | Comunicação Multimédia

Orientador | Carlos Brigas

Entidade | Facestore

Morada | Avenida de Sagres, N°336, 4405-700. Francelos, Vila Nova de Gaia

Contacto | 96 843 0010

Email | info@facestore.pt

Website | <https://facestore.pt/>

Supervisora na Organização | Bruna Nunes

Grau Académico | Licenciada

Email | bruna-nunes24@hotmail.com

Início de Estágio | 01 de Agosto de 2019

Fim de Estágio | 31 de Outubro de 2019

Those who dare to fail miserably, can achieve greatly.

-John F. Kennedy

Agradecimentos

Agradeço,

Ao Instituto Politécnico da Guarda e à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda, pela contribuição para o meu sucesso académico e enriquecimento pessoal.

Aos meus professores, pela transmissão de conhecimentos e um especial obrigada, ao Professor Carlos Brigas pelo ótimo trabalho desempenhado enquanto diretor de curso, bem como, pela paciência e disponibilidade para me orientar no decurso do meu estágio curricular.

À equipa da Facestore pelos conhecimentos que me transmitiram e pelo acolhimento que me proporcionaram ao longo destes três meses. Em especial, à Bruna Nunes por me aceitar como estagiária na sua empresa, por acreditar nas minhas capacidades e por me fazer sair da zona de conforto.

Aos meus colegas e amigos de licenciatura, em especial ao Miguel Rico, Nuno Santos, Tiago Ladeiro e Vitor Branco. Um obrigada por me acompanharem durante estes anos, por estarem presentes nos dias bons e menos bons, por poder contar sempre com vocês e principalmente, pelas palavras amigas e momentos fantásticos que me proporcionaram.

À minha família, em especial aos meus pais, um muito obrigada por todo o carinho, paciência e apoio que me foram transmitindo durante toda a vida e em particular, ao longo destes três anos, bem como, todos os sacrifícios que fizeram de forma a eu ter esta oportunidade única. Tenho a certeza de que sem eles, não o conseguiria... A conclusão desta licenciatura não é só um orgulho para mim, mas também, para eles.

Um especial obrigada ao meu namorado, Diogo Pinheiro, que esteve sempre ao meu lado em todos os momentos de sucesso e tristeza, transmitindo-me todo o apoio, paciência e amor. Incentivando-me a dar o meu melhor e a aproveitar o melhor destes anos, fazendo-o sempre de cabeça erguida.

Por fim, agradeço a todos aqueles que fizeram parte do meu percurso académico e me influenciaram de forma positiva.

Obrigada!

Resumo

O presente relatório de estágio, tem como objetivo descrever todo o percurso realizado enquanto estagiária na empresa Facestore, onde me foi possível exercer variadas funções, tais como: gestão de redes sociais, criação de conteúdo bem como, apoio ao marketing digital.

Este estágio corresponde à unidade curricular “Estágio” do curso de Comunicação Multimédia, realizado na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto.

Neste relatório, é realizada uma contextualização da empresa, incluindo tópicos sobre a sua história, cultura, metodologia, entre outros e de seguida, são descritas as diversas atividades desenvolvidas ao longo dos três meses de estágio curricular.

De forma a concluir o relatório bem como a experiência, é realizada uma reflexão final acerca dos conhecimentos adquiridos e respetiva evolução na área.

Palavras-chave: *Facestore, marketing digital, redes sociais. !*

Abstract

The purpose of this internship report is to describe the entire path taken as an intern at Facestore, where I was able to perform various functions such as: Social network management, content creation as well as support for digital marketing.

This internship corresponds to the course unit - Internship of the Multimedia Communication course, held at the School of Education, Communication and Sport.

In this report, the company is contextualized, including topics about its history, culture, methodology among others, and then describes the various activities developed over the three months of the internship.

In order to conclude the report as well as the experience, a final reflection is made about the acquired knowledge and its evolution in the area.

Keywords: Facestore, digital marketing, social networks.

Índice Geral

Ficha de Identificação.....	I !
Agradecimentos	III !
Resumo	V !
<i>Abstract</i>	VI !
Índice de Figuras	X !
Lista de Acrónimos e Siglas	XII !
Glossário de Termos Técnicos	XIII !
Introdução.....	14 !
 CAPÍTULO I.....	 15 !
1. Facestore.....	16 !
1.1. Evolução.....	17 !
1.2. Cultura da Facestore.....	17 !
1.3. Missão, Visão e Valores.....	18 !
1.3.1. Missão.....	18 !
1.3.2. Visão.....	18 !
1.3.3. Valores.....	19 !
1.4. Identidade Visual	19 !
1.4.1. Nome	20 !
1.4.2. Logótipo.....	20 !
1.5. Serviços.....	22 !
1.6. Estrutura Organizacional.....	22 !
1.7. Comunicação Organizacional	23 !
1.7.1. Comunicação Organizacional Interna	24 !
1.7.2. Comunicação Organizacional Externa	24 !
1.8. Análise <i>SWOT</i>	24 !

CAPÍTULO II.....	27 !
2. Estágio	28 !
2.1. Plano de Estágio.....	28 !
2.2. Cronograma.....	29 !
2.3. Metodologia de Trabalho	30 !
2.4. <i>Marketing</i> Digital	31 !
2.4.1. Importância das Redes Sociais para as Empresas	31 !
2.5. <i>Software</i> Utilizado.....	33 !
2.5.1. <i>Facestore</i>	33 !
2.5.2. <i>Slack</i>	34 !
2.5.3. <i>Ribbet</i>	35 !
2.5.4. <i>Canva</i>	36 !
2.5.5. <i>Adobe Premiere</i>	36 !
2.6. Ferramentas de <i>Marketing</i> Digital	37 !
2.6.1. EZ4U – SMS <i>Panel</i>	37 !
2.6.2. <i>GetResponse</i>	39 !
2.7. Atividades Desenvolvidas	40 !
2.7.1. <i>EXtupendo.pt</i>	40 !
2.7.1.1. Registo de Encomendas.....	41 !
2.7.1.2. <i>Facestore</i> do <i>EXtupendo.pt</i>	44 !
2.7.2. Gestão de Redes Sociais	48 !
2.7.2.1. <i>Facebook</i>	49 !
2.7.2.2. <i>Instagram</i>	54 !
2.8. Criação de Conteúdos	55 !
2.8.1. Publicações	55 !

2.8.1.1. Publicação das 08h30.....	56
2.8.1.2. Publicação das 11h.....	58
2.8.1.3. Publicação das 12h30.....	59
2.8.1.4. Publicação das 17h30.....	60
2.8.1.5. Publicação das 19h.....	61
2.8.1.6. Publicação das 20h30.....	63
2.8.2. <i>Newsletter</i>	64 !
Reflexão Final.....	67 !
Referências Bibliográficas.....	68 !
ANEXOS !	
APÊNDICES !	

Índice de Figuras)

Figura 1 - Primeiro logótipo da empresa	20 !
Figura 2 - Segundo logótipo da empresa	21 !
Figura 3 - Logótipo da empresa.....	21 !
Figura 4 - Estrutura Organizacional da Empresa.....	23 !
Figura 5 - Análise <i>SWOT</i> da empresa.....	26 !
Figura 6 - Mapa de <i>Gantt</i>	29 !
Figura 7 - Logótipo da <i>Facestore</i>	33 !
Figura 8 - Logótipo do <i>Slack</i>	34 !
Figura 9 - Logótipo do <i>Ribbet</i>	35 !
Figura 10 - Logótipo do <i>Canva</i>	36 !
Figura 11 - Logótipo do <i>Adobe Premiere</i>	37 !
Figura 12 - <i>EZ4U SMS Panel</i>	38 !
Figura 13 - <i>GetResponse</i>	39 !
Figura 14 - <i>EXtupendo.pt</i>	40 !
Figura 15 - Página de <i>excel</i> com registo de encomendas à cobrança	41 !
Figura 16 - Carrinho de Compras <i>EXtupendo</i>	42 !
Figura 17 - Dados necessários para registo de encomenda	42 !
Figura 18 - Escolha de método de pagamento.....	43 !
Figura 19 - Confirmação de registo de encomenda	44 !
Figura 20 - <i>Facestore</i> do <i>EXtupendo.pt</i>	45 !
Figura 21 - Gestão de Produtos do <i>EXtupendo.pt</i>	46 !
Figura 22 - Gestão de Clientes do <i>EXtupendo.pt</i>	47 !
Figura 23 - Gestão de Encomendas do <i>EXtupendo.pt</i>	48 !
Figura 24 - Responder a mensagens privadas dos clientes.....	50 !
Figura 25 - Responder a comentários dos clientes	51 !
Figura 26 - Ler as notificações da página.....	52 !
Figura 27 - Convidar clientes a gostar da página	53 !

Figura 28 - Responder a mensagens privadas dos clientes.....	54 !
Figura 29 - Publicação das 08h30 do <i>EXtupendo.pt</i>	57 !
Figura 30 - Publicação das 08h30 do <i>EXtupendo.es</i>	57 !
Figura 31 - Publicação das 11h do <i>EXtupendo.pt</i>	58 !
Figura 32 - Publicação das 12h30 do <i>EXtupendo.pt</i>	59 !
Figura 33 - Publicação das 17h30 do <i>EXtupendo.pt</i>	60 !
Figura 34 - Publicação das 17h30 do <i>EXtupendo.es</i>	61 !
Figura 35 - Publicação das 19h do <i>EXtupendo.pt</i>	62 !
Figura 36 - Publicação das 19h do <i>EXtupendo.es</i>	62 !
Figura 37 - Publicação das 20h30 do <i>EXtupendo.pt</i>	63 !
Figura 38 - Publicação das 20h30 do <i>EXtupendo.es</i>	64 !
Figura 39 - <i>Newsletter "Mulheres Extupendas"</i>	65 !

Lista de Acrónimos e Siglas)

APPS	Aplicações.
CEO	<i>Chief Executive Officer.</i>
CMO	<i>Chief Marketing Officer.</i>
CTT	Correios, Telégrafos e Telefones.
DVD	<i>Digital Versatile Disc.</i>
ESECD	Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto.
SMS	<i>Short Message Service.</i>
SWOT	<i>Strenhts, Weaknesses, Opportunities and Threats.</i>

Glossário de Termos Técnicos)

<i>Adobe Premiere</i>	Programa de edição de vídeo.
<i>Canva</i>	Programa online para edição de fotografia.
<i>EXtupendo</i>	Loja online com mais de 30.000 produtos.
<i>Facestore</i>	Plataforma de <i>E-commerce</i> .
<i>Pexels</i>	Imagens, vídeos, gráficos vetoriais de ações gratuitos.
<i>Pinterest</i>	Rede social de partilha de fotografia.
<i>Pixabay</i>	Imagens, vídeos, gráficos vetoriais de ações gratuitos.
<i>Ribbet</i>	Programa para edição de fotografia.
<i>Slack</i>	Programa para comunicação entre membros da empresa.

Introdução

No terceiro ano de licenciatura em Comunicação Multimédia na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD) do Instituto Politécnico da Guarda os alunos têm a possibilidade de escolher a realização de um projeto ou estágio curricular, de forma a concluir o curso.

No âmbito da licenciatura, escolhi realizar um estágio curricular devido à oportunidade de colocar em prática, em contexto empresarial, os conhecimentos adquiridos nas diversas unidades curriculares do curso.

De forma a concretizar o estágio de três meses, candidatei-me como estagiária a uma empresa da área do *marketing* e *web design*, a Facestore, situada recentemente em Vila Nova de Gaia. Como definido no plano de estágio (Anexo I), as atividades a desenvolver durante todo o estágio curricular são: gestão de redes sociais, criação de conteúdo e ainda, apoio ao *marketing* digital.

O relatório em questão apresenta-se dividido em dois capítulos. O primeiro capítulo, corresponde a uma caracterização da empresa, na qual abordo a sua história, evolução, cultura, entre outros tópicos. Já o segundo capítulo, é dedicado a uma contextualização do estágio curricular realizado, bem como, descritas as atividades desenvolvidas ao longo dos últimos três meses.

Por último, é apresentada uma reflexão final onde são analisadas as atividades, as dificuldades sentidas e as competências adquiridas na área de *marketing* digital, de forma a compreender as oportunidades alcançadas.

CAPÍTULO I

A ENTIDADE)

Neste primeiro capítulo, é realizada uma caracterização e apresentação da entidade acolhedora do estágio. São descritos diversos tópicos tais como, a sua história, cultura, identidade visual, missão, visão e valores, identidade visual bem como, serviços, estrutura e comunicação organizacional e ainda, análise *SWOT*.

1. *Facestore*

A Facestore foi criada pela empresa VisualWork no ano de 2013. Atualmente, esta já se tornou autónoma, apesar de ainda colaborar em alguns projetos da VisualWork.

A Facestore criou uma plataforma para a criação e gestão de lojas online, tendo integração com redes sociais tais como, o *Facebook* e *Instagram*.

Por outro lado, o grande objetivo da Facestore é que cada empresa presente no *Facebook*, possa vender os seus serviços e produtos através de um processo simples e eficaz. Para a empresa, a aplicação seria também uma forma fácil e prática de lançamento de novos produtos e serviços bem como, de receberem imediatamente o *feedback* dos seus consumidores, materializando-o sob a forma de encomendas e vendas.

O sucesso ou insucesso de um negócio pode assim, através da Facestore, ser avaliado rapidamente, com a vantagem de não existir investimento numa loja *online* de raiz, ou numa loja física.

1.1. Evolução

A Facestore, desde o seu início privilegiou o *Facebook* como plataforma de negócio, mas, rapidamente compreendeu que havia também um mercado potencial noutras redes sociais e adaptou a sua plataforma às mesmas.

A Facestore começou como uma aplicação com o objetivo de criar lojas online através do *Facebook*, porque esta é a rede social com mais utilizadores em todo o mundo, é também a rede social preferida pelas empresas e onde existe um maior investimento. Outras das funcionalidades que a Facestore trouxe para o mercado - para além da possibilidade de venda nas redes sociais, bem como através de *websites* ou domínios próprios - foi a possibilidade de possuir um sistema de *backoffice* integrado, para a gestão de toda a atividade *online* de cada loja ou empresa. Atualmente, a Facestore está preparada para criar uma loja *online* para qualquer área de negócio.

1.2. Cultura da Facestore

Na Facestore, acreditam que é possível transformar os negócios dos seus clientes através da criação de experiências múltiplas, que inspiram e fortalecem relações dinâmicas entre pessoas, negócios, canais de contacto, dispositivos pessoais bem como, comunidades.

Através do talento dos seus profissionais, criam, desenvolvem e implementam os produtos e serviços que oferecem, regendo-se por princípios de meritocracia, avaliação de desempenho e desenvolvimento pessoal.

É esta cultura que, com criatividade e muito trabalho em equipa, lhes permite criar soluções diferenciadas para os seus clientes.

1.3. Missão, Visão e Valores

As empresas, de forma a destacarem-se das concorrentes, devem definir três fatores cruciais, que servirão como base: missão, visão e valores.

De acordo com Zanelli e Silva (2008), a “visão, missão, objetivos, estratégias e tarefas necessárias ao funcionamento da organização de trabalho são definidos e direcionados com base em valores, crenças, experiências e conhecimentos dos dirigentes” (p.27).

1.3.1. Missão

A missão “deve responder o que a organização se propõe a fazer e para quem” bem como, “é a explicação por escrito das intenções e das aspirações da organização” (Machado, 2009, p.27).

A Facestore foi pensada para o mercado global, tendo como missão desde o primeiro dia, a internacionalização dos seus serviços.

1.3.2. Visão

De acordo com Freire (2006), “a visão tem um papel essencialmente motivador procurando servir de inspiração para os membros da organização”. Também de acordo com Daychouw (2007), “a visão de uma organização é o que permite ter uma orientação para o futuro”.

Na Facestore, a visão é a criação de novas lojas *online* para qualquer negócio, podendo assim, estar presente por todo o mundo num futuro próximo.

1.3.3. Valores

Os valores são todos os métodos utilizados pelos indivíduos que constituem a organização, de maneira a cumprir os objetivos traçados e alcançar outros no futuro.

Como Kotler (2010) afirma, “os valores articulam um conjunto de prioridades corporativas e tentativas de gestão para incluí-los nas suas práticas” (p.47).

Desta forma os valores da Facestore são a qualidade, a proximidade, bem como a colaboração.

1.4. Identidade Visual

A identidade visual de uma empresa, representa aquilo a que o público tem acesso em primeira mão. É através desta, que a empresa é reconhecida e identificada. A sua identidade vai também marcar o seu posicionamento no mercado e na mente dos consumidores, pois é preciso que seja relevante para as necessidades e desejos destes (Kotler, 2010).

A identidade visual de um produto, serviço, marca ou organização é exatamente o agregado de todos os elementos formais, sistematizados e normalizados que contribuem para o reconhecimento visual. O conceito de identidade é uma autorrepresentação da organização. É a forma como a organização se vê e como pretende ser vista. Sendo esta originada internamente.

1.4.1. Nome

O nome da empresa surge através da ideia de negócio. A palavra “Facestore” é composta por duas partes: *face* e *store*. *Face* corresponde à plataforma inicialmente utilizada, o *Facebook* enquanto que *store* corresponde ao negócio, isto é, a loja.

Posto isto, podemos dizer que o nome representa o negócio tal como ele é, uma loja inicialmente apenas na plataforma *Facebook*.

1.4.2. Logótipo

Inicialmente, a empresa era representada pelas cores azul e laranja (Figura 1). O azul tende a criar a sensação de confiança e segurança. O laranja cria uma “chamada de ação” apelando para: inscreva-se, compre ou venda (*Small Business Trends*, 2018).



Figura 1 - Primeiro logótipo da empresa
Fonte: Facestore

O segundo logótipo nasce com as cores preto, vermelho e branco (Figura 2). O preto corresponde a algo poderoso, mas suave e é utilizado para produtos do mercado de luxo. O vermelho é utilizado frequentemente durante as liquidações. Já o branco ajuda a estimular a criatividade (*Small Business Trends*, 2018).



Figura 2 - Segundo logótipo da empresa
Fonte: Facestore

O terceiro e atual logótipo, é composto por um gradiente linear e vertical em tom de vermelho para laranja, com apontamentos em branco e letras pretas (Figura 3). Como foi referido anteriormente, o vermelho é utilizado durante liquidações e o laranja cria uma “chamada de ação” apelando para: inscreva-se, compre ou venda. O branco ajuda a estimular a criatividade e o preto é utilizado para produtos do mercado de luxo (*Small Business Trends*, 2018).



Figura 3 - Logótipo da empresa
Fonte: Facestore

1.5. Serviços

A Facestore disponibiliza aos seus clientes uma aplicação com o mesmo nome da empresa, *Facestore*, e é uma inovadora plataforma de *E-commerce*, que permite a qualquer empresa abrir uma loja *online* e vender os seus produtos ou serviços diretamente na *Internet* e redes sociais como o *Facebook*, *Instagram* e *Pinterest*.

É uma solução completa para as empresas que querem vender *online*. Graças às parcerias que a Facestore tem com parceiros chave do ecossistema de *E-commerce* como *Visa*, *Paypal*, *American Express*, *Sage*, *CTT*, *Chronopost*, *Google* e *Facebook*, quando uma empresa abre uma *Facestore*, tem acesso a todas as funcionalidades necessárias à sua implementação, desde logística, faturação, pagamentos *online*, *Gateways* SMS, campanhas digitais. Tudo numa única plataforma integrada. Além da plataforma, a empresa possui os seguintes serviços:

- Desenvolvimento de *websites* e portais.
- Lojas *online*.
- Alojamento de *websites*.
- Manutenção de *websites* e portais.
- *E-commerce*.
- *Web marketing*.

1.6. Estrutura Organizacional

Uma organização é genericamente representada por um conjunto de pessoas, que trabalham em equipa para que a respetiva organização alcance os seus objetivos e sucessos. A estrutura orgânica de uma empresa passa, antes de mais, pela repartição de alguns fatores: divisão do trabalho, especialização, hierarquia, autoridade e responsabilidade, unidade de comando e amplitude de controlo (Santana, 2007).

É possível ver na figura 4, os principais elementos da empresa bem como, com quem mais mantive contacto durante todo o estágio. Estes elementos são o Paulo Barbosa ocupando o cargo de CEO (*Chief Executive Officer*), Bruna Nunes ocupando o cargo de CMO (*Chief Marketing Officer*) bem como, minha orientadora e Diogo Granja, fazendo parte da equipa de suporte.

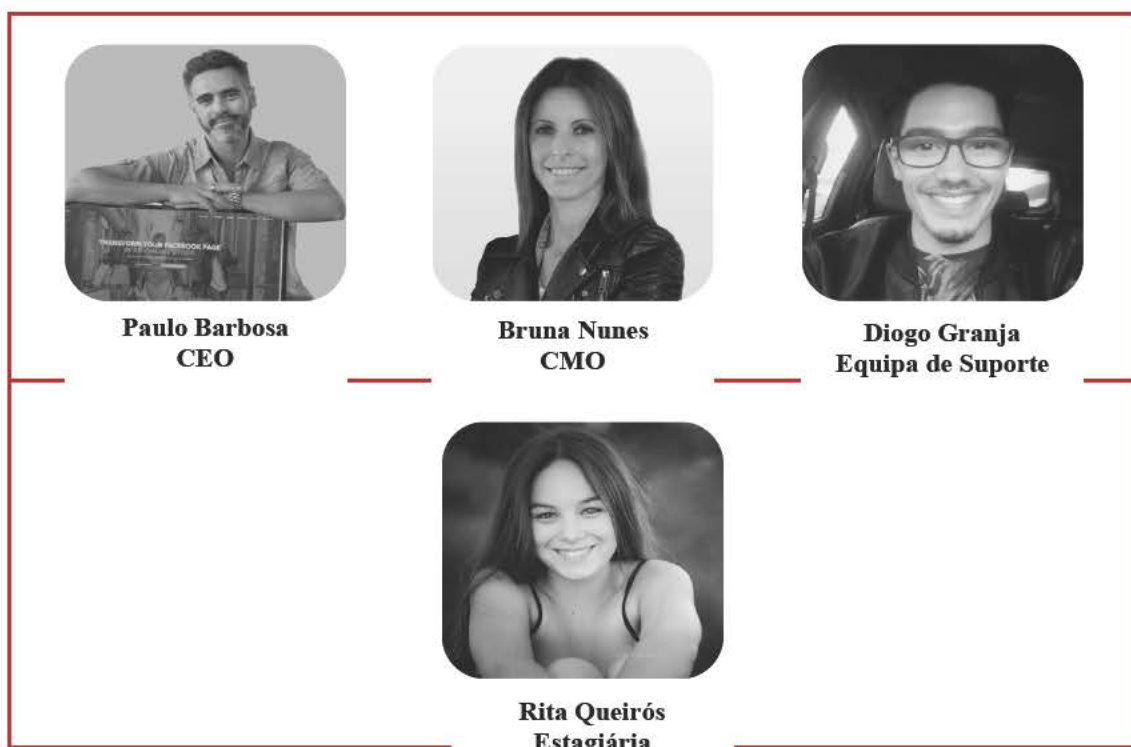


Figura 4 - Estrutura Organizacional da Empresa
Fonte: Elaboração própria

1.7. Comunicação Organizacional

A comunicação humana é um processo que envolve a troca de informações entre dois indivíduos. Trata-se de um processo interativo que emprega símbolos como suporte, onde não se incluem unicamente a fala ou a escrita. A comunicação é concebida com base na percepção do que acontece à nossa volta e da necessidade de saber estar em sociedade.

1.7.1. Comunicação Organizacional Interna

A comunicação organizacional interna é desenvolvida no seio das empresas, tendo como principal objetivo o desenvolvimento de um ambiente de recetividade, proximidade e de colaboração entre todos os colaboradores. Martins (2017) afirma que “o sucesso ou o fracasso da empresa está associada à organização interna da empresa”. Assim, também para este autor “a qualidade no processo de comunicação interna é a base indispensável para que a eficácia dos processos seja atingida” (p.12).

A Facestore é uma empresa pequena e por este motivo, a comunicação é maioritariamente pessoal. No entanto, o meio de comunicação mais utilizado entre todos para troca de informações e ideias é a aplicação *Slack*, apesar de cada elemento possuir uma conta de correio eletrónico, próprio da empresa.

1.7.2. Comunicação Organizacional Externa

A comunicação organizacional externa é desenvolvida entre os representantes da organização e os seus clientes, ou seja, é direcionada ao público externo ao espaço empresarial. “Mais do que nunca as empresas precisam ter entre os seus colaboradores bons profissionais de comunicação, sejam eles internos ou externos à organização”, afirma Rodrigues (2016, p.130). Na Facestore, a comunicação externa privilegia o contacto telefónico, o envio de *e-mails*, *online messenger* e reuniões presenciais.

1.8. Análise *SWOT*

O acrónimo *SWOT* corresponde a *strengths* (forças), *weaknesses* (fraquezas), *opportunities* (oportunidades) e *threats* (ameaças). Lindon *et al.* (2004) refere que “a análise de *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)* consiste na elaboração de um resumo de análise externa e interna”. Desta forma, apresentam-se os

pontos fortes e os pontos fracos da empresa bem como, as principais ameaças e as principais oportunidades. O mesmo autor considera que as condições de sucesso de uma análise *SWOT* são: a análise é uma conclusão das análises externas e internas; deve identificar os elementos chave que permitam estabelecer prioridades; deve preparar recomendações e assim, deve ser possível ver quais os riscos a ter em maior atenção e quais os problemas a resolver.

Na figura 5, é apresentada a análise *SWOT* realizada à Facestore. Um dos pontos fortes da Facestore é ser composta por uma equipa pequena permitindo assim, uma maior facilidade e eficácia relativamente à comunicação bem como, uma maior proximidade com os clientes. Outro ponto forte é de facto, a proximidade com os clientes como foi referido anteriormente, acompanhando sempre o mesmo do início ao fim da sua compra.

Contudo, há também pontos fracos e podemos dizer que este é a localização da empresa. Devido à empresa estar distante do centro da cidade, torna-se difícil a comunicação em casos de reunião.

Após a análise interna da Facestore, é crucial realizar a análise externa da mesma, explorando as possíveis oportunidades e ameaças. Uma das grandes oportunidades é a qualidade dos produtos e serviços prestados. Por se tratar de uma empresa pequena, os serviços são realizados com o maior cuidado e atenção. Como ameaças, existe a concorrência que é bastante elevada assim como, o custo das transportadoras necessárias para a realização dos serviços prestados.

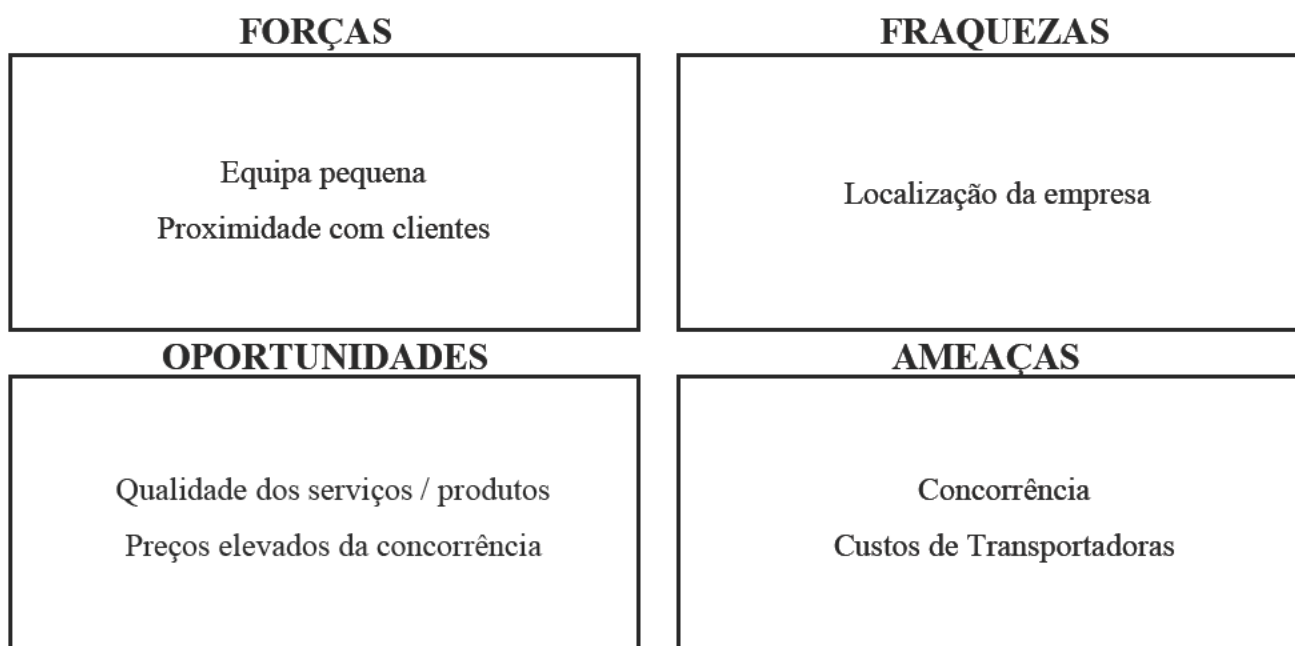


Figura 5 - Análise *SWOT* da empresa
Fonte: Edição própria

CAPÍTULO II)

O ESTÁGIO)

Neste segundo capítulo, é apresentada uma contextualização do estágio curricular realizado bem como, o plano de estágio (Anexo I), o cronograma correspondente aos três meses e a metodologia seguida para realizar as diferentes atividades. São também descritas as atividades desenvolvidas ao longo dos três meses.

Tendo em conta que o estágio foi o meu primeiro contacto com o mundo de trabalho, é crucial e relevante que este seja utilizado e valorizado como um reforço do conhecimento anteriormente adquirido.

2. Estágio

O estágio é o primeiro contacto com o mundo de trabalho e proporciona a oportunidade de adquirir conhecimentos e competências relacionadas com a profissão escolhida pelos estudantes. Permite também que os estudantes compreendam melhor as diferentes áreas de atuação de um licenciado em Comunicação Multimédia. Apenas com este contacto direto com a realidade é que nós, estudantes, conseguimos perceber se desejamos ou não, seguir determinada área.

2.1. Plano de Estágio

No plano de estágio curricular (Anexo I), é possível ver os objetivos a alcançar definidos bem como, as competências a desenvolver durante os três meses de estágio, sendo estas:

- Gestão de redes sociais;
- Criação de conteúdo;
- Apoio ao *marketing* digital.

2.2. Cronograma

De modo a existir um melhor controlo e visualização das atividades desenvolvidas ao longo do estágio, foi criado um Mapa de *Gantt* (Figura 6). De referir que durante todo o estágio, trabalhei no projeto mais recente da empresa, sendo este o “*EXtupendo!*”, uma loja *online* com mais de 30.000 produtos.

No total, durante os três meses de estágio, foram realizadas cerca 564 horas:

- Durante o mês de Agosto foram realizadas 93 horas.
- Durante o mês de Setembro foram realizadas 216 horas.
- Durante o mês de Outubro foram realizadas 255 horas.

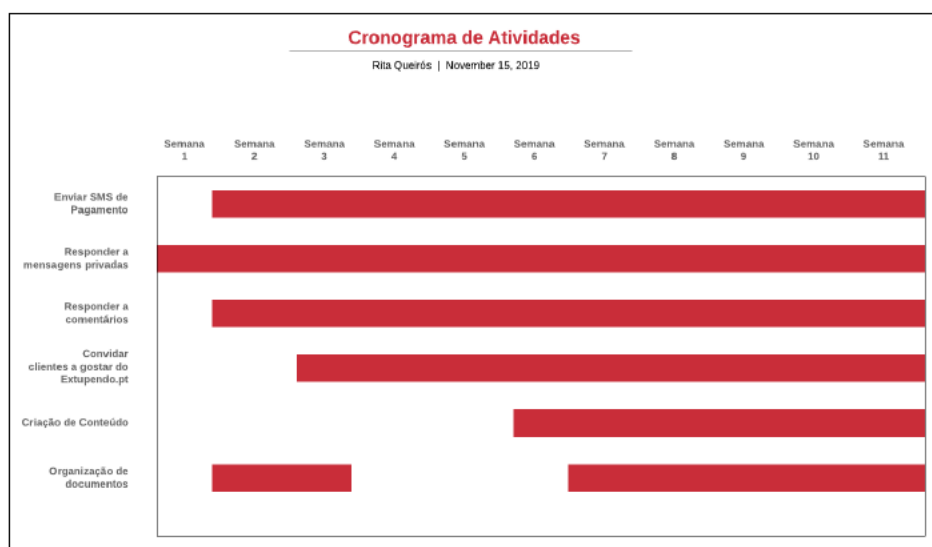


Figura 6 - Mapa de *Gantt*
Fonte: Elaboração Própria

2.3. Metodologia de Trabalho

A Facestore utiliza uma metodologia de trabalho rigorosa no planeamento e execução de projetos, procurando gerir proativamente todo o processo de desenvolvimento, construindo assim, um relacionamento transparente e eficaz com o cliente.

Cada etapa concluída é documentada de forma a garantir o cumprimento de todos os requisitos necessários para a conclusão do projeto com qualidade, dentro dos prazos e de acordo com as expectativas do cliente.

A metodologia da Facestore contempla as seguintes etapas:

- **Levantamento de Necessidades** - No primeiro contacto com o cliente, garantem total atenção ao mesmo e compreendem as suas necessidades da forma mais detalhada possível. Afinal, o início de um projeto é o começo de um sonho.
A partir desse ponto, constroem as primeiras visões sobre o projeto, analisam as estratégias de desenvolvimento a utilizar e preveem os planos de investimento.
- **Planeamento da Solução** - O planeamento de uma solução parte de um trabalho profundo de pesquisa e estudo de mercado. Analisam, equacionam cenários e tomam decisões. O conjunto de regras de trabalho é definido a partir de reuniões com todos os envolvidos no projeto.
- **Desenvolvimento** - Após traçar o planeamento, as tarefas são divididas. Entram na fase de criação. Durante o processo, mantêm o cliente informado.
- **Implementação** - Após o desenvolvimento da solução e a aprovação do cliente, entram na fase de implementação. Realizam testes unitários, testes de integração e ainda, testes de qualidade. Certificam-se que todos os requisitos foram preenchidos e garantem que a solução está pronta para ser lançada.
- **Lançamento** - Esta é a fase mais esperada por todos. Após os testes necessários, procedimentos concluídos e a aprovação do cliente, o projeto é assim finalizado. O lançamento do projeto culmina com o desenvolvimento do plano de divulgação nos media.

- Acompanhamento ao Cliente – Atualmente todos os projetos obrigam a um acompanhamento constante pois cada um destes trata-se de um sistema vivo. Os consumidores, estão cada vez mais exigentes e novas funcionalidades e recursos surgem a todo o momento. Realizam um trabalho de acompanhamento ao cliente, com a intenção de prever futuras necessidades e garantir que o mesmo seja sempre um dos pioneiros na sua área de atuação.

2.4. Marketing Digital

De acordo com Casas (2007), “*marketing* é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade” (p.15).

Marketing digital é o ato de promover produtos ou marcas por meio de media digitais. Esta é uma das principais formas que as empresas atualmente utilizam para comunicarem com o seu público de forma direta, personalizada e no momento adequado. O *marketing* digital é uma realidade que as empresas não só não podem ignorar, como devem explorar todas as suas potencialidades.

De maneira a realizar este, foram utilizadas diariamente algumas plataformas que irão ser apresentadas nos pontos seguintes.

2.4.1. Importância das Redes Sociais para as Empresas

A popularidade das redes sociais, principalmente *Facebook* e *Instagram*, faz com que a interação entre pessoas e empresas seja cada vez mais frequente. Estar presente nas redes sociais significa estar onde o nosso público-alvo está.

As vantagens das redes sociais para as empresas são as seguintes (EuDigital, 2018):

- Relação com clientes - De acordo com diversas estatísticas, 60% das organizações consideram o atendimento ao cliente uma prioridade. Um negócio existe à volta dos seus clientes, daí o esforço cada vez maior em aumentar a retenção dos mesmos.
- Publicidade - É importante focar nas respetivas atualizações, informações e publicidades num público específico.
- Geração de *leads*: As estatísticas mostram que negócios que utilizam redes sociais conseguem obter uma maior taxa de venda. Outro aspeto importante é que quase 50% das pessoas usa a *Internet* e / ou redes sociais para saber mais sobre um produto, serviço ou empresa.
- Construção da imagem de marca - De uma forma geral, é crucial utilizar as redes sociais para trabalhar e reforçar a imagem da empresa. Uma excelente forma de o fazer é partilhar dicas úteis com os respetivos clientes.
- Promoção do conteúdo da empresa - Estas plataformas são uma excelente forma de promover o conteúdo criado pela empresa e por consequência, cumprir também o tráfego do *website*.
- Geração de tráfego para o *website* - Uma das grandes vantagens das redes sociais para as empresas é o aumento do número de visitas no *website*. Para a maioria das empresas, esta é mesmo uma das maiores fontes de tráfego.
- Analisar a concorrência - As redes sociais podem tornar-se em ferramentas úteis para as empresas quando corretamente utilizadas. É através destas que é possível compreender as estratégias que as outras empresas utilizam.
- Criação de relações mais próximas - É importante tirar proveito das redes sociais para incentivar os clientes a dar opinião sobre a marca e interagir com as publicações.
- Chegar a um público mais amplo - Ao ter uma presença *offline*, o negócio apenas obterá consumidores locais. No entanto, ao estar presente *online*, a marca consegue chegar a um maior número de pessoas.

2.5. *Software Utilizado*

No decorrer do estágio foi necessário recorrer a um número muito diversificado de ferramentas e plataformas. Nos pontos seguintes, são descritas as funcionalidades das mesmas.

2.5.1. *Facestore*

*Facestore*¹ (Figura 7) é uma plataforma de *E-commerce* que permite a qualquer empresa abrir uma loja *online* e vender os seus produtos ou serviços, diretamente na *Internet* e redes sociais (Apêndice I).



Figura 7 - Logótipo da Facestore

¹ [http:// www facestore.pt](http://www.facestore.pt), acedido em 05-11-2019

2.5.2. *Slack*

O *Slack*² (Figura 8) é um espaço de colaboração que pode substituir o *e-mail* e que permite que toda a equipa trabalhe em conjunto. Este foi desenvolvido para se adaptar ao trabalho de equipa, de maneira a interagirmos com outras pessoas *online*, de forma tão eficiente como se estivéssemos todos numa sala de reunião, por exemplo.



Figura 8 - Logótipo do Slack
Fonte: Slack

O *Slack* possui *workspaces* que são formados por canais em que os membros da equipa podem comunicar e trabalhar juntos. Das funcionalidades da plataforma podemos destacar (*Slack*, 2019):

- Conversas organizadas - Os membros da equipa enviam mensagem e partilham ficheiros em canais. Os canais podem ser privados ou partilhados.
- Histórico pesquisável - É possível pesquisar o histórico de conversas da equipa no *Slack*, de maneira a encontrar mensagens, arquivos, canais e pessoas relevantes.
- *Apps* conectados - Com os *apps* certos instalados, é possível trabalhar sem precisar do *workspace Slack*.
- Chamadas do *Slack* - É possível fazer chamada de voz e / ou vídeo com os membros do *workspace* diretamente do *Slack*.

² <https://slack.com/intl/pt-pt/downloads/mac?geocode=pt-pt>, acedido em 05-11-2019

2.5.3. Ribbet

*Ribbet*³ (Figura 9) é um editor de fotografias e criador de colagens, *online* e de uso gratuito. Oferece também, associação *Premium* para os utilizadores que desejam tirar o máximo proveito das ferramentas de edição *Premium*.



Figura 9 - Logótipo do Ribbet
Fonte: Ribbet

O editor *Ribbet* possibilita (*Ribbet*, 2019):

- Armazenamento em nuvem gratuito para os seus envios;
- Histórico de edição ilimitado;
- Milhares de elementos, molduras, texturas, filtros, efeitos e fontes *premium* escolhidos a dedo.
- Conjunto completo de efeitos de retoque;
- Efeitos básicos;
- Ferramentas fotográficas avançadas;
- Colagens em grade com mais de 50 *layouts* exclusivos e com capacidade de importar diretamente de redes sociais;
- Colagens de formas com um único clique;
- Entre outros...

³ <https://ribbet.com/mac-photo-editor>, acedido em 05-11-2019

2.5.4. Canva

O *Canva*⁴ (Figura 10) é uma ferramenta *online* de edição na área do *design*. É uma ferramenta muito fácil de utilizar e possui milhares de modelos personalizáveis. Com o *Canva*, é possível criar documentos e desenhos para publicações nas redes sociais ou apresentações. Através deste, é possível ter acesso a milhões de imagens, ilustrações, ícones e fontes (*Canva*, 2019).



Figura 10 - Logótipo do Canva

2.5.5. Adobe Premiere

O *Adobe Premiere Pro*⁵ (Figura 11) é dos *software* mais utilizados de edição de vídeo para filmes. Devido à integração com o *Premiere Rush*, é possível capturar imagens e começar a editar em todos os dispositivos, em qualquer lugar (*Adobe Premiere*, 2019).

⁴ <https://www.canva.com/>, acedido em 05-11-2019

⁵ <https://www.adobe.com/products/premiere.html?promoid=PQ7SQBYQ&mv=other>, acedido em 05-11-2019



Figura 11 - Logótipo do Adobe Premiere
Fonte: Adobe Premiere

O *Adobe Premiere* permite:

- Importação de vídeo, áudio e gráficos numa ampla variedade de formatos;
- Edição, manipulação e organização de elementos numa linha de tempo visual;
- Adição de efeitos, filtros, títulos, etc.;
- Exportação de vídeos editados em vários formatos, incluindo gravações em vídeo DV, DVD e em formatos comuns de vídeo na Internet.

2.6. Ferramentas de *Marketing Digital*

2.6.1. EZ4U – SMS *Panel*

A EZ4U⁶ apresenta soluções de comunicação SMS *Marketing* e SMS Transacional com cobertura mundial (Figura 12).

⁶ <http://sms.ez4uteam.com/ez4usms/admin/login/>, acedido em 05-11-2019

Figura 12 - EZ4U SMS *Panel*
Fonte: EZU4

Esta plataforma permite (EZ4U, 2019):

- Contactos recorrentes e / ou campanhas de *marketing* massivas;
- Envio através da *web* ou mecanismos automáticos;
- Solução *White Label* para agências e revendedores;
- Envio para destinos nacionais e internacionais;
- Mecanismos de receção com processamento automático;
- Integração com sistemas externos através de *API RESTful/JSON*.

2.6.2. *GetResponse*

*GetResponse*⁷ é um *software de marketing por e-mail*, com modelos profissionais e ferramentas de *design* fáceis. Esta plataforma oferece um conjunto de ferramentas de *marketing* projetadas por *e-mail*, para presentear ofertas personalizadas aos seus contactos quando estão mais ativos (Figura 13).

É possível criar uma estratégia eficaz de *marketing por e-mail* em apenas algumas etapas simples. Esta plataforma permite (*GetResponse*, 2019):

- *Newsletters*;
- *Autoresponders*;
- *E-mails* automatizados;
- Envios específicos de segmento;
- *E-mails* perfeitamente cronometrados;
- Resumo do blog automatizado.

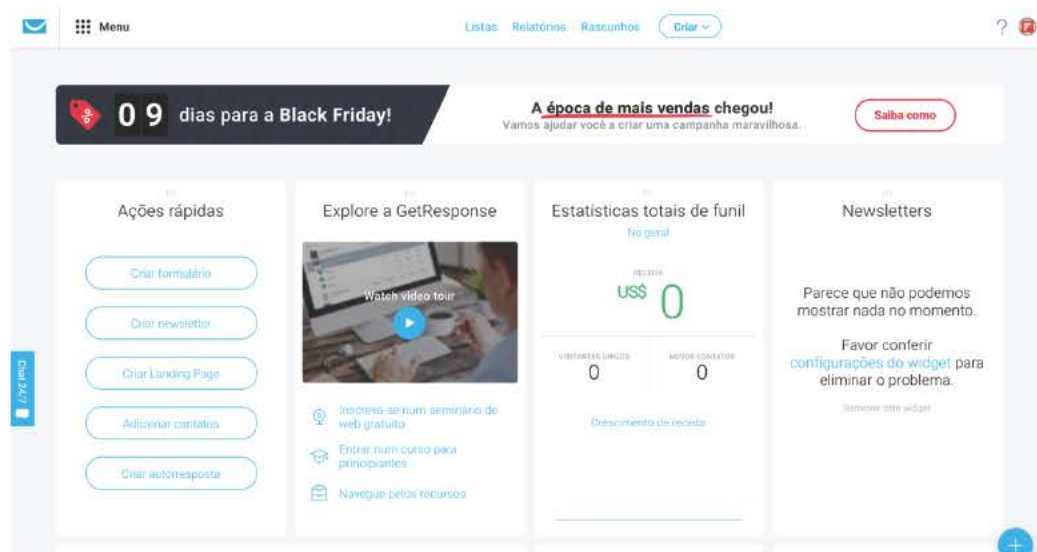


Figura 13 - *GetResponse*
Fonte: *GetResponse*

⁷ <https://app.getresponse.com/login?p=dashboard>, acedido em 05-11-2019

2.7. Atividades Desenvolvidas

As atividades desenvolvidas durante os três meses de estágio curricular decorreram de acordo com os objetivos definidos no plano de estágio e conforme as necessidades da Facestore. Como referido anteriormente, foram realizadas atividades como: gestão de redes sociais e criação de conteúdo bem como, apoio ao *marketing* digital.

2.7.1. *EXtupendo*

Como foi referido anteriormente, durante o meu estágio curricular, trabalhei no projeto mais recente da empresa, o “*EXtupendo!*”.

O *EXtupendo*⁸, sendo possível ver na figura 14, é uma loja *online* com mais de 30.000 produtos.



Figura 14 - *EXtupendo.pt*
Fonte: *Extupendo.pt*

⁸ <https://extupendo.pt/>, acedido em 06-11-2019

2.7.1.1. Registo de Encomendas

Uma das tarefas que me competia diariamente era o registo de encomendas do *EXTupendo*.

Todas as encomendas que eram registadas pela equipa, iniciavam o seu processo através do *Facebook* ou de chamada telefónica. Após tirarmos todas as dúvidas aos clientes e recolhermos todos os dados necessários incluindo o método de pagamento escolhido, era iniciado o registo digital. Caso os clientes escolhessem o método de pagamento à cobrança, as encomendas eram registadas numa folha *excel* do respetivo produto (Figura 15).

	A	B	C	D	E	F	G
1099	Rita	16/10	1	Rosa Aguiar			
1100	Rita	16/10	1	zélia Oliveira			
1101	Rita	16/10	1	Maria Graciete Pedreira Correia			
1102	Rita	16/10	1	Lina Saraiva			
1103	Rita	17/10	1	Preciosa sousa			
1104	Rita	17/10	1	Maria Adelaide Dias			
1105	Rita	17/10	1	Margarida Costa			
1106	Rita	17/10	1	Antónia Fernanda Santos			
1107	Rita	17/10	1	Maria Augusta Gomes Rodrigues Frederico			
1108	Rita	17/10	1	ANA MARIA RODRIGUES DE SOUSA			
1109	Rita	18/10	1	Helena Ribeiro			
1110	Rita	18/10	1	Ana Maria Salles Caldeira			
1111	Rita	18/10	1	Maria Graciete Pedreira Correia			
1112	Bruna	18/10	1	Teresa Fradique			
1113	Rita	21/10	1	Maria graçinda Jesus lanoeiro			
1114	Bruna	21/10	1	Maria José Monteiro			
1115	Bruna	21/10	1	Maria Gabriela Pita Faria			
1116	Bruna	21/10	1	cristina azevedo			
1117	Bruna	21/10	1	Maria Filomena Falcato Bento Almeida			
1118	Rita	22/10	1	Maria Jose da costa mourao tavares			
1119	Rita	23/10	1	Todorka Radeva Metelska			
1120	Rita	23/10	1	Natércia Silvério Ferreira Bispo			
1121	Rita	23/10	1	Graça Sequeira			
1122	Rita	25/10	1	Adélia Gloria Simões			
1123	Rita	25/10	1	Maria do Rosário Miguel			
1124	Rita	25/10	1	Eugénia Conceição Ferreira Roque			
1125	Rita	26/10	1	Ílvia Marmuse			

Figura 15 - Página de *excel* com registo de encomendas à cobrança !
Fonte: Elaboração Própria !

Caso os clientes escolhessem o método de pagamento por referência multibanco, procurávamos o produto na loja do *EXTupendo* e inseríamos a quantidade desejada. De seguida, inseríamos os dados dos clientes bem como, o método de pagamento escolhido e dava-se por concluído o processo de registo de encomenda. De maneira a haver uma melhor compreensão, são apresentadas as seguintes figuras relativamente ao processo (Figura 16 – 19).

Na figura 16, é possível ver o carrinho de compras do *EXtupendo* com um produto adicionado bem como, o respetivo preço e quantidade.

O SEU CARRINHO

Início • **Finalizar Encomenda** • Dados • Pagamento • Confirmação

Produto	Preço	Quantidade	Total
 Filtro para Caneca Filtrante Brita Maxtra+ (8 pcs)	31,90 €	<div>- 1 +</div>	31,90 € 

SUBTOTAL:

31,90 €

CONTINUAR A COMPRAR

FINALIZAR ENCOMENDA

Figura 16 - Carrinho de Compras *EXtupendo*

Na figura 17, é possível ver os dados necessários para fazer o registo de compra no *EXtupendo*.

DADOS

Início • **Finalizar Encomenda** • **Dados** • Pagamento • Confirmação

Registar

Primeiro nome *

Email *

Telefone *

Cidade *

País *

Apelido *

NIF

Morada *

Código Postal *

☐ Confirmo que li e aceito os **Termos e Condições***

☐ **Morada de entrega diferente da morada de facturação?**

* Campos de preenchimento obrigatório!

CONTINUAR



Deixe-nos a sua mensagem  

Figura 17 - Dados necessários para registo de encomenda
Fonte: *Extupendo.pt*

42 !


Na figura 18, é possível ver a página de escolha de método de pagamento. Nesta página é possível escolher o método de pagamento, adicionar um código promocional e / ou observações em relação à encomenda bem como, visualizar o resumo da mesma e a forma de entrega.


Início • Finalizar Encomenda • Dados • Pagamento • Confirmação




Código promocional


VALIDAR CÓDIGO

Formas de Pagamento

☒ 
Multibanco

☐ 
PayPal

☐   
VISA


☐ 
MBWAY

Formas de entrega

☒ Seur (1,95 €)

Observações da encomenda

Resumo da encomenda



Filtro para Caneca Filtrante Brita Maxtra+ (8 pcs)
Qty: 1
Preço: 31,90 €

Subtotal	
Subtotal:	25,93 €
IVA:	5,97 €
Descontos:	0,00 €
Portes:	1,95 €
Total:	33,85 €


FINALIZAR COMPRA

Figura 18 - Escolha de método de pagamento !
Fonte: *Extupendo.pt* &

Na figura 19, é possível ver a última fase do registo de encomenda onde se encontra a confirmação da mesma. Esta confirmação inclui o número de encomenda e data da mesma, os dados de envio, os dados de entrega, os dados de pagamento bem como, o produto com o respetivo preço e quantidade.

CONFIRMAÇÃO

[Início](#) •
 [Finalizar Encomenda](#) •
 [Dados](#) •
 [Pagamento](#) •
 [Confirmação](#)



Caro(a) Sr.(a) Rita Queirós,

A sua encomenda foi efectuada com sucesso!

Encomenda nº: 201902004

Data: 18-11-2019 19:11:29

Dados do envio

Nome:

NIF:

Morada:

Cidade:

Código Postal:

Distrito:

País:

Telefone:

Dados de Entrega

Nome:

Morada:

Código Postal:

Cidade:

Distrito:

País:

Transportadora:

Dados de Pagamento

Dados de Pagamento: Multibanco

Entidade: 11988

Referência: 398 161 369

Valor: 33.85 €


Produto	Preço	Quantidade	Total
	Filtro para Caneca Filtrante Brita Maxtra+ (8 pcs)	31.90 €	1
			31.90 €

Figura 19 - Confirmação de registo de encomenda

2.7.1.2. *Facestore do EXtupendo*

Através da plataforma *Facestore*⁹, foi possível à empresa criar uma loja *online*, sendo esta o *EXtupendo* (Figura 20). Nesta plataforma, podemos fazer a gestão de produtos, gestão de clientes bem como, a gestão de encomendas (Apêndice I).

⁹ <https://facestore.pt/>, accedido em 06-11-2019

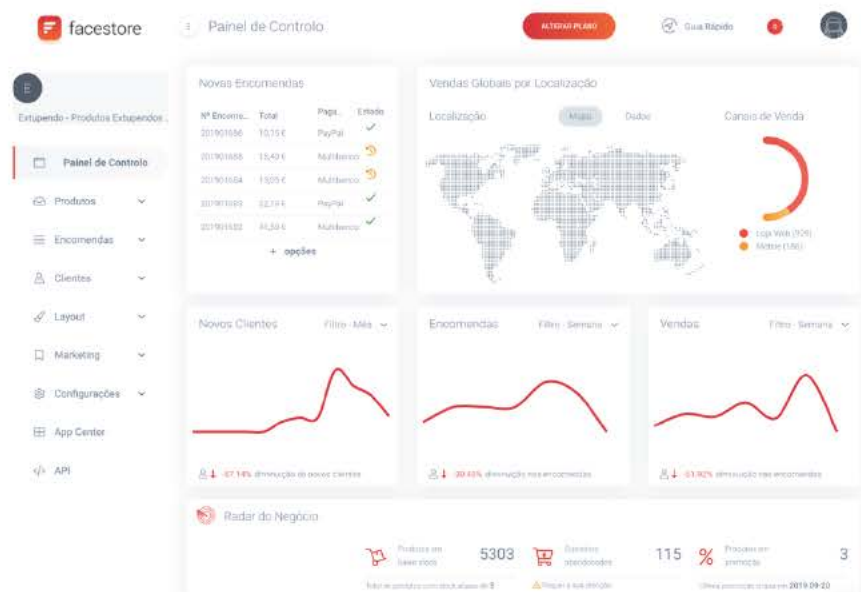


Figura 20 - Facestore do EXtupendo.pt
Fonte: Facestore

Como podemos ver na figura 21, na página “Gestão de Produtos” é possível vermos a nossa lista de produtos de forma completa e categorizada. É nesta página que se define se os produtos aparecerão na *homepage* da loja assim como, se os descontos dos mesmos estão ativos. É também possível vermos o número total de produtos (28843), o número total de categorias (24), o número total de subcategorias (433) bem como, o produto mais visto incluindo o número de visitas e o produto mais encomendado incluindo o respetivo número de encomendas realizadas.

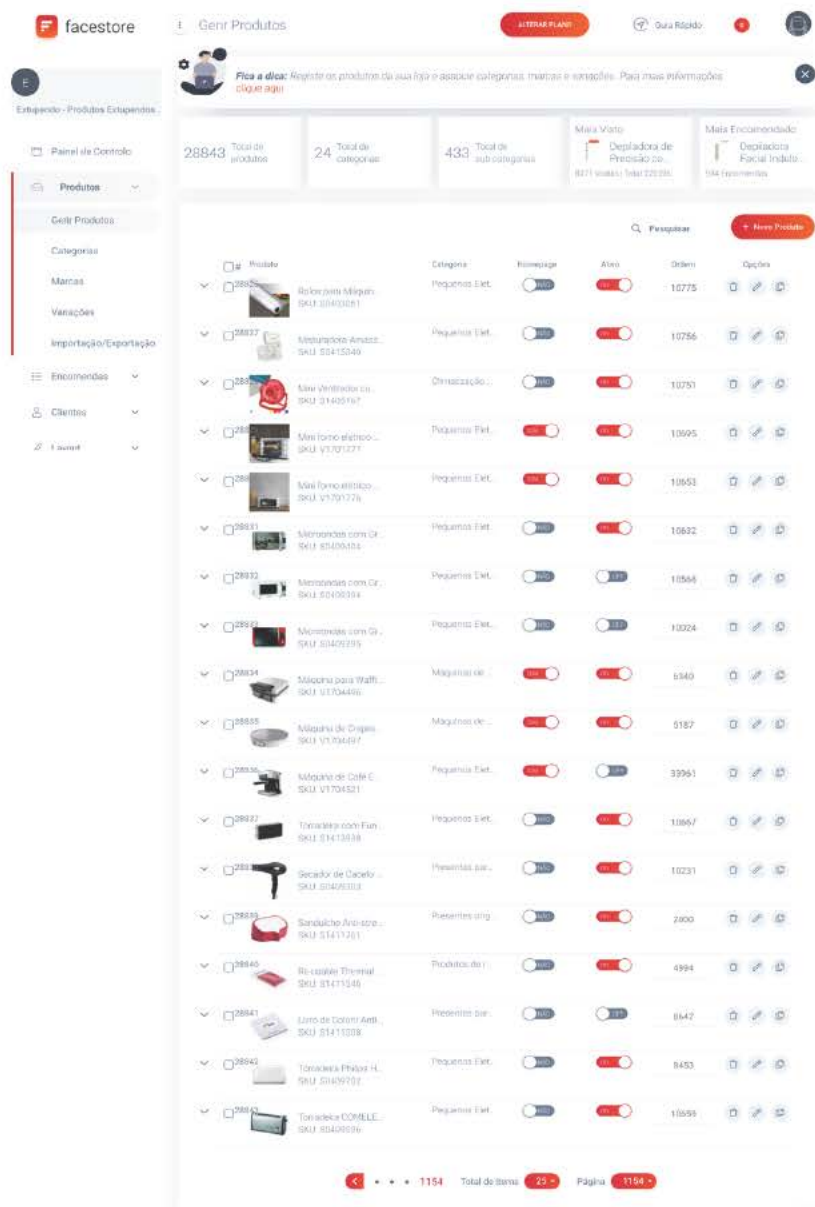


Figura 21 - Gestão de Produtos do *EXtupendo.pt*
Fonte: *Facestore*

Através da figura 22, podemos ver a página “Gestão de Clientes”. Nesta página podemos fazer a gestão dos clientes do *EXtupendo* bem como, aceder aos dados dos clientes, respetivos *e-mails* e ainda se os mesmos estão ativos.

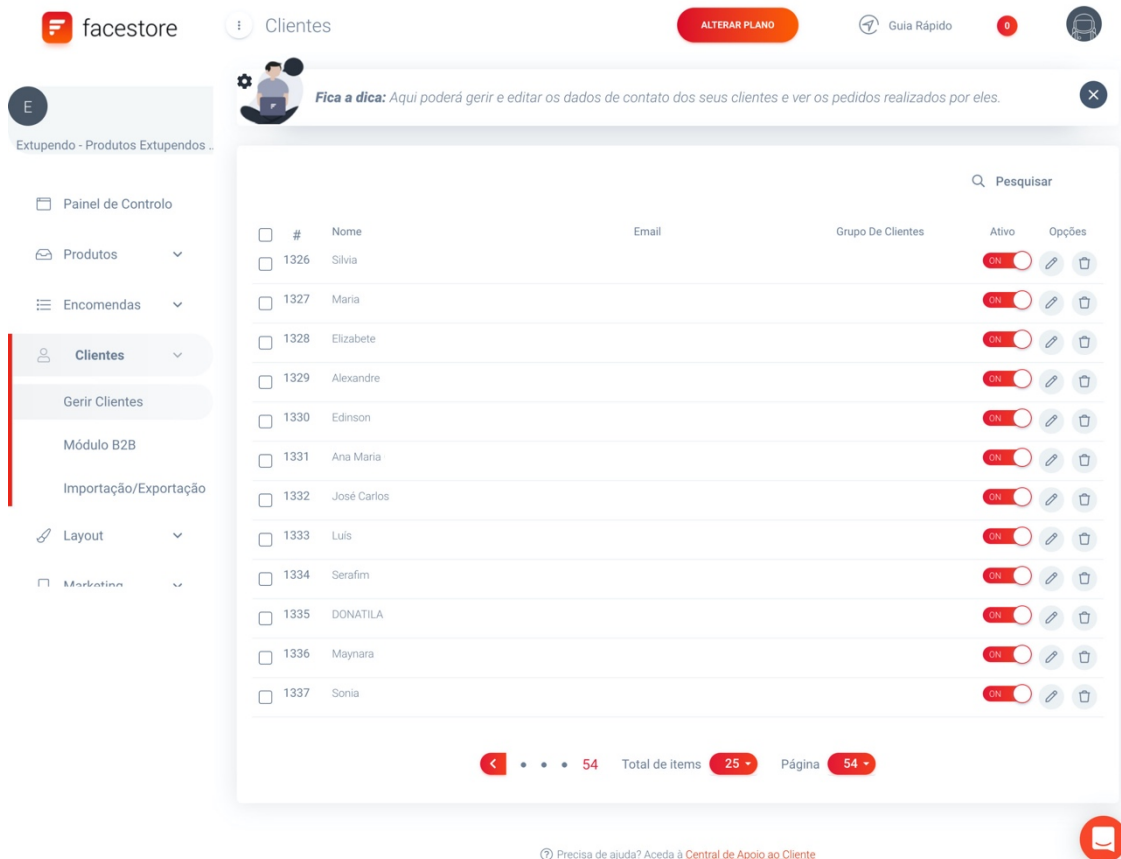


Figura 22 - Gestão de Clientes do *EXtupendo.pt*

Na figura 23, é apresentada a página “Gestão de Encomendas”. Esta apresenta uma lista de todas as encomendas com o respetivo número, data, estado de encomenda, modo de pagamento, estado de pagamento bem como, o custo total da mesma. Ainda no cimo da página, é possível ver o número total de encomendas (1670), percentagem de encomendas finalizadas (67%), percentagem de encomendas por processar (8%), o total de vendas no respetivo ano em euros bem como, a data e hora da última encomenda.

A partir da segunda semana do meu estágio, acedia a esta página diariamente para enviar uma mensagem através da aplicação EZ4U, de modo a relembrar os clientes que tinham como pendente o estado de pagamento.

facestore

Encomendas

ALTERAR PLANO

Guia Rápido

0

E

Extupendo - Produtos Extupendos...

Painel de Controlo

Produtos

Encomendas

Gerir Encomendas

Faturação Automática

Cientes

Layout

Marketing

Configurações

Fica a dica: Veja as suas encomendas e atualize o estado de pagamento se necessário.

1670

Total de Encomendas

67%

Encomendas Finalizadas

8 %

Encomendas por Processar

28 497,44 €

Total de vendas este ano

2019-09-20 22:51:10

Última Encomenda

Pesquisar

Exportar Encomendas

#	Nr. Encom.	Data	Est. Encom.	Pagamento	Est. Pagmt.	Total	Opções
1651	2019021	2019-03-25 13:32:47	Cancelada	Multibanco	Cancelado	13.38 EUR	
1652	2019020	2019-03-25 12:58:17	Em Expedição	Multibanco	Confirmado	13.38 EUR	
1653	2019019	2019-03-25 12:52:58	Finalizada	Multibanco	Confirmado	19.38 EUR	
1654	2019018	2019-03-25 12:16:49	Finalizada	Multibanco	Confirmado	13.38 EUR	
1655	2019017	2019-03-24 15:06:37	Finalizada	Multibanco	Confirmado	26.66 EUR	
1656	2019016	2019-03-23 12:15:59	Finalizada	Multibanco	Confirmado	17.33 EUR	
1657	2019015	2019-03-22 11:48:57	Finalizada	Multibanco	Confirmado	19.38 EUR	
1658	2019014	2019-03-21 23:04:29	Finalizada	Multibanco	Confirmado	17.33 EUR	
1659	2019013	2019-03-21 20:46:19	Finalizada	Multibanco	Confirmado	15.38 EUR	
1660	2019012	2019-03-21 13:19:26	Cancelada	Multibanco	Cancelado	17.38 EUR	
1661	2019011	2019-03-21 10:06:44	Finalizada	Multibanco	Confirmado	40.38 EUR	
1662	2019010	2019-03-21 02:06:31	Cancelada	Multibanco	Pendente	17.38 EUR	
1663	201909	2019-03-20 15:57:56	Finalizada	Multibanco	Confirmado	30.38 EUR	
1664	201908	2019-03-20 15:36:28	Cancelada	Multibanco	Cancelado	43.38 EUR	
1665	201907	2019-03-20 13:01:04	Finalizada	Multibanco	Confirmado	17.38 EUR	
1666	201906	2019-03-20 10:14:49	Finalizada	Multibanco	Confirmado	17.38 EUR	
1667	201905	2019-03-19 23:33:16	Finalizada	Multibanco	Confirmado	17.38 EUR	
1668	201904	2019-03-19 22:05:48	Cancelada	Multibanco	Cancelado	17.38 EUR	
1669	201903	2019-03-19 19:53:35	Cancelada	Multibanco	Cancelado	30.38 EUR	
1670	201902	2019-03-19 15:15:13	Finalizada	Multibanco	Confirmado	14.88 EUR	

<

•

•

•

67

Total de items

25

Página

67

Precisa de ajuda? Aceda à [Central de Apoio ao Cliente](#)

Figura 23 - Gestão de Encomendas do EXtupendo.pt
Fonte: Facestore

2.7.2. Gestão de Redes Sociais

A gestão de redes sociais diz respeito a um conjunto de ações para otimizar o uso desses mesmos canais, indo além de simplesmente fazer publicações no respetivo mural.

É um processo que contempla o planeamento das publicações de artigos, passa pela produção de conteúdo e conclui-se com a monitorização dos resultados. A gestão de redes sociais começa antes de a publicação ir parar no *feed* de notícias do utilizador (Klickpages | Blog, 2018).

2.7.2.1. Facebook

O *Facebook*¹⁰ é gratuito para todos os seus utilizadores. Os mesmos, criam perfis que contêm fotografias e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos.

De modo a realizar a gestão do *Facebook*, como editora da página (Apêndice II) tinha como funções:

- Responder a mensagens privadas dos clientes (Figura 24);
- Responder a comentários dos clientes (Figura 25);
- Ler todas as notificações da página (Figura 26);
- Convidar clientes a gostar da página (Figura 27).

¹⁰ <https://www.facebook.com/>, acedido em 06-11-2019

Na figura 24, é apresentada uma conversa com uma das clientes em que nos são fornecidos os respetivos dados para o registo da encomenda bem como, forneço os dados de pagamento da mesma.

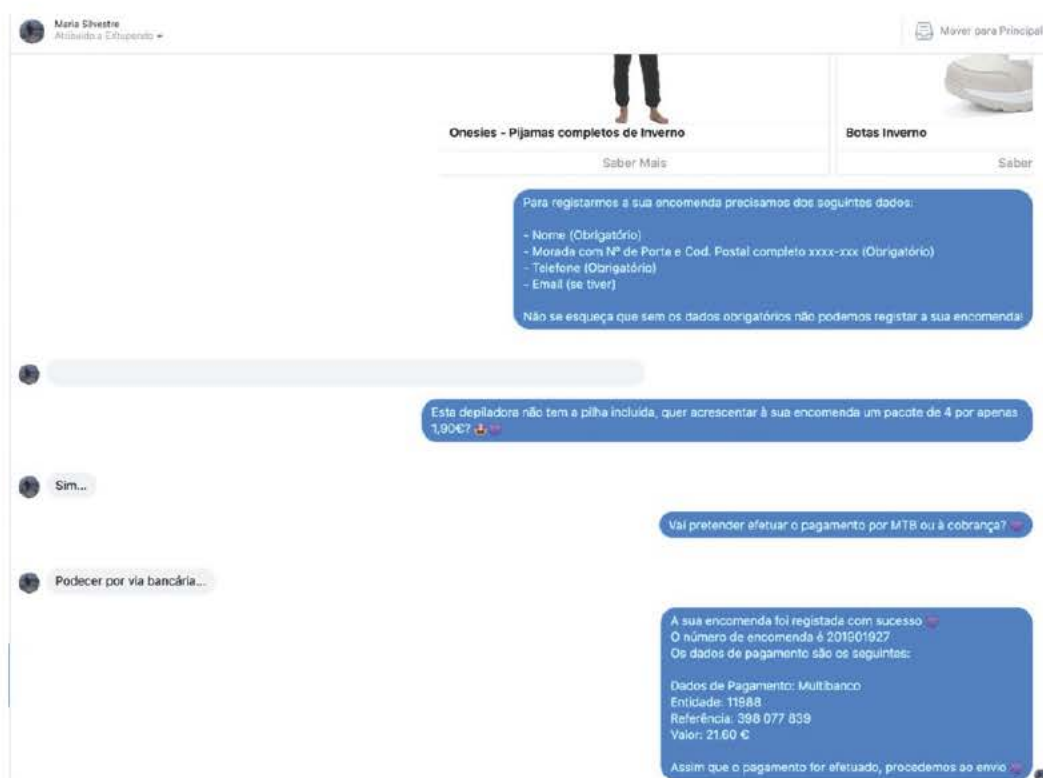


Figura 24 - Responder a mensagens privadas dos clientes
Fonte: Facebook do EXtupendo.pt

Na figura 25, são apresentados alguns comentários de uma publicação da página com dúvidas por parte das clientes bem como, uma resposta a esclarecê-las.



Figura 25 - Responder a comentários dos clientes
Fonte: Facebook do EXtupendo.pt

Na figura 26, é possível ver um conjunto de notificações da página por ler. Uma das minhas funções na página de *Facebook* era ler todas estas, dando permissão às publicações das clientes nos grupos privados bem como, respondendo aos comentários que iam aparecendo.

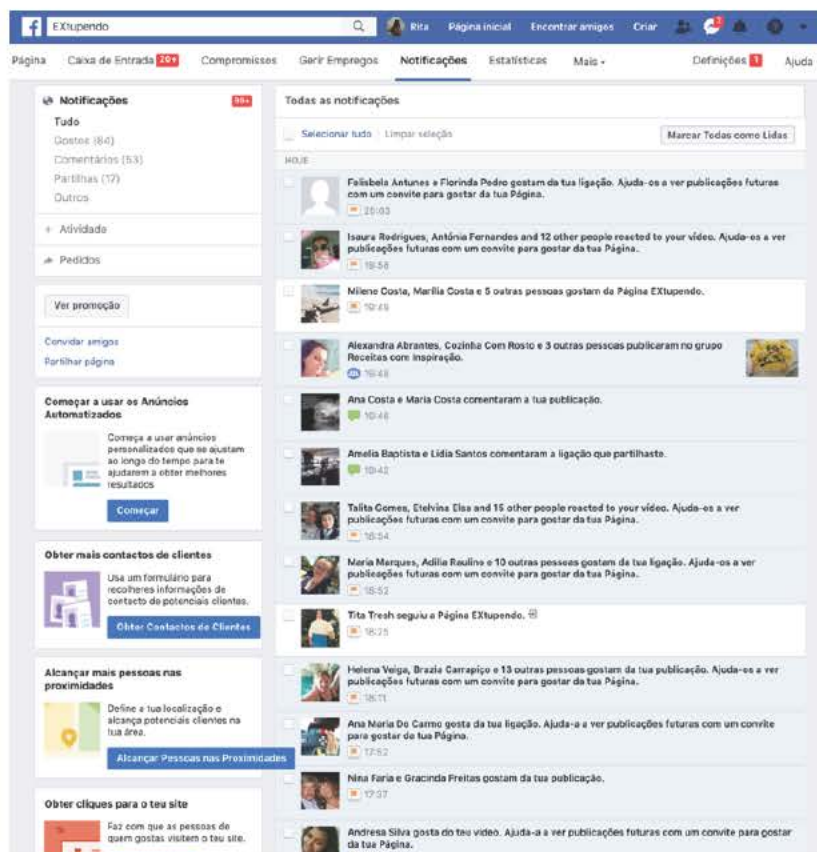


Figura 26 - Ler as notificações da página
Fonte: *Facebook* do *EXTupendo.pt*

Na figura 27, é possível ver os gostos das clientes numa das publicações da página. Outra das minhas funções na página de *Facebook* era ver todos os gostos que iam aparecendo diariamente nas publicações e convidar as clientes que ainda não gostavam da página, a gostar da mesma.

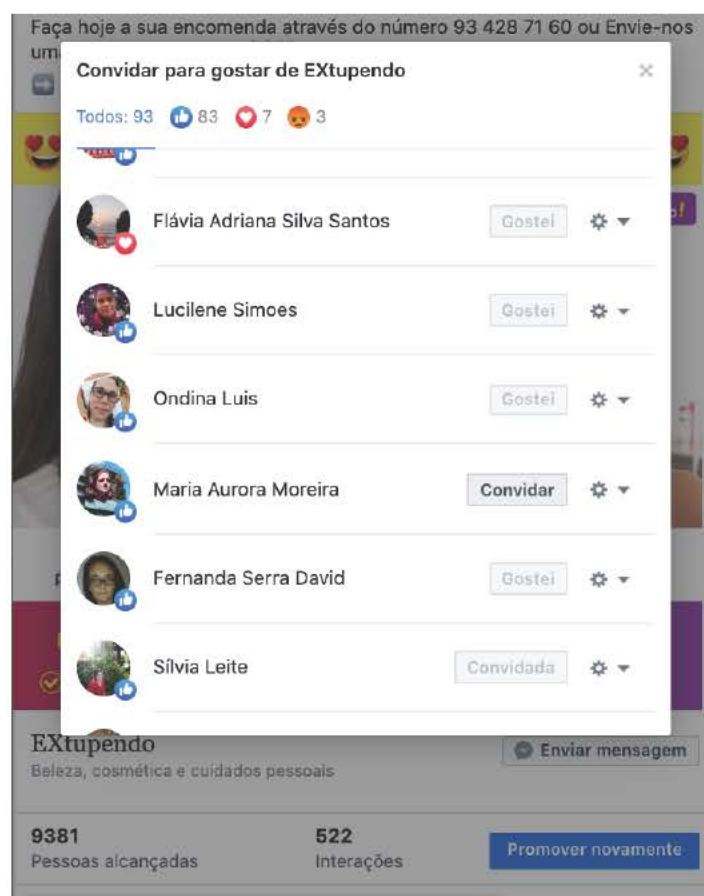


Figura 27 - Convidar clientes a gostar da página
Fonte: Facebook do *EXTupendo.pt*

2.7.2.2. *Instagram*

O *Instagram*¹¹ é uma aplicação gratuita de partilha de fotos e vídeos disponível em dispositivos *Apple iOS*, *Android* e *Windows Phone*. Os utilizadores podem carregar fotografias ou vídeos para o serviço e partilhá-los com os seus seguidores ou com um grupo de amigos. Também podem visualizar, comentar e gostar de publicações partilhadas por amigos no *Instagram* (*Instagram*, 2019).

De modo a realizar a gestão do *Instagram* como editora da página, tinha como funções:

- Responder às mensagens privadas dos clientes (Figura 28);
- Responder aos comentários das clientes;
- Ler todas as notificações da página.

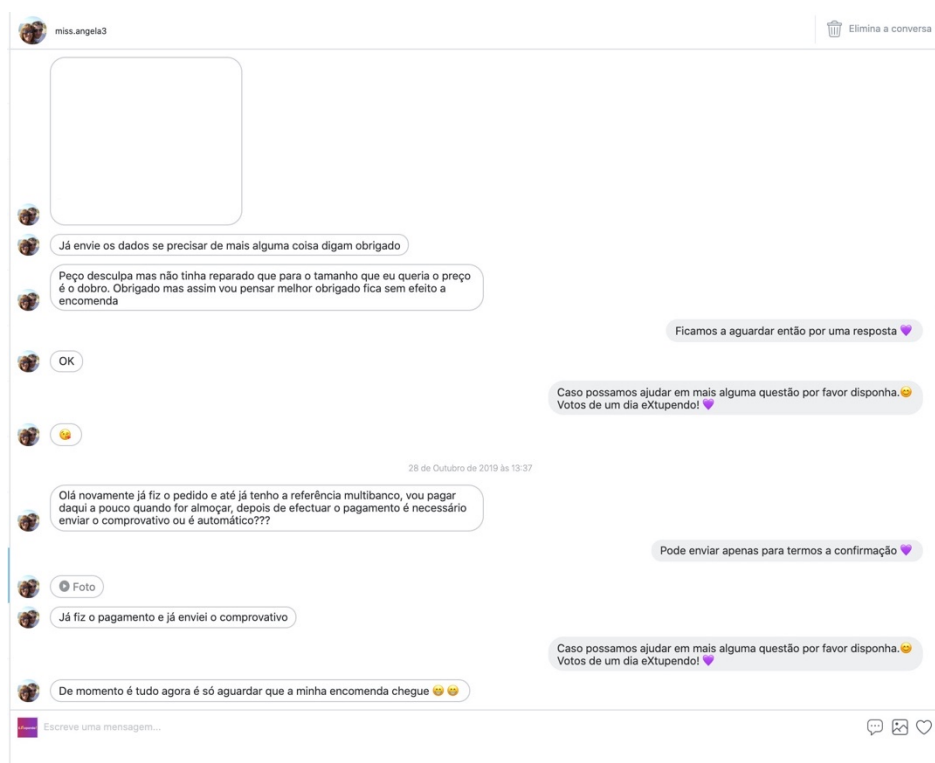


Figura 28 - Responder a mensagens privadas dos clientes
Fonte: *Instagram* do *eXtupendo.pt*

¹¹ <https://www.instagram.com/>, acedido em 06-11-2019

2.8. Criação de Conteúdos

Criação de conteúdo é a contribuição de informação para qualquer media, em especial para a media digital.

Conteúdo é “algo a ser expressado através de algum meio, como a fala, escrita ou qualquer uma das várias artes” por autoexpressão, distribuição, *marketing* e / ou publicação. Formas típicas de criação de conteúdo incluem fotografia, videografia, crítica *online*, edição e distribuição de media digital, manter e atualizar *websites*, blogs e contas de redes sociais (*Wikipédia*, 2017).

Durante o decorrer do estágio, realizei criação de conteúdo para as publicações diárias nas redes sociais (*Facebook* e *Instagram*) assim como *newsletters* (Apêndice IV - VI).

2.8.1. Publicações

Todos os dias eram realizadas publicações no *Facebook* do *EXTupendo.pt*, *EXTupendo.es* e ainda no *Instagram* do *EXTupendo*. De referir que esta planificação foi delineada pela empresa, tendo como objetivo avaliar os horários com maior interação por parte dos clientes. Desta maneira, era possível compreender os horários em que os mesmos demonstravam uma maior interação.

Nestas publicações, eram criados *posts* com frases ou receitas, exceto quando eram apresentados produtos. Em todas elas, o tipo de letra utilizado era o *Bebas Neue* e o respetivo tamanho variava dependendo do espaço ocupado. As imagens utilizadas nos *posts* não sofriam nenhuma alteração. Para facilitar a leitura da mensagem era colocada uma faixa de cor roxa correspondendo ao logótipo do *EXtupendo*. As imagens utilizadas eram retiradas dos sites *Pexels*¹² e *Pixabay*¹³, enquanto que, as imagens de produtos eram retiradas do *EXtupendo*¹⁴. As frases utilizadas eram retiradas do *Pinterest*¹⁵.

2.8.1.1. Publicação das 08h30

Esta publicação tinha como objetivo iniciar a interação do dia com o cliente. Era composta por uma frase bem como, uma imagem animada. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- *Facebook* do *EXtupendo.pt* (Figura 29);
- *Facebook* do *EXtupendo.es* (Figura 30);
- *Instastory* do *EXtupendo*.

¹² <https://www.pexels.com/>, acedido em 10-11-2019

¹³ <https://pixabay.com/pt/>, acedido em 10-11-2019

¹⁴ <https://extupendo.pt/>, acedido em 10-11-2019

¹⁵ <https://www.pinterest.pt/>, acedido em 10-11-2019



Figura 29 - Publicação das 08h30 do *EXTupendo.pt*
Fonte: *Facebook do EXTupendo.pt*

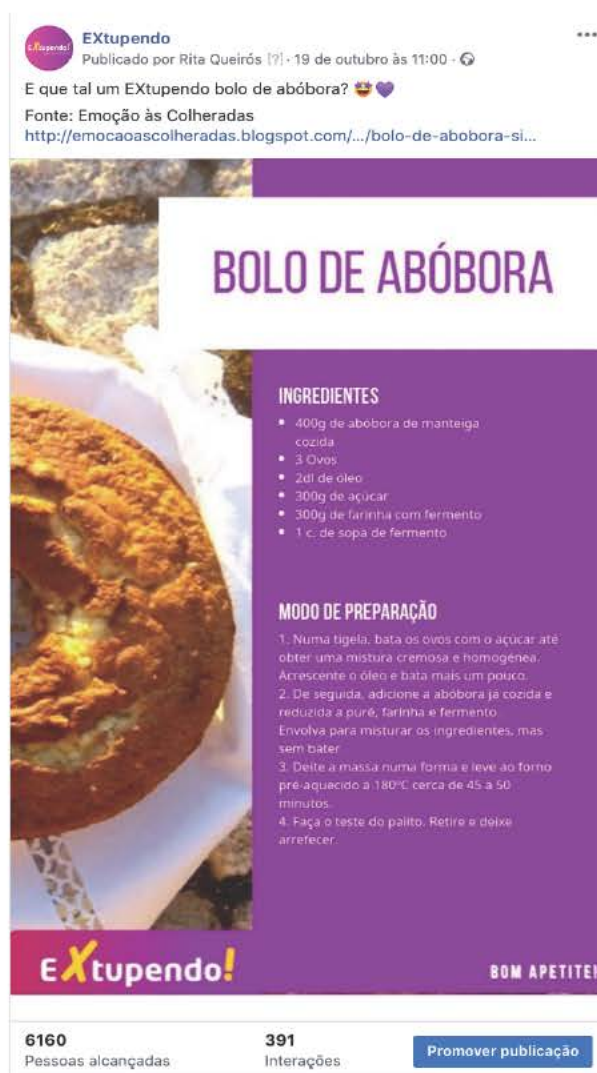


Figura 30 - Publicação das 08h30 do *EXTupendo.es*
Fonte: *Facebook do EXTupendo.es*

2.8.1.2. Publicação das 11h

Esta publicação tinha como objetivo partilhar receitas tradicionais portuguesas e estrangeiras com os clientes. Era composta pela receita bem como, uma imagem da mesma. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- Facebook do *EXtupendo.pt* (Figura 31);
- Grupo privado “Mulheres *EXtupendas!*” do *EXtupendo.pt*.



The image shows a Facebook post from the page 'EXtupendo'. The post is titled 'BOLO DE ABÓBORA' and includes a list of ingredients and a preparation method. The ingredients are: 400g de abóbora de manteiga cozida, 3 Ovos, 2dl de óleo, 300g de açúcar, 300g de farinha com fermento, and 1 c. de sopa de fermento. The preparation method consists of four steps: 1. Numa tigela, bata os ovos com o açúcar até obter uma mistura cremosa e homogênea. Acrescente o óleo e bata mais um pouco. 2. De seguida, adicione a abóbora já cozida e reduzida a puré, farinha e fermento. Envolve para misturar os ingredientes, mas sem bater. 3. Deite a massa numa forma e leve ao forno pré-aquecido a 180°C cerca de 45 a 50 minutos. 4. Faça o teste do palito. Retire e deixe arrefecer. The post has 6160 people reached and 391 interactions. The EXtupendo logo is visible at the bottom left, and 'BOM APETITE!' is at the bottom right.

EXtupendo
Publicado por Rita Queirós [?] · 19 de outubro às 11:00 · 🌐

E que tal um EXtupendo bolo de abóbora? 🍂💜

Fonte: Emoção às Colheradas
<http://emocaoascolheradas.blogspot.com/.../bolo-de-abobora-si...>

BOLO DE ABÓBORA

INGREDIENTES

- 400g de abóbora de manteiga cozida
- 3 Ovos
- 2dl de óleo
- 300g de açúcar
- 300g de farinha com fermento
- 1 c. de sopa de fermento

MODO DE PREPARAÇÃO

1. Numa tigela, bata os ovos com o açúcar até obter uma mistura cremosa e homogênea. Acrescente o óleo e bata mais um pouco.
2. De seguida, adicione a abóbora já cozida e reduzida a puré, farinha e fermento. Envolve para misturar os ingredientes, mas sem bater.
3. Deite a massa numa forma e leve ao forno pré-aquecido a 180°C cerca de 45 a 50 minutos.
4. Faça o teste do palito. Retire e deixe arrefecer.

EXtupendo! **BOM APETITE!**

6160 Pessoas alcançadas **391** Interações [Promover publicação](#)

Figura 31 - Publicação das 11h do *EXtupendo.pt*
Fonte: Facebook do *EXtupendo.pt*

2.8.1.3. Publicação das 12h30

Esta publicação tinha como objetivo partilhar as datas comemorativas do dia em questão com os clientes. Era composta pelo texto sobre a data bem como, uma imagem da mesma. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- *Facebook do EXtupendo.pt* (Figura 32);
- *Instagram do EXtupendo* (Anexo VI);
- *Instastory do EXtupendo*.

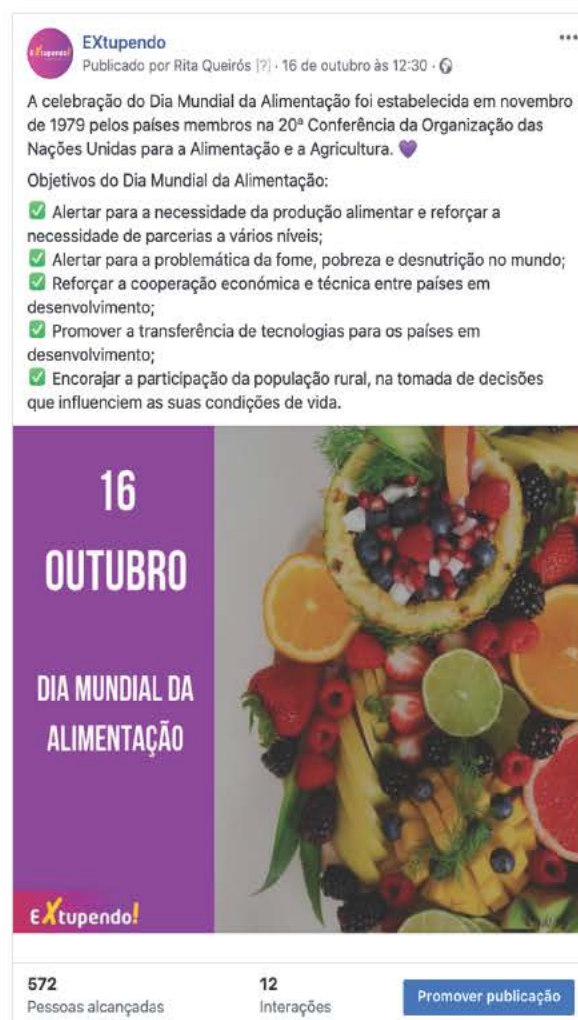


Figura 32 - Publicação das 12h30 do *EXtupendo.pt*
Fonte: *Facebook do EXtupendo.pt*

2.8.1.4. Publicação das 17h30

Esta publicação tinha como objetivo partilhar produtos da loja *online* com os clientes. Era composta por um texto com características sobre o produto bem como, uma imagem do mesmo. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- *Facebook* do *EXtupendo.pt* (Figura 33);
- *Facebook* do *EXtupendo.es* (Figura 34);
- Grupo privado “Mulheres *EXtupendas!*” do *EXtupendo.pt*;
- *Instastory* do *EXtupendo*;
- *Instagram* do *EXtupendo* (Apêndice III).



Figura 33 - Publicação das 17h30 do *EXtupendo.pt*
Fonte: *Facebook* do *EXtupendo.pt*

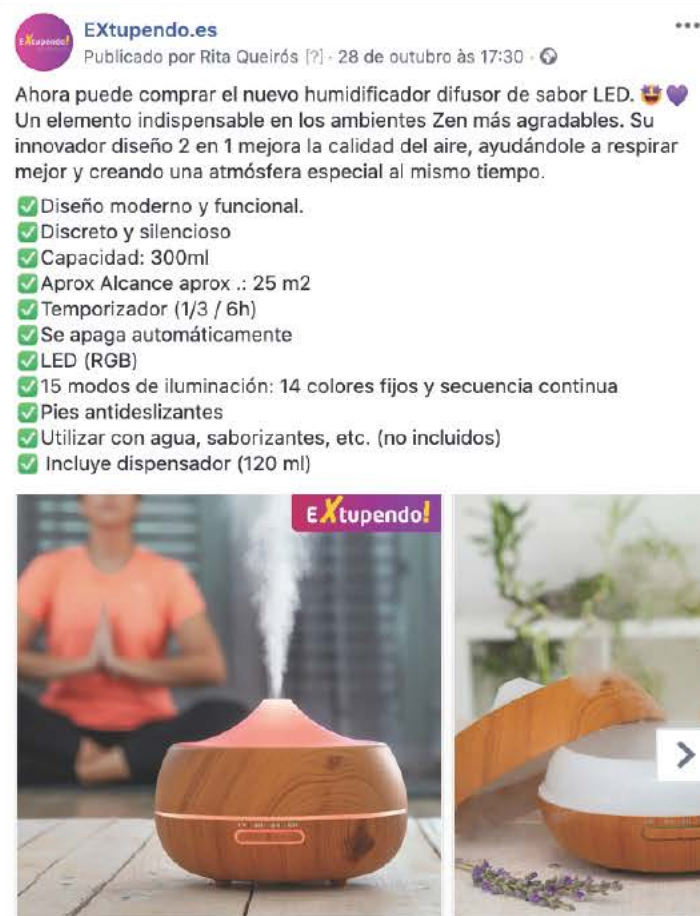


Figura 34 - Publicação das 17h30 do *EXTupendo.es*
 Fonte: Facebook do *EXTupendo.es*

2.8.1.5. Publicação das 19h

Esta publicação tinha como objetivo partilhar frases de inspiração e motivação com os clientes. Era composta por uma imagem bem como, uma frase. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- Facebook do *EXTupendo.pt* (Figura 35);
- Facebook do *EXTupendo.es* (Figura 36);
- Instastory do *EXTupendo*;
- Instagram do *EXTupendo* (Apêndice III).



Figura 35 - Publicação das 19h do *EXtupendo.pt*
Fonte: *Facebook do EXtupendo.pt*



Figura 36 - Publicação das 19h do *EXtupendo.es*
Fonte: *Facebook do EXtupendo.es*

2.8.1.6. Publicação das 20h30

Esta publicação tinha como objetivo partilhar produtos da loja *online* com os clientes. Era composta por um texto com características sobre o produto bem como, uma imagem do mesmo. Este *post* era publicado nos diferentes sítios:

- Facebook do EXtupendo.pt (Figura 37);
- Facebook do EXtupendo.es (Figura 38);
- Grupo privado “Mulheres EXtupendas!” do EXtupendo.pt;
- Instastory do EXtupendo;
- Instagram do EXtupendo (Apêndice III).



Figura 37 - Publicação das 20h30 do EXtupendo.pt
Fonte: Facebook do EXtupendo.pt



EXTupendo.es

Publicado por Rita Queirós [?] · 13 de outubro às 17:30 · 🌐

Gracias a la secadora eléctrica para zapatos EXTupendo, puedes secar tus zapatos rápida y fácilmente. Perfecto para acelerar el secado de los zapatos. Ideal para el invierno. ❤️

- ✅ Botón de encendido / apagado
- ✅ Resistencia al agua: IPX1
- ✅ Capacidad: 4 pares (8 zapatillas, zapatos, etc.)
- ✅ Aprox. Medidas aproximadas: 71 x 32 x 30 cm.
- ✅ Cable de alimentación: 130 cm aprox.

<https://extupendo.es/tendedero-secador-electrico-de-calzado...?>



Figura 38 - Publicação das 20h30 do EXTupendo.es

Fonte: Facebook do EXTupendo.es

2.8.2. Newsletter

A *newsletter* é uma ferramenta utilizada para comunicar de forma regular, com os seus subscritores, enviando a informação através de *e-mail*, podendo essa mesma mensagem conter texto simples ou uma estrutura composta por imagens e texto formatado.

Esta ferramenta costuma ser utilizada para divulgar produtos ou serviços, comunicar um evento ou ainda, realizar campanhas de *remarketing*, tal como o carrinho abandonado, para além da típica comunicação transacional (confirmação de encomenda, envio, etc.) (E-Goi, 2018).

Durante o decorrer do estágio, foram realizadas quatro *newsletters*:

- Mulheres *Extupendas* (Figura 39);
- Regresso às aulas – Roupas e Calçado (Apêndice IV);
- Acessórios de Desporto (Apêndice V);
- Halloween (Apêndice VI).



Figura 39 - Newsletter "Mulheres *Extupendas*"

Todas estas *newsletters* são compostas por uma capa apresentando o tema da mesma e por produtos que se encontravam em desconto no momento, incluindo o nome do produto, imagem, valor original e valor atual respectivos.

Todo o *layout* das mesmas já estava criado pela empresa e por isso, eu apenas tinha de pegar num exemplo de *newsletter* anteriormente utilizado e alterar os produtos, informações e imagens consoante o tema escolhido.

Para a criação destas, era utilizada a plataforma *Getresponse*, através da conta do *EXtupendo*.

Reflexão Final

Na finalização da licenciatura, a concretização de um estágio curricular é crucial no futuro de qualquer aluno, pois este será o primeiro contacto com o mundo do trabalho. A licenciatura em Comunicação Multimédia, transmite-nos conhecimentos e ferramentas de forma a que cada aluno tenha a possibilidade de ingressar no mundo de trabalho. O estágio curricular é uma mais valia, pois permite ao aluno ter uma experiência onde pode colocar em prática as suas capacidades e conhecimentos, concluindo assim, esta etapa de formação académica.

De modo a concluir a minha licenciatura, optei por realizar o estágio curricular na empresa Facestore, onde acabei por participar no projeto mais recente, “*EXTupendo!*”.

Durante os três meses de estágio, tive como funções a gestão de redes sociais, criação de conteúdo, bem como apoio ao *marketing* digital, o que me permitiu ir além das minhas capacidades, sair da zona de conforto e aprofundar / obter ainda mais conhecimentos.

Através desta *EXTupenda* oportunidade, adquiri capacidades e conhecimentos que a licenciatura por si só não me poderia proporcionar. Trabalhar diretamente com os clientes, criar conteúdo diário e fazer a gestão de redes sociais, entre outros, foram mais valias para o meu enriquecimento pessoal e profissional.

Enquanto aluna finalista e estagiária, concluo que estas são duas fases / realidades que se complementam e que permitem assim, que os alunos se preparem a nível teórico, prático e ainda psicológico para um novo mundo. O mundo do trabalho!

Como conclusão, a minha licenciatura em Comunicação Multimédia e o meu estágio curricular na Facestore, alargaram os meus horizontes e tornaram-me mais consciente da realidade, ajudando-me a crescer enquanto ser humano e profissional na área.

Hoje, sinto-me uma pessoa mais experiente, mais confiante e capaz de demonstrar os meus conhecimentos e capacidades adquiridas ao novo mundo. Mundo esse, que me espera e sobre o qual me sinto ansiosa e expectante.

Referências Bibliográficas

Canva (2019). Welcome to Canva. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://support.canva.com/getting-started/canva-ntro/welcome-to-canva/>.

Casas, A. L. L. (2007). Marketing de Serviços. (5ª edição) São Paulo: Atlas.

Chrome Web Editor (2018). Ribbet Photo Editor. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://chrome.google.com/webstore/detail/ribbet-photo-editor/bikpkcdadljalhghbbipfkkhocppkhob?hl=en>.

Daychouw, M. (2007). 40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento. Rio de Janeiro: Brasport.

E-Goi (2018). O que é uma Newsletter, para que serve e como fazer sem custos”. Consultado a 08/Nov, 2019 em <https://blog.e-go.com/pt/o-que-e-uma-newsletter/>.

EuDigital (2018). As Vantagens das Redes Sociais para Empresas. Consultado a 16/Nov, 2019 em <https://eudigital.pt/vantagens-das-redes-sociais-empresas/>.

EZ4U (2019). SMS Para Todos os Destinos ao Preço Mais Competitivo do Mercado. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://www.ez4uteam.com/sms/>.

Freire, A. (2006). Estratégia - Sucesso em Portugal. Lisboa/São Paulo: Verbo.

GetResponse (2019). Email Marketing. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://www.getresponse.com/features/email-marketing>.

Instagram (2019). O que é o Instagram. Consultado a 06/Nov, 2019 em <https://help.instagram.com/424737657584573>.

Klickpages | Blog (2018) Gestão de Redes Sociais: como estar no lugar certo e na hora exata para sua audiência. Consultado a 07/Nov, 2019 em <https://klickpages.com.br/blog/gestao-de-redes-sociais/>.

Kotler, P. (2010). Marketing 3.0 - As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier.

Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; Rodrigues, J. (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing (10ª edição.). Lisboa: Dom Quixote.

Machado, D. (2009). Filosofia institucional: Missão, Visão, Valores do sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Tese de pós-graduação.

Martins, D. (2017). A força transformadora da comunicação interna. Porto Alegre: Simplíssimo.

Adobe (2019). Adobe Premiere Pro. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://www.adobe.com/products/premiere.html>.

Rodrigues, L. (2016). Comunicação: Riscos e Oportunidades. (1ª edição). Porto: Media XXI – Publishing, Research and Consulting.

Santana, S. (2007). Estrutura Organizacional de uma empresa de projetos: O caso da plena engenharia. Salvador: Universidade Federal de Bahia.

Small Business Trends (2018). How to Use the Psychology of Colors When Marketing. Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://smallbiztrends.com/2014/06/psychology-of-colors.html>.

Slack (2019). O que é o Slack? Consultado a 05/Nov, 2019 em <https://slack.com/intl/pt-pt/help/articles/115004071768-what-is-slack->.

Wikipédia (2017). Criação de Conteúdo. Consultado a 08/Nov, 2019 em https://pt.wikipedia.org/wiki/Cria%C3%A7%C3%A3o_de_conte%C3%BAdo.

Zanelli, J. e Silva, N. (2008). Interação Humana e Gestão - a construção psicossocial das organizações de trabalho. Brasil: All Books Casa do Psicólogo.

ANEXOS)

Lista de Anexos

Anexo I	Plano de Estágio
----------------	------------------

ANEXO I)

Plano de Estágio)

<p>IPG Politécnico da Guarda Polytechnic of Guarda</p>	<h2 style="margin: 0;">PLANO DE TRABALHO</h2> <p>Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados</p>	<p>MODELO GESP.004.05</p> <p>Ano Letivo <u>2018/2019</u></p>																																			
<p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p>																																					
<table style="width: 100%; border: 1px solid black;"> <tr> <td style="width: 15%;">Escola:</td> <td style="width: 25%;"><input checked="" type="checkbox"/> ESECD</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/> ESS</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/> ESTG</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/> ESTH</td> </tr> <tr> <td>Tipologia:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Curricular</td> <td><input type="checkbox"/> Extracurricular</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/> Outro: _____</td> </tr> <tr> <td colspan="5">Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</td> </tr> <tr> <td colspan="5">Informação adicional: (se aplicável)</td> </tr> <tr> <td>Designação</td> <td colspan="4">_____</td> </tr> <tr> <td>Ano curricular:</td> <td><u>3º</u></td> <td>Semestre: <u>2º</u></td> <td><input type="radio"/> 1.º período</td> <td><input type="radio"/> 2.º período</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td><input type="radio"/> 3.º período</td> <td></td> </tr> </table>			Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH	Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____		Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____					Informação adicional: (se aplicável)					Designação	_____				Ano curricular:	<u>3º</u>	Semestre: <u>2º</u>	<input type="radio"/> 1.º período	<input type="radio"/> 2.º período				<input type="radio"/> 3.º período	
Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH																																	
Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____																																		
Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____																																					
Informação adicional: (se aplicável)																																					
Designação	_____																																				
Ano curricular:	<u>3º</u>	Semestre: <u>2º</u>	<input type="radio"/> 1.º período	<input type="radio"/> 2.º período																																	
			<input type="radio"/> 3.º período																																		
1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES																																					
<p>Estudante: <u>Rita Maria de Figueiredo Queirós</u> N.º de estudante: <u>5008985</u></p> <p>Docente orientador(a): <u>Carlos Beigas</u></p> <p>Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Bruna Nunes</u></p>																																					
2. PLANO DE TRABALHO																																					
<p><u>No âmbito do estágio curricular da aluna Rita Queirós, a facestone propõe a implementação e desenvolvimento dos seguintes elementos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <u>→ Gestão de Redes Sociais;</u> <u>→ Gestão de Clientes;</u> <u>→ Criação de conteúdo;</u> <u>→ Apoio ao Marketing Digital;</u> 																																					
3. ASSINATURAS																																					
<p>O(A) Estudante</p> <p><u>20/08/2019</u></p> <p style="text-align: center;">D D M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"> (assinatura)</p>	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p><u>24/09/2019</u></p> <p style="text-align: center;">D D M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"> (assinatura)</p>	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <p><u>20/08/2019</u></p> <p style="text-align: center;">D D M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"> (assinatura e carimbo)</p>																																			

APÊNDICES)

Lista de Apêndices)

Apêndice I	Canais de Venda
Apêndice II	Gestão das Páginas de <i>Facebook</i>
Apêndice III	<i>Instagram</i> do <i>EXtupendo</i>
Apêndice IV	<i>Newsletter</i> “Retorno às aulas – Roupas e Sapatos”
Apêndice V	<i>Newsletter</i> “Acessórios de Desporto”
Apêndice VI	<i>Newsletter</i> “ <i>Halloween</i> ”

APÊNDICE I)

Canais de Venda do *EXtupendo* -

facestore

Produtos

Encomendas

Cientes

Layout

Marketing

Vales de Desconto

Pixeis de Conversão

Redes Sociais

Canais de venda

Newsletters

SEO

Configurações

Canais de venda

ALTERAR PLANO

Guia Rápido

0

Fica a dica: Dependendo do plano que possuir poderá adicionar novos canais de venda aos seus produtos. Em alguns casos, como no Instagram, será necessário realizar algumas configurações. Siga as nossas instruções.

facebook

Ativo

ON

Loja Mobile

Ativo

ON

Loja Desktop

Ativo

ON

Instagram

Ativo

ON

Google Shopping

Ativo

ON

Pinterest

Ativo

OFF

Precisa de ajuda? Aceda à [Central de Apoio ao Cliente](#)

APÊNDICE II)

Gestão das Páginas de *Facebook* -

EXTupendo

RitaPágina inicialEncontrar amigosCriar

PáginaCaixa de Entra...CompromissosGerir EmpregosNotificaçõesEstatísticasMais

DefiniçõesAjuda

Pessoas e outras Páginas

Público preferencial da Página

Conteúdos de marca

Instagram

Em destaque

Caixa de Suporte da Página

Pagamentos

Definições de compromissos

Registo de Atividade

Proprietário da Página

Os administradores da empresa Facestore podem gerir cargos e outras permissões nesta Página.

Facestore

Cargos da Página existentes

Editor

Pode publicar e enviar mensagens do Messenger em nome da Página, responder a e eliminar comentários na Página, criar anúncios, ver quem criou uma publicação ou comentário, publicar no Facebook a partir do Instagram e ver as estatísticas. Se existe uma conta do Instagram associada à Página, pode publicar no Instagram a partir do Facebook, responder a e eliminar comentários, enviar mensagens privadas, sincronizar as informações de contacto do negócio e criar anúncios.

Rita Queirós

Editor

Editar

Ruben Amaro

Editor

Editar

Diogo Granja

Editor

Editar

Nomes de Apresentação

Mostra quem está a enviar mensagens a partir da tua Página

Não

Diz às pessoas quem enviou uma mensagem em nome da tua Página. Podes escolher a forma como o teu nome aparece no Messenger.

AS TUAS PÁGINAS

EXTupendo.es

EXTupendo

CONTACTOS

CONVERSAS DE GRUPO

Criar grupo novo

MAIS CONTACTOS (2)

Pesquisa

EXTupendo.es

RitaPágina inicialEncontrar amigosCriar

PáginaCaixa de EntradaCompromissosNotificaçõesEstatísticasFerramentasMais

DefiniçõesAjuda

Conteúdos de marca

Instagram

Em destaque

Caixa de Suporte da Página

Pagamentos

Definições de compromissos

Registo de Atividade

Cargos da Página existentes

Administrador

Pode gerir todos os aspetos da Página. Pode publicar e enviar mensagens do Messenger em nome da Página, responder a e eliminar comentários na Página, publicar no Instagram a partir do Facebook, criar anúncios, ver quem criou uma publicação ou comentário, ver as estatísticas e atribuir cargos da Página. Se existir uma conta do Instagram associada à Página, pode responder a e eliminar comentários, enviar mensagens privadas, sincronizar as informações de contacto do negócio e criar anúncios.

Paulo Solinho Barbosa

Administrador

Editar

Bruna Nunes

Administrador

Editar

Editor

Pode publicar e enviar mensagens do Messenger em nome da Página, responder a e eliminar comentários na Página, criar anúncios, ver quem criou uma publicação ou comentário, publicar no Facebook a partir do Instagram e ver as estatísticas. Se existir uma conta do Instagram associada à Página, pode responder a e eliminar comentários, enviar mensagens privadas, sincronizar as informações de contacto do negócio e criar anúncios.

Rita Queirós

Editor

Editar

Nomes de Apresentação

Mostra quem está a enviar mensagens a partir da tua Página

Não

Diz às pessoas quem enviou uma mensagem em nome da tua Página. Podes escolher a forma como o teu nome aparece no

AS TUAS PÁGINAS

EXTupendo.es

EXTupendo

CONTACTOS

CONVERSAS DE GRUPO

Criar grupo novo








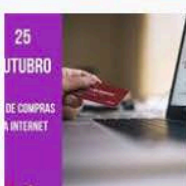
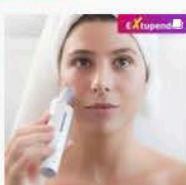
Pesquisa

APÊNDICE III)












Instagram do EXtupendo -












PELE		EXTUPENDA!
SE PACIENTE TUDO VEM NO MOMENTO CERTO		30 OUTUBRO NACIONAL DE PREVENÇÃO DO CÂNCER DA MAMA
CORPO		EXTUPENDO!
ORGANIZAÇÃO		EXTUPENDA!
	29 OUTUBRO DIA MUNDIAL DO AVC	
ROUPA		EXTUPENDA!
CASA		EXTUPENDA!
SE A TUA COMPAIXÃO NÃO TE INCLUI, ESTÁ INCOMPLETA		28 OUTUBRO DIA MUNDIAL DA TERCEIRA IDADE
ESPRESSO		EXTUPENDO!

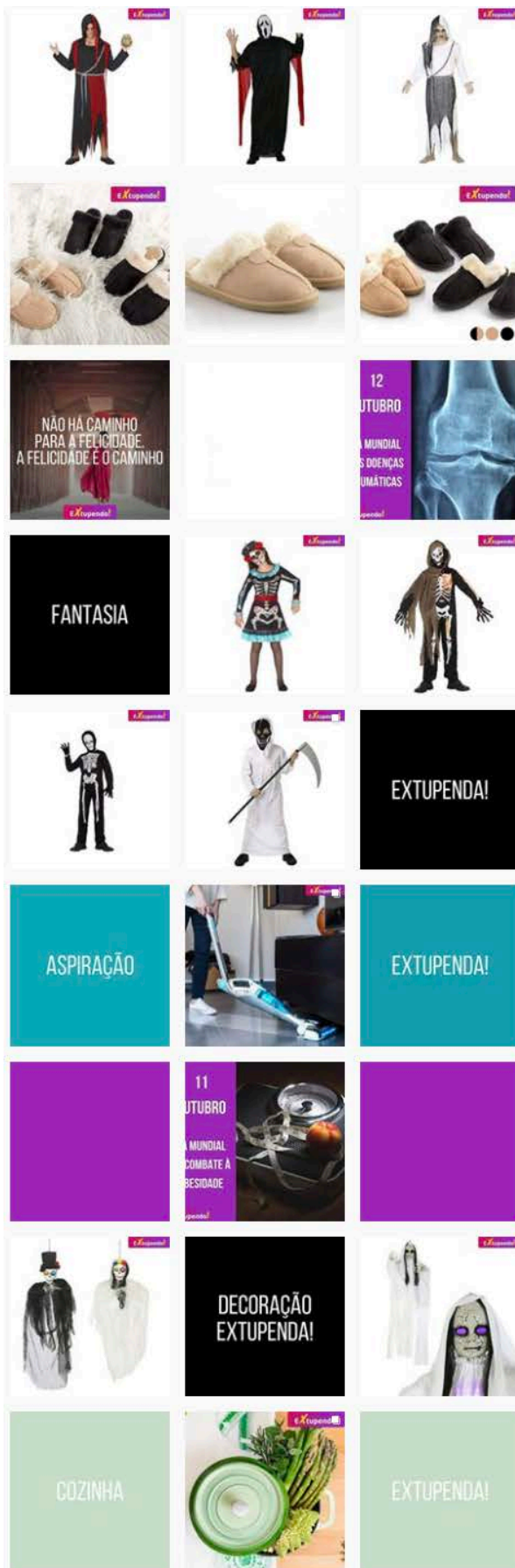
QUARTO DE BANHO		EXTUPENDO!
		
DECORAÇÃO		EXTUPENDA!
		
BALANÇA		EXTUPENDA!
TREINO		EXTUPENDO!
CHÃO		EXTUPENDO!
		
PELE		EXTUPENDA!

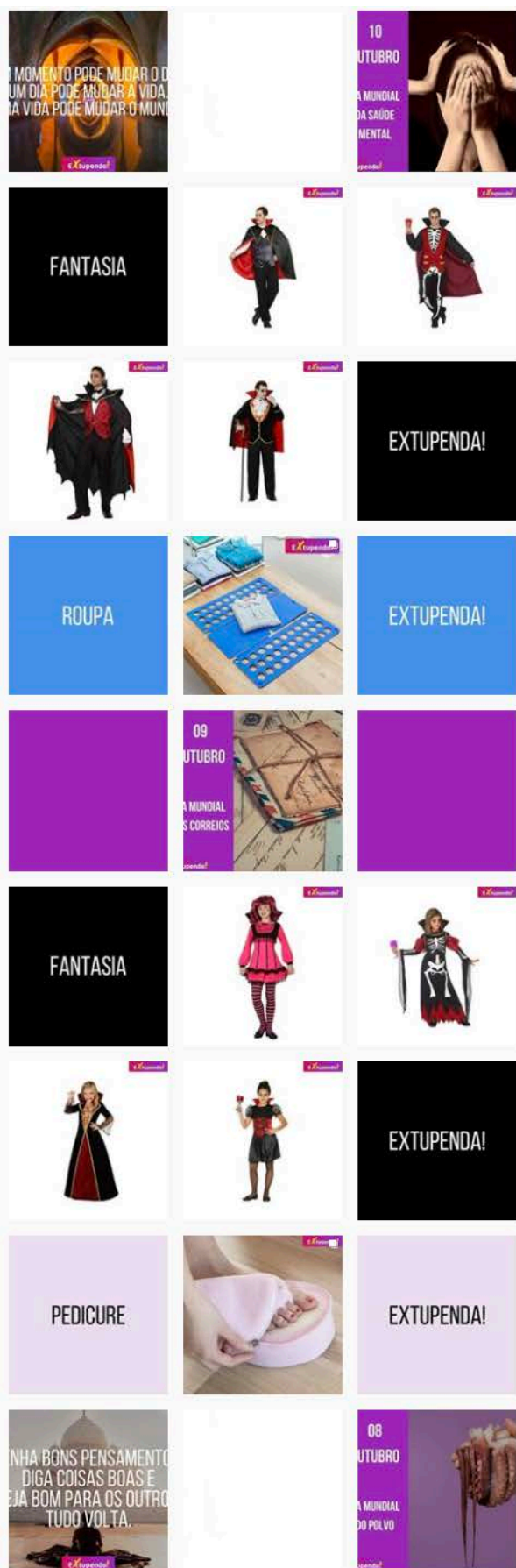
PEDICURE		EXTUPENDA!
AMOR VERDADEIRO NASCE DA COMPREENSÃO		24 UTUBRO DO EXERCITO PORTUGUES
RELAXAMENTO		EXTUPENDO!
ESTENDEDOR		EXTUPENDO!
	23 UTUBRO A DO SIGNO SCORPIO	
VEGETAIS		EXTUPENDOS!
ASPIRAÇÃO		EXTUPENDA!
SE QUERES MESMO MUDAR O MUNDO, VAI PARA CASA E AMA A TUA FAMILIA		22 UTUBRO DIA INTERNACIONAL DA CASHEZ
UNHAS		EXTUPENDAS!

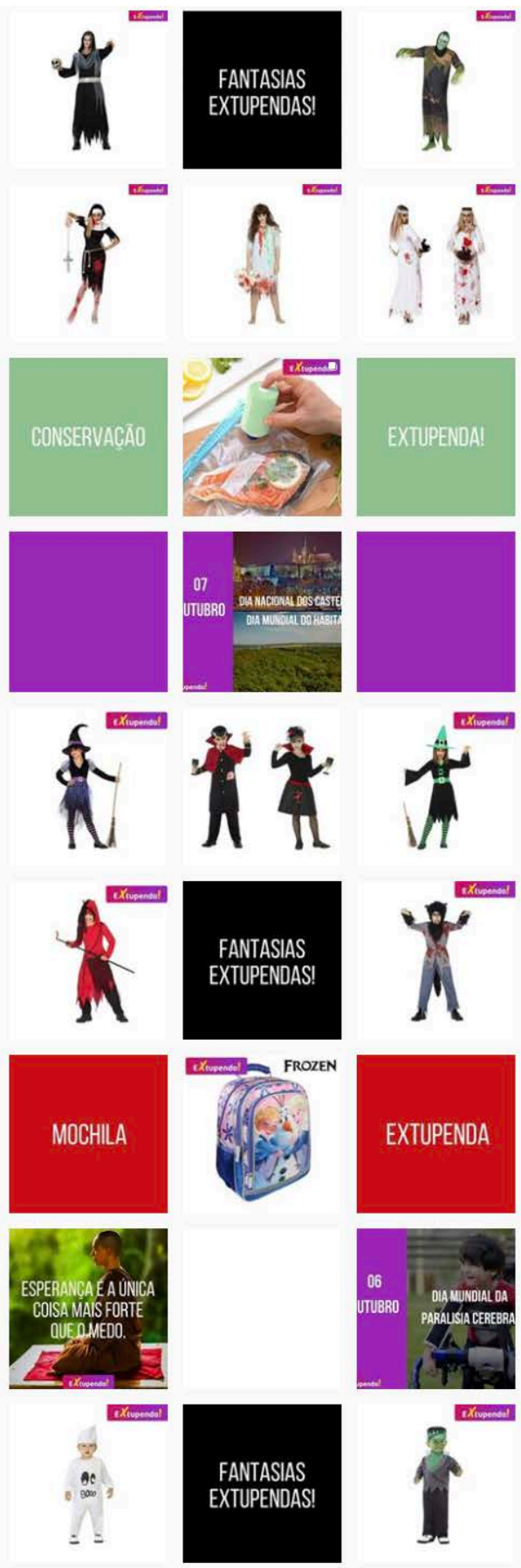
ASPIRAÇÃO		EXTUPENDA!
	<div>21</div> <div>UTUBRO</div> <div>DIA INTERNACIONAL DA MAÇA</div> <div></div> <div>pendo!</div>	
APARÊNCIA		EXTUPENDA!
DEPILAÇÃO		EXTUPENDA!
		<div>20</div> <div>UTUBRO</div> <div>MUNDIAL DO LUTA AO BULLYING</div> <div></div> <div>pendo!</div>
ALTIFALANTE		EXTUPENDO!
PICADOR		EXTUPENDO!
	<div>19</div> <div>UTUBRO</div> <div>DIA INTERNACIONAL DO PREGUIÇA</div> <div></div> <div>pendo!</div>	
DISPENSADOR		EXTUPENDO!



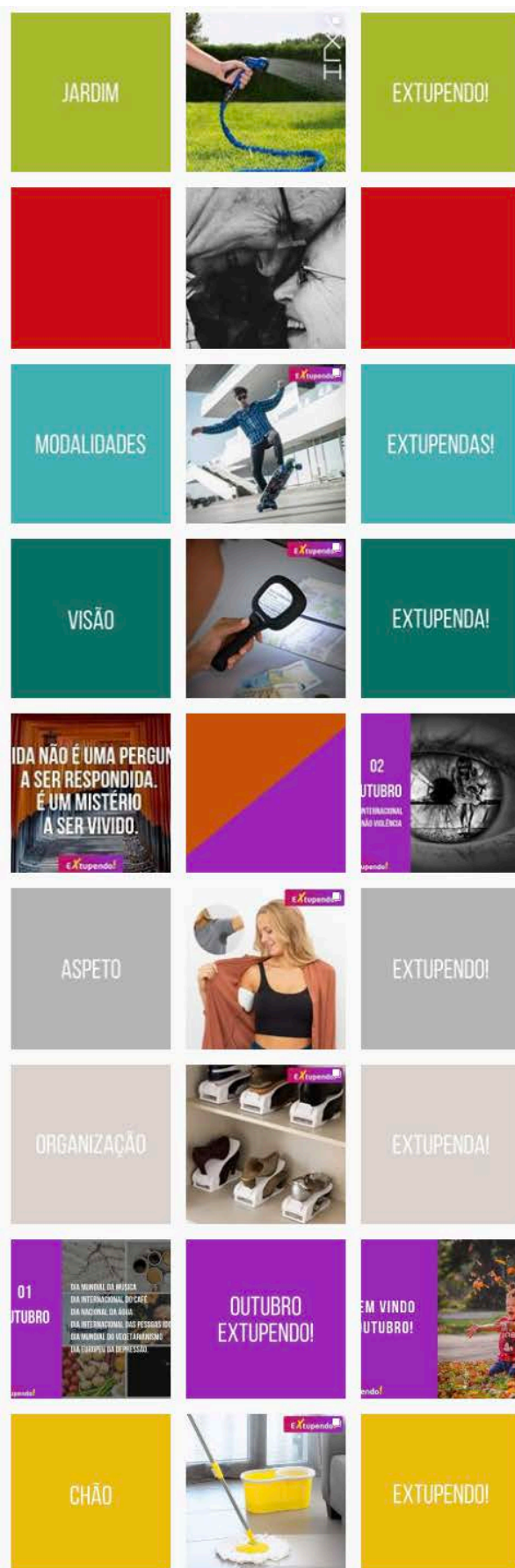
AQUECEDOR		EXTUPENDO!
	15 OUTUBRO MUNDIAL DA LAVAGEM DE MÃOS	
TRITURADOR		EXTUPENDO!
CHALEIRA		EXTUPENDA!
TU ÉS FILHOTA DO UNIVERSO, NADA MENOS QUE AS ÁRVORES E AS ESTRELAS		14 OUTUBRO DIA DO CROQUISTA
		
AQUECEDOR		EXTUPENDO!
	13 OUTUBRO DIA INTERNACIONAL REDUÇÃO DAS TÁSTIFRES	
	FANTASIAS EXTUPENDAS!	











CASA



EXTUPENDA!

PERFUME



EXTUPENDO!

CONJUNTO DE PINCEIS



EXTUPENDO!

OVOS



EXTUPENDOS!

TÁBUA



EXTUPENDA!

LIMPEZA DE PELE



EXTUPENDA!



CREMES EXTUPENDOS!



Audição



eXtupenda!

LÍNGUAS



eXtupenda!

APÊNDICE IV)

***Newsletter* “R regresso às aulas – Roupas)
e Calçado”)**

APÊNDICE V)

Newsletter “Acessórios de Desporto”)































€Xtupendo!



Accessories de Desporto Exatupendo!

Descontos até 16% em Accessories de Desporto!

Accessories de Desporto Exatupendo!

 Sapatilhas Casuais Homens New Balance €1.876	 Fato de Treino Mulher Reebok €6.436	 Fato de Treino Criança Nike €1.704
 Fato de Treino (12M) Nike €6.496	 Fato de Treino (12M) Nike €7.436	 Sapatilhas Casuais Homens New Balance €6.596
 Sapatilhas de Corrida Nike €7.436	 Sapatilhas de Corrida Adidas €6.596	 Sapatilhas de Corrida Nike €6.596
 Top de Alças Mulher New Balance €1.196	 Capções de Criança Nike €1.196	 Mouche de Criança Reebok €1.196
 Leggings de Criança Adidas €1.196	 Sapatilhas de Corrida Nike €1.196	 T-shirt Homens New Balance €1.196
 T-shirt Mulher Reebok €1.196	 Sapatilhas de Corrida Nike €1.196	 Sapatilhas de Corrida Reebok €1.196
 Sapatilhas de Futebol Nike €1.196	 Equipamento de Futebol Criança New Balance €1.196	 T-shirt de Futebol Real Madrid Adidas €1.196
 Equipamento de Futebol Criança Adidas €1.196	 Sapatilhas de Futebol Criança Munch €1.196	 Sapatilhas Casuais Homens New Balance €1.196
 Sapatilhas Casuais Mulher New Balance €1.196	 Camiseta de Futebol Adidas €1.196	 Sapatilhas Casuais Criança New Balance €1.196
 Sapatilhas Casuais Nike €1.196	 Sapatilhas Casuais Nike €1.196	 Sapatilhas Casuais Nike €1.196



BOLA DE FUTEBOL, ATLETICO DE MADRID
NIKE
€17.39€



LINHA DE GUARDA-REDES JUNIOR
NIKE
€11.44€



BOLA DE FUTEBOL, LA LIGA
NIKE
€17.09€

Reservar

APÊNDICE VI)

Newsletter “Halloween” -

