



IPG Politécnico
| da | Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Cláudia Cecília Pereira Mendes

dezembro | 2019





Escola Superior Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CLÁUDIA CECÍLIA PEREIRA MENDES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA
EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

DEZEMBRO DE 2019

Sem sonhos, a vida não tem brilho.

Sem metas, os sonhos não têm alicerces.

Sem prioridades, os sonhos não se tornam reais.

Sonhe, trace metas, estabeleça prioridades e corra riscos para executar os seus sonhos.

Melhor é errar por tentar do que errar por se omitir!

Augusto Cury¹

¹ Retirado do site: <https://www.pensador.com/frase/NTUxOTQy/>, no dia 3 de setembro

Ficha de identificação

Discente: Cláudia Cecília Pereira Mendes

Número de Aluna: 5008865

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto –
Instituto Politécnico da Guarda

Orientador de Estágio: Professora Doutora Carla Ravasco

Entidade de acolhimento: Oxy Agency

Morada: Av. do Forte 8 O1, Carnaxide

Telefone: 210 179 400

E-mail: info@oxy.agency

Site: <https://oxy.agency>

Supervisor do estágio na organização: David Pinheiro

Habilitações literárias: Licenciado em Publicidade e Relações Públicas

Cargo: *Business Director*

Duração do estágio: 3 meses

Data de início do estágio: 8 de julho de 2019

Data do fim do estágio: 8 de outubro de 2019

Agradecimentos

Com o término deste relatório, não posso deixar de agradecer a todos aqueles que, direta ou indiretamente, me acompanharam nesta jornada tão importante da minha vida.

Em primeiro lugar, ao Instituto Politécnico da Guarda por estes três anos tão magníficos de partilha de conhecimentos e aprendizagem.

Ao Professor Doutor Handerson Engrácio, por toda a disponibilidade como diretor de curso, bem como pela transmissão de sabedoria e por conseguir despertar, em nós alunos, o interesse pelas aulas e como estas podem ser belas.

À professora Doutora Carla Ravasco, pelo apoio e carinho ao longo dos três anos, como pela disponibilidade ao longo destes três meses de estágio. Existem pessoas nas nossas vidas que nunca serão esquecidas.

Ao meu supervisor, David Pinheiro, e aos meus colegas de trabalho, Andreia Rocha, Inês Romão, Diogo Franco, Joana Luna, Tiago Sena, Zhara Ali, Andrea Monteiro por me mostrarem que é possível ser uma equipa imbatível, pelo incentivo e valorização desde o primeiro dia de estágio.

As minhas amigas que tornaram este percurso sensacional, Daniela Guilherme, Mónica Teixeira, Inês Paiva e Rosário Carrilho as conquistas ao vosso lado têm outro sabor.

Aos meus amigos mais antigos, Inês Freitas, Fernando Bior, Débora Gonçalves, Rita Miguel, Catarina Castro, Benedita Morim e Diogo Gonçalves pela prova de que embora cada um tenha o seu caminho, o percurso do mesmo é sempre feito em conjunto

À minha mãe, Natália Pereira e ao meu irmão, Paulo Mendes por todo o apoio diário e por a cada dia me incentivarem a ser melhor, e acima de tudo por confiarem e acreditarem nas minhas conquistas.

Aos meus avós, Álvaro Pereira e Maria da Silva, e aos meus tios Filipa Mendes e Carlos Marques por estarem sempre ao meu lado, como um suporte, a levantarem-me sempre

que tento desistir de algum sonho.

A uma pessoa que nunca será esquecida, embora não esteja presente fisicamente, o meu pai, Francisco Mendes, por todos os dias me acompanhar e me dar a mão nas vitórias e nas derrotas.

Ao meu namorado, Pedro Gonçalves, por me mostrar que o amor é também companheirismo, amizade e por me provar que a conquista ao seu lado tem um sabor vitorioso muito mais intenso.

A todos, um obrigada sincero!

Resumo

O estágio curricular realizado na agência de *marketing* digital, *Oxy Agency*, o presente relatório de estágio, tem como principal finalidade retratar todas as atividades desenvolvidas, com o auxílio dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura de Comunicação e Relações Públicas.

As tarefas realizadas consistiram na gestão de redes sociais de alguns dos clientes da agência, planeamento, criação e calendarização de conteúdos digitais nas diversas redes, gestão de comunidades e o contacto com o cliente. Uma outra função consistiu na análise de *performance* que se baseia em observar o impacto da estratégia implementada em todas as redes sociais, e por consequência estes dados permitem a elaboração de relatórios mensais com base nas métricas analisadas. Foi também uma das minhas tarefas recolher fotografias para um cliente da *Oxy*, com a finalidade de enriquecer a rede social em questão.

Com este relatório pretendo expor de uma forma global, as aptidões, conhecimentos e atitudes adquiridas e toda a sua importância para um desempenho no futuro na área de Comunicação e Relações Públicas.

Palavras Chaves: Comunicação, Relações Públicas, *Oxy Agency*, *Marketing* digital, Redes sociais

Índice Geral

| | |
|---|------|
| Ficha de identificação | i |
| Agradecimentos | ii |
| Resumo | iv |
| Índice Geral | v |
| Índice de Figuras | vii |
| Índice de Tabelas | vii |
| Lista de acrónimos e siglas | viii |
| Introdução | 1 |
| Capítulo I - Caracterização da Organização | 2 |
| 1. Apresentação da empresa acolhedora | 3 |
| 1.1. Localização | 3 |
| 1.2. Missão, Visão e Valores | 4 |
| 1.2.1 Missão | 4 |
| 1.2.2 Visão..... | 5 |
| 1.2.3 Valores | 5 |
| 1.3 História da Agência | 6 |
| 1.4 Caracterização Interna | 6 |
| 1.5 Composição da Oxy | 7 |
| 1.6 Estrutura Organizacional | 8 |
| 2. Soluções..... | 9 |
| 2.1 <i>Marketing</i> programático | 10 |
| 2.2 <i>Web design</i> | 10 |
| 2.3 <i>Apps</i> | 11 |
| 2.4 <i>Email Marketing</i> | 11 |
| 2.5 Geração de <i>Leads</i> | 12 |
| 2.6 <i>Content marketing</i> | 13 |
| 2.7 <i>Social Media</i> | 14 |
| 2.8 <i>Seo</i> | 15 |
| 2.9 <i>SEM</i> | 15 |
| 2.10 Gestão de contas PPC | 16 |
| 3 Identidade Visual..... | 16 |
| 3.1 Nome..... | 17 |
| 3.2 Logótipo..... | 17 |
| 3.3 Ícones | 19 |

| | |
|---|----|
| 4. Comunicação | 19 |
| 4.1 Comunicação Interna | 20 |
| 4.1.2 <i>E-mail</i> | 20 |
| 4.1.3 <i>Project Manager</i> | 21 |
| 4.1.4 <i>Skype</i> | 22 |
| 4.2 Comunicação Externa | 22 |
| 4.2.1 <i>Site</i> | 23 |
| 4.2.2 Redes sociais: <i>Facebook e Instagram</i> | 23 |
| 5. Análise <i>Swot</i> | 24 |
| 6. <i>Marketing</i> digital | 26 |
| 7. Redes sociais | 28 |
| Capítulo II- O Estágio | 30 |
| 1. Plano de estágio | 31 |
| 1.1 Receção e acolhimento | 31 |
| 1.2 Objetivos do estágio..... | 32 |
| 2. Atividades desenvolvidas | 33 |
| 2.1 Pesquisa e recolha de conteúdos | 33 |
| 2.2 Definir o nosso público-alvo..... | 34 |
| 2.3 Planeamento de Conteúdos | 36 |
| 2.4 Criação de Conteúdos Digitais | 36 |
| 2.4.1 Criação de conteúdos no <i>Canva</i> | 37 |
| 2.5 Calendarização de Conteúdos nas redes sociais | 38 |
| 2.5.1 Publicações no <i>Instagram</i> | 39 |
| 2.5.2 Publicação no <i>Facebook</i> | 40 |
| 2.6 Contacto com os clientes | 42 |
| 2.7 <i>Copywriter</i> nas redes sociais..... | 43 |
| 2.8 Gestão de comunidades..... | 43 |
| 2.9 Análise de <i>performance</i> | 43 |
| 2.11 Recolha de fotografias para a rede social Hã-burgueria | 45 |
| Reflexão Final | 47 |
| Bibliografia | 49 |
| Anexos | |
| Apêndices | |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1- Localização da Empresa Acolhedora | 3 |
| Figura 2- Localização da Oxy Agency..... | 4 |
| Figura 3-Organograma Oxy Agency | 9 |
| Figura 4- Logótipo verde Oxy Agency | 18 |
| Figura 5- Logótipo azul Oxy Agency | 18 |
| Figura 6- Logótipo laranja Oxy Agency | 18 |
| Figura 7- Ícones Oxy Agency | 19 |
| Figura 8-E-mail Profissional Oxy Agency | 21 |
| Figura 9- Software Project Manager | 21 |
| Figura 10-Simulação de um pedido no PM | 22 |
| Figura 11-Página do Site Oficial Oxy Agency..... | 23 |
| Figura 12- Página de Facebook Oxy Agency..... | 24 |
| Figura 13-Página de Instagram da Oxy Agency | 24 |
| Figura 14- Publicação de dia 17 de Maio, da Lisbon School of Design | 33 |
| Figura 15- Publicação de dia 29 de março da FLAG | 34 |
| Figura 16- Publicação dia 1 de agosto da NaturaLar | 35 |
| Figura 17-Publicação da Hã- Burgueria no dia 14 de setembro..... | 35 |
| Figura 18- Google Drive | 36 |
| Figura 19- Post sobre a presença da Restart na Comic Com..... | 37 |
| Figura 20- Post sobre a presença da Restart no Festival Vilar de Mouros..... | 37 |
| Figura 21-Post de uma frase inspiracional para a Restart | 38 |
| Figura 22- Agendamento de publicações pelo Swonkie | 39 |
| Figura 23- Publicação Instagram Hã-burgueria | 39 |
| Figura 24- Publicação no Instagram da Oxy Agency..... | 40 |
| Figura 25- Publicação Instagram Restart | 40 |
| Figura 26-Publicação Facebook Restart..... | 41 |
| Figura 27- Publicação Facebook NaturaLar..... | 41 |
| Figura 28- E-mail para o cliente Restart | 42 |
| Figura 29- Hambúrguer Chèvre | 45 |
| Figura 30-Salada de Frango | 46 |
| Figura 31-Hambúrguer de Salmão | 46 |

Índice de Tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1- Análise SWOT Oxy Agency | 25 |
|---|----|

Lista de acrónimos e siglas

CPC- Custo Por Clique

CPL – Custo Por Lead

CPM – Custo Por Mil

HTML – HyperText Markup Language

IT- Information Technology

PM – Project Manager

SEM- *Search* Engine Marketing

SEO – Search Engine Optimization

SWOT - *Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats*

Introdução

A elaboração do presente relatório é referente à Unidade Curricular de estágio do 3ºano do curso de Comunicação e Relações Públicas, do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio decorreu numa agência de *Marketing Digital*, *Oxy Agency*, por um período de três meses. A primeira tarefa consistiu no delineamento do meu plano de trabalho com o meu supervisor, de acordo com o Anexo I.

A principal finalidade do estágio curricular consiste em colocar em prática todos os conteúdos absorvidos ao longo dos três anos de licenciatura, e ainda desenvolver as competências a um nível pessoal e profissional. De uma forma geral, devo realçar a importância de vivenciarmos esta experiência para o nosso desenvolvimento pessoal e como futuros licenciados nesta área. No término do estágio é necessário elaborar um relatório de estágio em que estejam explícitas todas as atividades desenvolvidas ao longo mesmo.

As tarefas estão inteiramente ligadas a *social media*, isto é, gestão das redes sociais de clientes da agência, gestão de comunidades, análise de *performance* das diferentes redes e ainda procurar soluções inovadoras para provocar um maior *engagement* nas redes sociais dos diversos clientes.

O presente relatório tem por objetivo demonstrar o exercício de práticas desenvolvidas em todo o procedimento, as competências adquiridas e desenvolvidas, bem como as dificuldades sentidas e as soluções tomadas. A estrutura do mesmo está dividida em dois capítulos, Caracterização da Organização (capítulo I) e o Estágio curricular (capítulo II).

O primeiro capítulo consiste numa descrição pormenorizada da entidade acolhedora e de tudo o que a envolve. Desta forma, o segundo capítulo é uma representação escrita de todas as tarefas desenvolvidas no âmbito do estágio curricular.

No fim, apresento uma reflexão final sobre o meu parecer relativamente ao meu desempenho no estágio curricular, bem como sobre todos os conhecimentos obtidos.

Relativamente, ao método de pesquisa e informação utilizados ao longo de todo o processo recorri a pesquisas bibliográficas e ainda utilizei como suporte pesquisas em *sites* sobre variados temas mencionados ao longo do relatório.

Capítulo I - Caracterização da Organização





“Em sentido lato, a empresa é um conjunto de atividades humanas, coletivas e organizadas, regidas por um centro regulador, com a finalidade de adaptar constantemente os meios disponíveis aos objetivos predeterminados, tendo em vista a produção/comercialização de bens/serviços” (Carvalho, 2019 p. 19)

1. Apresentação da empresa acolhedora

A AdSales Lda, empresa detentora da *Oxy Agency* foi fundada em Portugal no ano de 2009, de acordo com a informação prestada pela empresa. Atualmente é uma agência de *marketing* digital 360, situada em Carnaxide, Lisboa.

Esta conta com uma equipa capaz de delinear a melhor estratégia para as marcas “respirarem” no meio digital, e para desta forma crescerem e atingirem a notoriedade no mercado que sempre pretenderam.

Ainda assim, é uma empresa que se atualiza todos os dias, para acompanhar todas as tendências do *marketing* digital, e isso faz com que as marcas confiem nas soluções propostas pela agência.

1.1. Localização

Carnaxide é uma das freguesias de Oeiras, que por conseguinte pertence à área metropolitana de Lisboa. O Município de Oeiras, conta com 176.218 Habitantes e a área metropolitana de Lisboa detêm 2.827.514 Habitantes. (PORDATA 2018)

É necessário realçar que Lisboa é a cidade do país onde predomina maioritariamente a oferta de serviços, e onde áreas como Comunicação e Relações Públicas podem observar a sua ascensão.



Fonte: Google Maps
Figura 1- Localização da Empresa Acolhedora

Fonte: Própria



As instalações da agência de *marketing* digital, *Oxy Agency* estão localizadas na Av. do Forte 8 O1, 2790-072 Carnaxide, como é possível observar na figura abaixo (2).

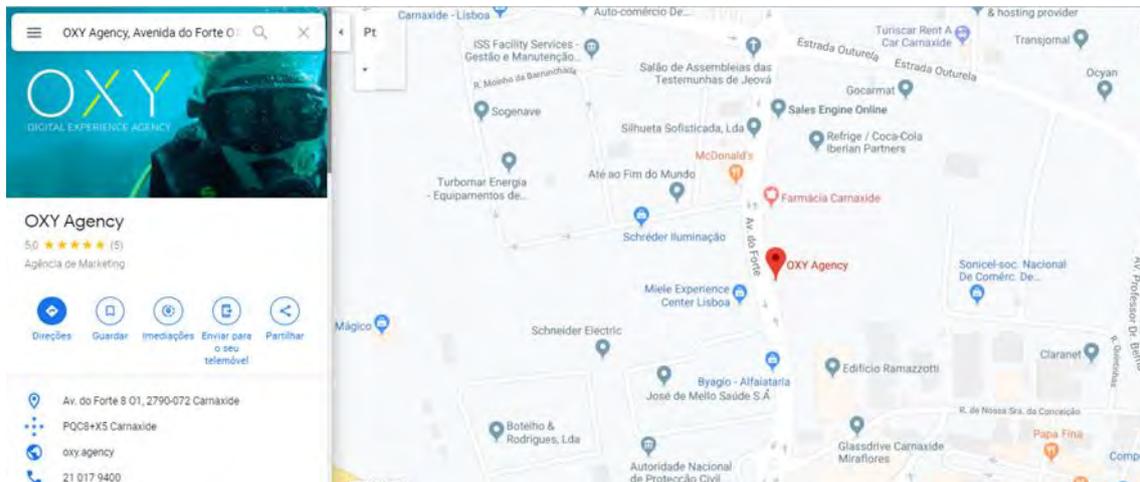


Figura 2- Localização da Oxy Agency

Fonte: Google Maps

1.2. Missão, Visão e Valores

Neste ponto irei dar ênfase à importância da missão, visão e valores da *Oxy Agency*, pois estes são fatores cruciais para a organização das empresas. Estes princípios são a base para uma excelente gestão estratégica, isto porque são estes que definem comportamentos e decisões a serem tomadas no dia a dia.

1.2.1 Missão

A Missão de uma empresa deve sempre responder a uma questão muito simples, o porquê de a empresa existir, deve consistir num valor estratégico essencial para satisfazer as necessidades daquele que é o nosso público externo. Este princípio é a linha base da existência de uma empresa e por ser assim é que a “missão, então, delimita o campo de acção da empresa, define as fronteiras da organização e as aspirações dos seus *stakeholders*, proporcionando o enquadramento apropriado à definição dos grandes objetivos”. (Carvalho, *et al.*, 2014 p. 131)

A missão da *Oxy Agency* é construir/planear estratégias digitais para os seus clientes. O grande objetivo final é que as marcas consigam e atinjam a notoriedade e, conseqüentemente, vendam os seus produtos como sempre pretenderam. De uma forma geral a *Oxy* permite que as marcas “respirem” no mundo digital.



1.2.2 Visão

A visão em qualquer empresa é o fator que delinea até onde a empresa pretende chegar no mercado, e para isso, “uma visão comum, entendimento comum, unidade de direção e esforços de toda a organização requerem uma correta definição do negócio”. (Teixeira, 2017 p. 54).

Assim sendo, existe um planejamento de estratégias para que se alcancem objetivos específicos que são demarcados pela própria agência, neste caso específico, a Oxy.

A visão da *Oxy Agency* é tornar-se um parceiro de referência para os seus clientes, para que as marcas tenham confiança no trabalho desenvolvido pela agência, e este aspeto só é possível concretizando a missão acima mencionada.

1.2.3 Valores

Os valores de uma empresa vêm complementar a missão e a visão da mesma, são a motivação das organizações que fazem com que esta seja ativa e cumpra com os objetivos delineados. Desta forma, de acordo com Carvalho (2019 p. 47) os valores, representam os princípios e as convicções decorrentes da finalidade atribuída à empresa, e a ética a respeitar para atingir essa mesma finalidade.

Para definir os valores devemos ter em atenção que estes estão inteiramente ligados a convicções éticas e deontológicas que a agência deve ter com os seus parceiros/clientes. É necessário realçar que este é um dos critérios que forma a personalidade da marca.

Para a *Oxy Agency*, os valores centram-se no respeito pelas marcas, inovação, performance, proximidade ao cliente, transparência e um último critério que representa um conjunto de valores morais que é a ética profissional.



1.3 História da Agência

A Adsales Lda foi criada em 2009, em Portugal, por Carlos Vieira, Tiago Sales Madeira e David Pinheiro. No ano de 2011 abriram um escritório em Espanha e no Brasil, no ano seguinte, 2012, foi o momento de expandir o negócio e abriram um outro escritório na Roménia. Em 2017 houve um reposicionamento da marca Oxy, que até ao momento detinha o nome de *Sales Engine Online*.

Atualmente, Carlos Vieira e David Pinheiro executam funções de *Business Manager* e Tiago Sales Madeira ocupa a função de *Head of Financial Sector*. Ainda assim, existe uma função que ambos completam em conjunto sendo esta *Business Owners*.

1.4 Caracterização Interna

O nome da agência, *Oxy Agency*, provém da palavra *Oxygen* que na nossa língua materna significa Oxigénio, sendo que esta é a premissa que a determina dentro do mercado do *Marketing Digital*. Desta forma, o principal objetivo da agência é oferecer o oxigénio necessário para que as marcas respirem no mundo digital.

A criação da comunicação de uma marca no mercado digital, de acordo com a necessidade de cada cliente, é uma das áreas de atuação da Oxy. Uma das primeiras medidas a ser tomada é a criação de um plano de ação para, desta forma, lançar uma nova marca, revitalizar alguma que já esteja no mercado ou poderá consistir num serviço espontâneo.

No momento em que entra na agência um novo projeto, a apresentação comercial serve de guião para indicar as melhores estratégias para as marcas atingirem o sucesso neste mercado.

Inicialmente é delineado a *Strategic Thinking* que consiste em analisar a marca e, conseqüentemente a sua concorrência, explorar quais as possibilidades de impactar os utilizadores que visitam o *website* das marcas e definir quais os objetivos a seguir e ainda uma auditoria de Seo.

A segunda fase consiste no *Product Generation*, é neste passo que são desenvolvidas as tarefas criadas após o diagnóstico inicial, neste ponto realçamos o *Web design* que se destina à criação ou até mesmo renovação visual do *website*, aplicações, plataformas de



fidelização de cliente e de geração de *leads*, isto é, potenciais consumidores que demonstraram interesse por um determinado produto ou serviço.

Dessa forma, o terceiro passo, é quando acontece o *Digital Activation* que compreende a produção de conteúdo com o propósito final de promover a marca e para isso são utilizadas várias práticas como gestão de redes sociais, *email marketing*, práticas de SEO, promoção através de influenciadores digitais, geração de *leads* e *marketing* programático.

Contudo, qualquer empresa deve trabalhar como uma máquina perfeitamente oleada para que todas as suas engrenagens funcionem na perfeição. A máquina claramente representa a agência e as engrenagens são todos os departamentos da mesma, e que em sintonia trabalham para que cada marca obtenha a notoriedade que sempre pretendeu neste meio tão vasto que é o digital.

1.5 Composição da Oxy

Como já foi mencionado acima, é na composição da agência que está a chave para atingir todos os objetivos e metas delineadas para o sucesso. A Oxy é constituída por cinco departamentos que são chefiados pelos já mencionados *business owners*, Carlos Vieira, David Pinheiro e Tiago Sales Madeira.

É necessário compreender o mecanismo de cada departamento, pois são estes em conjunto que oferecem as condições necessárias para que cada projeto seja prioritário na agência. Assim sendo, os cinco departamentos são os seguintes:

➤ Comercial

Este é o departamento onde tudo começa, esta é a parte da agência que angaria os clientes e ao longo de todo o processo gere a relação com a marca. É aqui que se inicia a comunicação entre cliente e agência, mas também é aqui que a relação se desenvolve, e por vezes, acaba.



➤ **Tráfego**

A ativação da marca no meio digital, é preparada minuciosamente neste departamento. Logo, é aqui que é desenvolvido o *email marketing* até à geração de *leads*. Porém, é neste departamento que se insere a gestão de redes sociais bem como a criação de *copys* para utilizar nas diversas campanhas e é pensada a melhor estratégia a ser adotada.

➤ **Design**

É neste sector na agência que tudo acontece a nível criativo, isto é, os responsáveis que integram o departamento de *design* são responsáveis por toda a parte criativa das estratégias de *marketing* que nascem na *Oxy Agency*.

➤ **IT**

O departamento de IT é o coração da agência, tal como o coração este departamento bombeia todos os mecanismos informáticos necessários para a agência sobreviver nesta era digital que por si só é muito competitiva. Assim sendo, estes são os responsáveis por gestão das plataformas e por enviar códigos para todos os outros departamentos.

➤ **Financeiro**

O departamento financeiro faz uma gestão de clientes e fornecedores, com tudo o que isso implica. Desde a emissão de faturas, passando pela cobrança aos clientes, pagamentos aos fornecedores, pagamentos ao estado, reconciliação bancária, preparação de todos os documentos a contabilidade, mapas de *report* para a análise de custos e proveitos.

1.6 Estrutura Organizacional

É evidente que, em qualquer empresa, por detrás de cada departamento existem pessoas que dominam as suas áreas e que fazem com que os diversos serviços funcionem de forma correta.



Não devemos esquecer que para as empresas funcionarem é necessário que os departamentos funcionem em sintonia.

Na figura 3 é possível observar o organograma da Oxy, onde está presente a estrutura organizacional da agência, bem como as pessoas que constituem cada departamento.

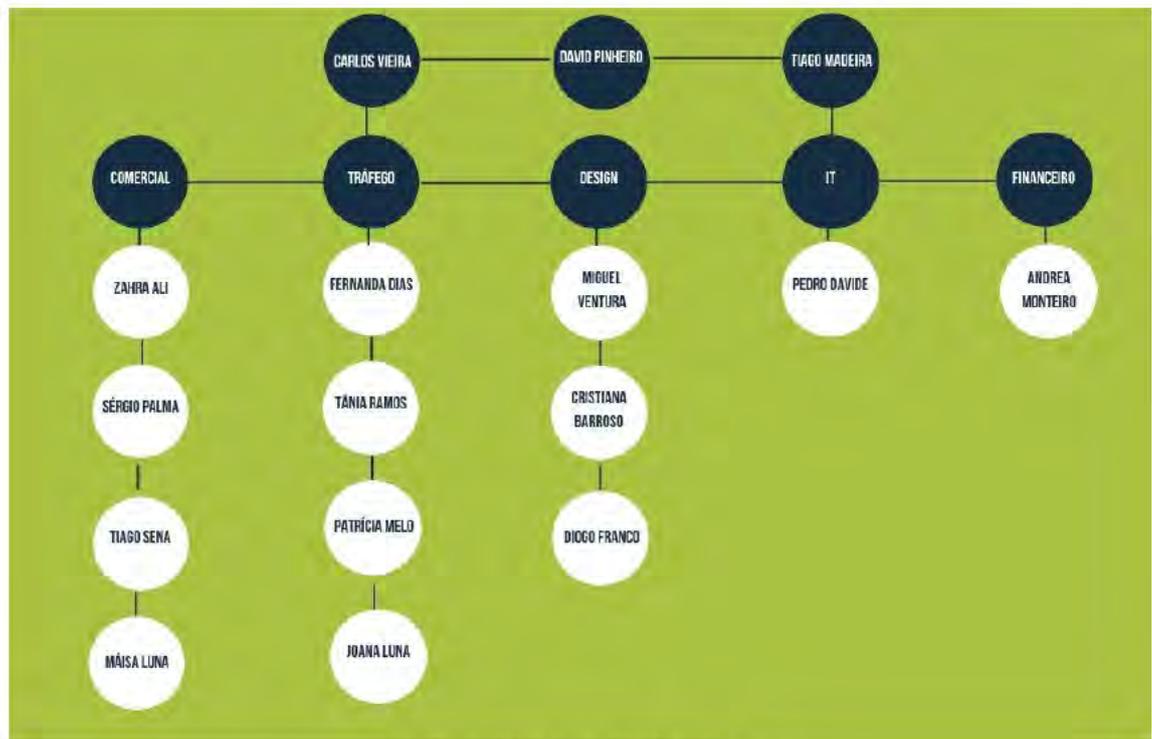


Figura 3-Organograma Oxy Agency

Fonte: Própria

2. Soluções

A Oxy Agency detém um vasto número de soluções para as marcas respirarem no meio digital, e como a toda a hora os consumidores recolhem informações vindas de todos os lados o objetivo principal é simplificar este mundo.

Para isso, as soluções passam por *marketing* programático, *web design*, *apps*, geração de *leads*, *content marketing*, *social media*, *email marketing*, SEO, SEM e gestão de contas PPC. A Oxy apresenta aos seus clientes um trabalho total de *marketing*, isto é, o processo inicia e termina todo na agência.

O objetivo final é que a marca atinja a notabilidade que pretende no meio digital através da melhor estratégia de comunicação.



2.1 Marketing programático

O *Marketing* programático ou media programática veio facilitar o processo de compra de anúncios *online*, isto porque tornou-se possível impactar o utilizador no momento e no contexto certo.

Uma outra vantagem é que é possível personalizar a cem por cento a mensagem que será dirigida para o público-alvo, através da segmentação. Logo, este tipo de *marketing* fala diretamente para um único indivíduo, interagindo com o mesmo de um para um, assim é possível impactá-lo através do lançamento de uma mensagem publicitária, isto é, *banners*.

Atualmente, o *marketing* tem vindo a revolucionar-se e as empresas têm que se adaptar às necessidades dos consumidores e por isso, “a empresa deve servir os seus consumidores, oferecendo-lhes algo de que eles precisam, no momento em que eles precisam, quando eles precisarem”. (Adolpho, 2012 p. 397) .

Esta é uma das soluções para as marcas que pretendem aumentar o reconhecimento juntamente com os utilizadores.

2.2 Web design

Segundo Adolpho (2012 p. 306) um *site* deve ser tratado como uma das mais importantes ferramentas de comunicação de empresa.

No momento em que alguém procura determinada informação sobre uma marca o primeiro elemento a ser pesquisado é o seu *site* e torna-se por isso extremamente importante criar uma harmonia entre a beleza e a funcionalidade do mesmo.

Na Oxy, o *web design* centra-se no desenvolvimento total do *site*, das *apps*, da identidade visual e todos os aspetos envolventes.



Contudo, para toda esta criação é necessário dominar os vários fundamentos do *design*, desde a tipografia, teoria das cores, *performance* e qual o ponto de atenção no *site* para o público-alvo. O grafismo do *website* deve proporcionar nos utilizadores a vontade de querer comprar, querer obter o serviço e ainda querer conhecer mais sobre a marca.

No momento de finalizar o *site*, existem outros departamentos que ajudam no lançamento do mesmo e a colocá-lo online.

Sem sombra de dúvidas que é graças a esta ferramenta, que o *marketing* embeleza e desenvolve os conceitos visuais e que desperta novas sensações nos utilizadores no momento de compra.

2.3 Apps

Embora seja uma das soluções menos pedidas na Oxy, a agência está preparada para desenhar e construir *sites* em versão *mobile*. Tal como no *Web design* existe a necessidade de dominar os fundamentos do *design*, bem como a utilização das cores para atrair os utilizadores.

Nesta solução a essência é a mesma da acima mencionada, mas numa versão mais prática que é nos *smartphones*.

2.4 Email Marketing

O *email marketing* é uma das formas de comunicação direta entre as empresas e os seus públicos que consiste em envio de e-mail para um público-alvo predefinido, seja através de uma base de dados ou *leads*. É assim utilizado para campanhas de *marketing* e ainda toda a sua comunicação é feita em plataformas direcionadas para envios de *email marketing*.

Esta é considerada uma das formas mais utilizadas atualmente para criar e preservar o relacionamento com os clientes.



Podemos denotar que um *email marketing* para atingir o pretendido tem que segmentar o seu público-alvo, porque o que tem valor para um não tem para outro, terá que apresentar credibilidade, demonstrar total segurança no cliente para que este tenha a certeza no momento de compra. Os princípios anteriormente mencionados são aspetos essenciais a serem trabalhados na comunicação feita pelas empresas.

Logo, para alguns autores “um bom *e-mail marketing* é, na realidade uma *newsletter*” (Adolpho, 2012 p. 495), e a informação mencionada neste boletim informativo deve encontrar o seu complemento no site.

Segundo, Marques (2018 p. 206), a *newsletter* é uma forma de comunicar com notícias, muito associado ao típico envio semanal com as novidades da empresa sendo um caso particular de e-mail marketing.

Ainda assim, a construção do mesmo deve ser em código HTML. Interligando as *newsletters* com *social media*, a primeira deve ser enviada para os clientes antes do conteúdo aparecer nas redes sociais da marca. Um outro aspeto relevante é que no conteúdo do *email marketing* por norma tem presente um *link* que levará os usuários para a *landing page* pretendida.

Mas não deve cair no esquecimento que é possível enviar outro tipo de conteúdo através desta ferramenta e quem decide o seu destino é o próprio cliente.

2.5 Geração de *Leads*

No *Marketing Digital* a geração de *leads* possui um papel importante para a empresa, na medida em que é possível conquistar novos clientes. E por isso, uma *lead* é um potencial cliente, é alguém que demonstrou interesse num produto ou serviço da empresa.

Naturalmente só se torna uma verdadeira *lead* no momento em que preenche um formulário com os seus dados, desde o nome, contacto telefónico, cidade de residência entre outras, com estes dados torna-se possível contactar diretamente o utilizador.

Para se conseguir atingir de uma melhor forma o público-alvo é utilizado o *marketing* de conteúdo, criando assim conteúdos relevantes para os impactar.



É neste ponto que podemos recorrer a uma base de afiliados que nos ajudarão a atingir o público que a marca pretenda. Existem assim três formas de gerar *leads*, que serão escolhidas pelo cliente com o apoio e recomendação das agências, são estas:

- **CPM ou Custo Por Mil** - é uma forma de medir as impressões atingidas nos anúncios ou campanhas lançadas. Logo, o custo só é gerado à marca em questão, quando o anúncio é apresentado mil vezes.
- **CPC ou Custo Por Clique**- corresponde a uma métrica usada pelas plataformas de publicidade para calcular o preço a cobrar por cada clique feito nos anúncios pagos. Esta é vista como uma métrica de medir o desempenho que o anúncio obteve junto do público-alvo.
- **CPL ou Custo Por Lead**- neste caso, o cliente/marca paga por cada *lead*. Para isso, a mesma terá que ir ao site pretendido e preencher o inquérito lá apresentado. Nesse momento é gerado uma *lead*.

O CPC e o CPL são métricas compatíveis e que várias marcas pedem às agências para utilizarem em simultâneo para se conseguirem gerar mais *leads*.

2.6 Content marketing

Content Marketing ou *Marketing* de conteúdo está inteiramente relacionado com a criação de conteúdos de raiz. Esta é uma das estratégias do *marketing* digital concentrada em criar conteúdos que sejam relevantes junto do público-alvo e está associada a todas as outras as soluções que agência apresenta aos clientes.

Segundo Kotler, *et al.* (2017 p. 169), a principal vantagem do *marketing* de conteúdo sobre o *marketing* tradicional é o facto de ser altamente analisável, podemos avaliar o desempenho pelo tema do conteúdo, pelo formato do conteúdo e pelo canal de distribuição.

Acreditamos que hoje em dia já não são as marcas que invadem o espaço dos utilizadores, mas pelo contrário, pois cada vez mais são apresentados conteúdos pertinentes aos consumidores o que permite que estes procurem pelas marcas e se fidelizem a elas.



2.7 Social Media

As redes sociais são a grande alavanca da atualidade, e é uma das formas que as marcas tem a seu dispor para comunicar com os consumidores e consequentemente aumentar as vendas.

Assim sendo, a gestão de redes sociais pressupõe a ideia de planear e melhorar a *performance*, no *social media* desde o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Pinterest*, *Linkedin* e *Youtube*.

Numa fase inicial é essencial delinear quais as plataformas digitais em que cada marca deve ter presença *online*, dependendo do conteúdo partilhável e do nicho que pretende atingir. Após isso é necessário definir a *persona*, isto é, para que tipo de público é que nos estamos a dirigir, é crucial pensar minuciosamente quais os conteúdos para ambas as redes, embora tenhamos que divulgar a mesma informação, esta deve ser adaptada aos vários canais.

Pelas palavras de Torres (2018, p.149-150) “...Interagir com os consumidores conectados pelas redes sociais..., é hoje uma das estratégias fundamentais no marketing digital, e a questão é decidir como, quando e onde utilizá-la para o seu negócio, ciente de que são muitas as opções, e que cada rede tem um objetivo e um enfoque distinto”.

No que se refere às métricas, estas apresentam um papel preponderante para esta análise, desde qual a melhor hora para atingir o público-alvo, quais as publicações com maior *engagement* entre outros aspetos.

Uma outra tarefa que se inclui neste ponto é a gestão de comunidades que consiste na resposta a mensagens e comentários dos *followers*, este aspeto nunca deve cair em esquecimento pois é neste ponto que a marca consegue criar uma relação direta e duradoura com os utilizadores.

Portanto, as redes sociais conseguiram desmistificar a ideia da falta da resposta aos utilizadores, pois conquistaram aquele que é o diálogo em dois sentidos e ainda tornou possível que as marcas estejam no seu máximo 24 horas por dia.



2.8 Seo

O SEO é uma ferramenta do *marketing* digital que permitiu que as marcas a longo prazo consigam obter o seu reconhecimento nos motores de buscas. Para aprofundar este tema temos que depreender o que realmente é o SEO, e por isso, “SEO consiste num conjunto de técnicas e estratégias de otimização de *websites* ou páginas, para que estes sejam mais facilmente entendidos por motores de pesquisa, como o *Google*, por exemplo”. (Paula, *et al.*, 2018 p. 108) As procuras dos *sites* nos motores de busca estão associadas a palavras chaves que facilitam os utilizadores no momento de procura pela informação pretendida.

Assim sendo, para os *sites* aparecem nas primeiras posições de pesquisa, o mesmo deve seguir os parâmetros predefinidos pelos motores de busca e ainda apresentar conteúdo atualizado para ser relevante.

Essas otimizações embora sejam mais lentas no momento de conversão conseguem atingir resultados mais duradouros. No SEO falamos numa pesquisa orgânica e é por esse motivo que é mais demorado no momento de conversão e tráfego dos utilizadores, mas também é vista por estes como mais fiável.

Esta é uma ferramenta importante nos dias de hoje no *marketing* digital, pois é uma forma de apresentar *sites* no exato momento em que o utilizador pretende absorver a informação do mesmo.

2.9 SEM

A finalidade desta ferramenta que está inteiramente associada a *links* patrocinados e que têm como finalidade trazer novos utilizadores aos *sites* através do mecanismo dos motores de busca como é um caso específico o *google*.

Para se conseguir atingir o pretendido, existe a necessidade de comprar palavras chaves aos grandes motores de busca. Embora seja uma forma mais rápida de impactar o público é também visto pelos mesmos como publicidade, logo muitos dos consumidores nem perdem tempo a vê-lo.



Ao contrário do SEO esta ferramenta ocupa um menor espaço no ecrã o que a longo prazo não se torna relevante. O cliente apenas paga no momento em que o utilizador clica no site.

Por outras palavras, o *Search Engine Marketing* detém um papel crucial em impactar o público num momento específico.

2.10 Gestão de contas PPC

A gestão de *Pay Per Click* (PPC) consiste na administração diária de contas de clientes e é feito quando as marcas pretendem atingir um determinado fim, que maioritariamente consiste em ter um maior alcance e exposição na página principal dos motores de buscas.

Com o *marketing* em PPC é possível direcionar os seus anúncios através das palavras chave certas, localização, tempo entre outros aspetos. Torna possível à marca mostrar os seus anúncios no momento em que os consumidores pesquisem determinado serviço ou produto.

Após estas implementações é necessário fazer uma análise das métricas e perceber o que é necessário melhorar, desde o *copy* atrativo, às campanhas que estão *online*. Ainda assim, é importante perceber quais os anúncios com melhor desempenho para poder seguir a mesma linha na criação de novos anúncios.

A finalidade centra-se mais uma vez em responder às necessidades do consumidor.

3. Identidade Visual

A identidade visual consiste num conjunto de elementos que irá transmitir o nome da empresa, o produto ou serviço em questão que através do grafismo, tipologia de cores entre outros aspetos irá fazer uma representação visual, que tem como finalidade criar a memorização do nome da marca aos olhos do público-alvo.



Deste modo, “... a concepção da identidade visual deve estar sujeita e precedida de uma análise estratégica da marca, desde a visão do seu criador, à missão que quer desempenhar, aos valores e aos objetivos.” (Oliveira, 2019 p. 149)

Na perspetiva de Lindon, *et al.* (2008 p. 175) a identidade deriva do aspeto físico, carácter e valores de uma marca, e é através da perspetiva de grandes autores que se fundamenta a teoria de que a identidade visual é a cara da marca.

A *Oxy Agency*, como uma agência de *marketing* digital 360, pensou na sua identidade a rigor, isto é, através do logótipo transmite o conceito da marca e do que pretende que as restantes sintam no meio digital. Como é uma agência criativa e tecnológica decidiu transmitir no elemento principal a imagem da marca para se destacar da concorrência.

3.1 Nome

O nome *Oxy Agency*, surgiu da palavra *Oxygen*, que traduzida à língua portuguesa significa oxigénio. Como regra geral na vida humana, o oxigénio é essencial à nossa existência, o mesmo acontece no meio digital, com um mercado tão agressivo as marcas têm que encontrar o seu posicionamento e influência no meio. E é através desta ideia que a empresa se rege, e por isso carregamos as botijas O2, colocamos as máscaras e como último passo metemos mãos à obra.

3.2 Logótipo

O logótipo tem extrema importância no momento de identificar uma marca, “o reconhecimento físico de uma marca, através do *lettering*, da cor ou da imagem gráfica, é importante para uma identificação rápida da mesma”. (Oliveira, 2019 p. 153)

Nas figuras, (4, 5 e 6) podemos observar os logótipos da agência são estes constituído pelo nome da *Oxy – Digital Experience Agency*. Embora sejam três, o grafismo é mantido, aquilo que os diferencia são as cores, obviamente cada um com uma interpretação específica.

A cor é um dos elementos principais no momento de criar qualquer logótipo, porque “... possui uma linguagem única e complexa e a capacidade de mudar de significado quando combinada com outras cores” (Dabner, *et al.*, 2019 p. 88)



O logo tem uma forma minimalista para transmitir transparência e simplicidade, uma vez que trabalhamos de forma clara e sem complicações.

Aquele que chamamos de principal é o da cor verde, como é possível observar na figura 4, porque transmite o equilíbrio, a harmonia e as boas energias da agência.



Figura 4- Logótipo verde Oxy Agency

Fonte: <http://oxy.agency/branding/>

O logótipo de cor azul, figura 5, está ligada à tecnologia, isto é, ao intelecto, avanço e ao progresso tecnológico. A aplicação desta cor está inteiramente relacionada com o conhecimento, e como estamos a abordar uma agência digital, esta escolha tem todo o sentido.



Figura 5- Logótipo azul Oxy Agency

Fonte: http://oxy.agency/branding

Por último, mas com um aspeto relevante porque é ponto chave, é a cor laranja, associada à criatividade porque é uma tonalidade que auxilia e desperta a mente no momento de assimilar novas ideias, podemos observar este logótipo na figura 6.



Figura 6- Logótipo laranja Oxy Agency

Fonte: http://oxy.agency/branding



3.3 Ícones

Os ícones são representações que nos transmitem de forma concisa a interpretação de alguma coisa em concreto, neste caso específico é o logótipo.

Embora se tenha mantinha a mesma ideia relativamente às cores e as suas interpretações como mencionadas no ponto 3.2, o grafismo sofreu alterações.

O ícone da agência foi criado a partir das três letras do nome, Oxy, e com o objetivo bem presente de associar este elemento ao símbolo da tabela periódica, ao oxigénio.

Podemos observar na figura (7) a ideia transmitida pelos ícones.

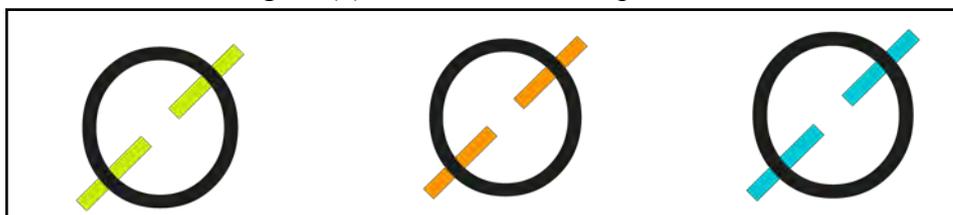


Figura 7- Ícones Oxy Agency

Fonte: <http://oxy.agency/branding>

4. Comunicação

Para compreendermos o que realmente é a comunicação temos que ir até aos primórdios da palavra. Comunicação é um vocábulo que provém do termo em latim “*Comunicare*”² que detêm como principal interpretação “estar em contacto com”.

Nos tempos em que vivemos temos uma clara noção do que é a comunicação e que esta acontece constantemente, e que para tal temos que ter presente um emissor que envia uma mensagem para aquele que será o recetor.

A comunicação é essencialmente importante na vida quotidiana de qualquer indivíduo, mas ao olharmos de forma mais profunda para as empresas, esta tem o papel principal para o funcionamento correto da mesma porque “a comunicação irriga, pois, todos os espaços da vida organizacional” (Rego, 2016 p. 31). A realidade é que se a comunicação numa organização falha haverá consequências em várias partes da estrutura organizacional, pois “sem comunicação, não pode haver organização, gestão, cooperação,

² [https://www.infopedia.pt/\\$comunicacao](https://www.infopedia.pt/$comunicacao)



motivação, vendas, oferta ou procura, marketing ou processos de trabalho coordenados” (Rego, 2016 p. 30)

Assim, quando falamos sobre comunicação empresarial, estamos a referir-mo-nos à comunicação interna e externa das empresas.

4.1 Comunicação Interna

Segundo Almeida (2000 p. 36), pensar a comunicação interna enquanto função é reconhecê-la numa dupla vertente, como modo de relação entre as pessoas, bem como instrumento estratégico na empresa.

Esta é a chave para as instituições terem um melhor funcionamento pois, promove uma melhor qualidade relativamente aos serviços prestados aos clientes, melhora a satisfação e motivação dos colaboradores e ainda potencia o talento dos mesmos.

A comunicação interna deve ser vista como essencial numa instituição, porque os vários públicos internos são quem vão transmitir externamente a imagem da empresa.

Na Oxy, o ambiente comunicacional é extremamente natural e espontâneo o que conseqüentemente facilita a forma como cada departamento comunica entre si simplificando todo o trabalho nos momentos de maior fluxo.

O tipo de comunicação mais presente é o cara-a-cara, todavia existem outros modelos de comunicação o *e-mail*, *project manager* e Skype.

4.1. 2 E-mail

Todos os trabalhadores da Oxy possuem uma conta de *e-mail* da empresa, onde era realizável a troca de informações com clientes, bem como com os membros de todos os departamentos. No meu caso específico, ainda era uma forma de enviar toda a programação do conteúdo para as redes sociais, para o meu supervisor aprovar antes de encaminhar para qualquer cliente.

O meu endereço eletrónico na Oxy era o: cecilia.mendes@oxy.agency, como é possível observar na imagem (8) abaixo

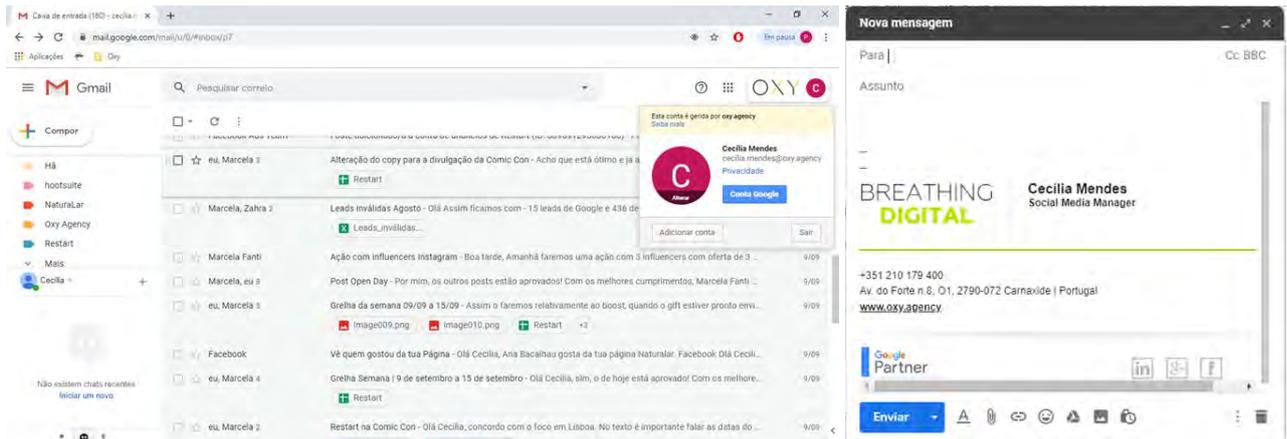


Figura 8-E-mail Professional Oxy Agency

Fonte- Própria

4.1.3 Project Manager

Uma outra forma de comunicação interna, é um *software* designado de PM, onde é possível fazer pedidos de trabalho a qualquer departamento.

Relativamente ao meu trabalho em específico, sempre que existia a necessidade de serem criados novos conteúdos pelo *design* para as redes sociais que se encontravam sob a minha gestão, era feito um pedido no *project manager* onde explicitava tudo o que pretendia para a rede em questão.

Nas imagens (9 e 10) abaixo é possível observar como funcionava toda a logística deste *software*.

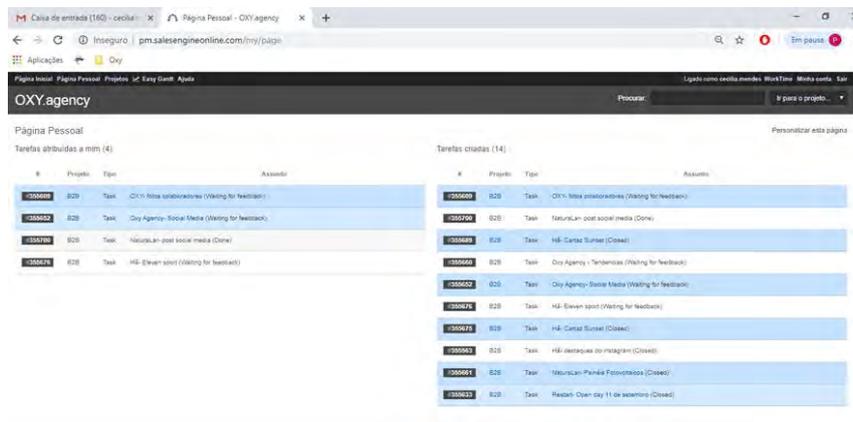


Figura 9- Software Project Manager

Fonte: <http://pm.salesengineonline.com/my/page>

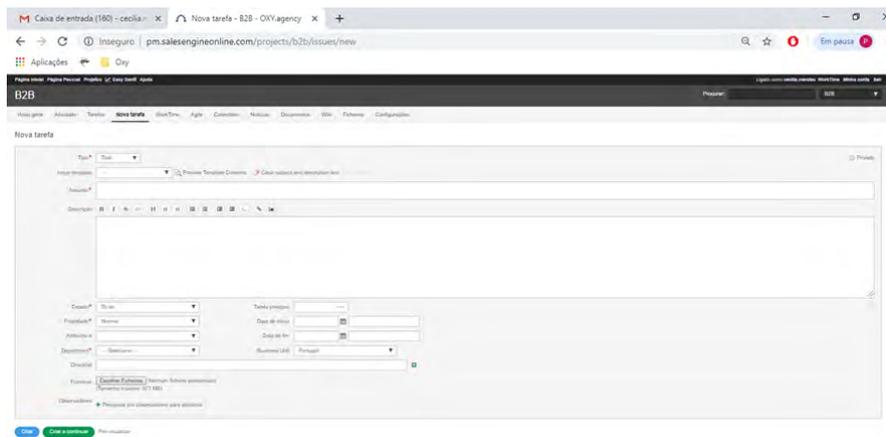


Figura 10-Simulação de um pedido no PM

Fonte: <http://pm.salesengineonline.com/my/page>

4.1.4 Skype

Embora seja uma configuração informal de comunicação, era um dos canais onde era possível trocar informações diretamente com todos os trabalhadores da agência e ainda com os clientes da mesma.

Por outro lado, esta detinha uma outra facilidade no momento de reuniões *online* com clientes, uma vez que esta ferramenta permite incluir mais do que uma pessoa para a videochamada e ainda possibilita a partilha de ecrã.

Esta última facilidade mencionada ajudava nas reuniões *online* no momento de trocas e partilhas de informações com os clientes da empresa.

4.2 Comunicação Externa

A comunicação externa consiste na possibilidade de as empresas transmitirem informações diretamente para o seu público-externo.

Esta comunicação tem como objetivo promover os seus serviços bem como a particularidade dos mesmo e as múltiplas vantagens para as marcas em trabalhar com a *Oxy Agency*.

Porém, para criar empatia com o nosso público-externo, são utilizados alguns canais de comunicação para divulgar o ambiente interno.

Na Oxy a comunicação externa é efetuada através do site oficial e redes sociais, *Facebook* e *Instagram*.

4.2.1 Site

O *site* da *Oxy Agency*, figura 11, detém toda a informação necessária sobre os serviços da empresa. O conteúdo está esquematizado de forma apelativa, para que desperte o interesse no momento de os utilizadores tencionarem saber mais sobre a marca. Um contrassenso que é indispensável abordar é o facto de os clientes apresentados na página oficial não estarem atualizados.

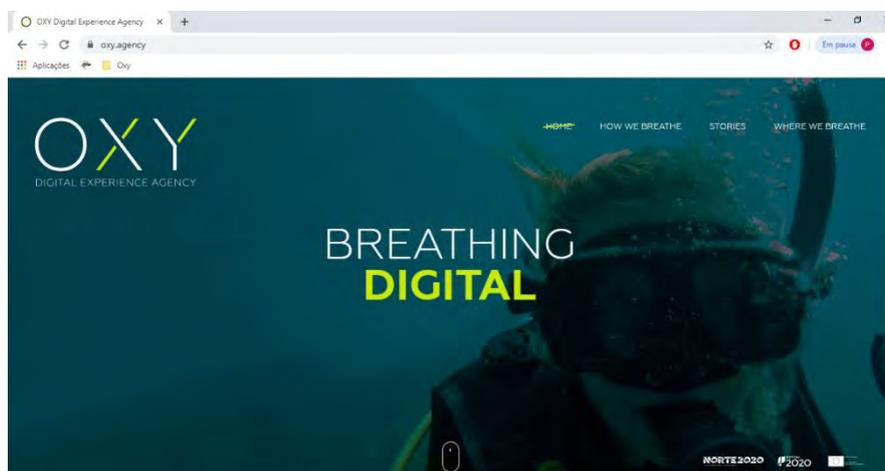


Figura 11-Página do Site Oficial Oxy Agency

Fonte: <https://oxy.agency/>

4.2.2 Redes sociais: *Facebook* e *Instagram*

Um dos grandes objetivos que me propuseram foi melhorar a comunicação externa através das redes sociais da agência, visto que estas não se encontravam a cem por cento ativas para o público-externo. Algumas ideias implementadas e em curso são a partilha de fotografia de colaboradores, frases de grandes autores do *marketing* digital, as novas tendências e ainda a divulgação de projetos desenvolvidos com os clientes.

Na figura abaixo podemos observar a página de *Facebook* da *Oxy Agency*.



Figura 12- Página de Facebook Oxy Agency

Fonte: <https://www.facebook.com/oxyagency>

Na figura 13 podemos verificar o *instagram* da Oxy Agency



Figura 13-Página de Instagram da Oxy Agency

Fonte: <https://www.instagram.com/oxy.agency/?hl=pt>

5. Análise Swot

Podemos considerar a análise SWOT como uma ferramenta ou estratégia para uma empresa que após uma análise profunda consegue reformular toda a estratégia da mesma no mercado onde está inserido, e “...dever ser, tanto quanto possível, dinâmica e permanente.” (Teixeira, 2017 p. 75) .



Swot (*strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats*) é uma abreviatura de língua inglesa, que tem como significado na nossa língua materna pontos fortes, pontos fracos, oportunidade e ameaças.

De acordo com Lindon *et al* , (2008 p. 451) “a análise Swot é uma conclusão das análises externa e interna”, isto porque nos primeiros dois pontos de análise coloca-se na balança os fatores internos, isto é, os pontos fortes e pontos fracos que medem o que determina a empresa e o que os faz diferenciar dos seus concorrentes no mercado.

Numa segunda fase, faz-se uma análise externa, através da medição de oportunidades e ameaças, esta observação tem como principal finalidade identificar as perspetivas de progressão neste mercado específico que é o marketing digital.

Tabela 1- Análise SWOT Oxy Agency

| (S) Pontos Fortes | (W) Pontos fracos |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> -Equipa jovem e proativa; -Boas instalações; - Fácil acesso; -Reconhecimento no mercado; - Taxa de resposta aos clientes rápida; - Vastas soluções para os clientes. | <ul style="list-style-type: none"> -Falta de recursos humanos; -Necessidade de melhorar a comunicação interna. |
| (O) Oportunidades | (T) Ameaças |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ascensão do mercado digital; | <ul style="list-style-type: none"> -Concentração do mercado; -Concorrência excessiva; -Surgimento de novos concorrentes. |

Fonte: Própria



A Oxy Agency é uma empresa que para além do escritório em Lisboa estendeu a sua marca para o Brasil e Roménia. Embora Lisboa, seja a maior cidade de Portugal é aqui que predomina a maior concentração de mercado desta área. Porém, a agência já conseguiu o seu reconhecimento junto de grandes marcas, tais como *Sacoor Brothers*, *Restart*, *WallStreet*, *NaturaLar*, *Bensaude*, *Clara de Sousa cozinha* e *Bricolage*, *Leiken* entre outras.

Alguns dos pontos fortes da agência é o facto de esta ser constituída por uma equipa jovem, proativa, criativa e o espírito de equipa é um dos pontos de referência da Oxy. Ainda assim, os colaboradores da agência são formados em diversas áreas o que garante a possibilidade da Oxy oferecer um *marketing* digital 360 que possibilita atacar em todas as frentes do *marketing*.

No entanto, nos momentos de maior fluxo de trabalho é claramente evidente a falta de recursos humanos, contudo, nem esta escassez afeta a entrega dos trabalhos aos clientes, isto leva-nos a transformar este aspeto em positivo porque é possível ver a capacidade da equipa se adaptar às condições.

Aliás, com a ascensão do *marketing* digital, todas as marcas querem obter uma estratégia que as diferencia das restantes e que lhes permita respirar no mundo digital, e é através desta regra que a agência se rege para que estas obtenham a notoriedade que pretendem. Na Oxy tudo é pensado a pormenor para os clientes, e por isso são criadas estratégias personalizadas para que cada um deles obtenha o seu prestígio no meio digital.

A agência tem no seu pensamento que a formação nunca deve estagnar nesta área e para isso os colaboradores atualizam os seus conhecimentos dia após dia, para esta se destacar da extensa concorrência.

6. Marketing digital

Para compreendermos o que é o *marketing* digital temos que ir até às primícias da passagem do tradicional para o digital. O *Marketing* tem vindo a sofrer alterações com o aparecimento da tecnologia e por isso tornou-se obrigatório adaptar-se aos novos meios e canais de comunicação que surgiram com a tecnologia de última geração.



De uma forma concisa, o *marketing* digital não é nada mais do que a aplicação dos conceitos já utilizados no *marketing* tradicional

De acordo com Faustino (2019 p. 19) o marketing digital consiste no desenvolvimento de estratégias de *marketing* com vista à promoção de produtos ou serviços através de canais digitais e de aparelhos eletrônicos, tais como computadores, *notebooks*, *smartphones* ou *tablets*.

Acompanhado da tecnologia o consumidor e a forma como este pensa também se modificou, a justificação pode estar relacionada com a diversidade de canais de comunicação que deram oportunidade ao consumidor de mudar o seu pensamento. E é conhecendo todas estas alterações que o profissional de *marketing* terá como objetivo conceber estratégias personalizadas e aproveitar o melhor que o digital tem na atualidade, para as colocar em prática. Porém, é um erro pensar que o tradicional caiu em esquecimento, porque foi este que deu a alavanca principal para chegar aquilo que temos hoje, e muitas empresas continuam a utilizá-lo para diversos canais que ainda mantem o mesmo modelo.

Além disso, não devemos esquecer algumas das vantagens que o *marketing* digital trouxe consigo, uma delas é a segmentação do público que por contrapartida revolucionou as campanhas, pois tornou-se possível segmentar os utilizadores por região geográfica, idade, gostos entre outros aspetos. A observação de dados em tempo real é um outro aspeto vantajoso e que possibilita a perceção do impacto da mensagem, por efeito o custo será menor e mais assertivo, provocará uma maior interação com o seu público porque no *marketing* digital falamos diretamente para cada utilizador, como sendo único.

Abordando a perspetiva relacionada com a Oxy, na agência utiliza-se o método do *marketing* digital 360, que consiste na junção de técnicas e estratégias que recorrem a ferramentas *online* que lhes permite comunicar, relacionar-se e transferir valor ao cliente. Basicamente é uma agência que trabalha a 360 e consegue apresentar uma proposta em todas as frentes do *marketing* digital, isto é, criar uma estratégia de raiz.

Em conclusão, se existem marcas que possam não estar no digital, existem, mas os resultados que podem atingir com o digital terá um maior alcance e visibilidade junto do público-alvo.



7. Redes sociais

Esta é uma das ferramentas do *marketing* digital e está intrinsecamente ligada à relação de pessoas que por sua vez está dividida por interesses. As redes sociais são tudo aquilo que conhecemos hoje, tornaram-se a grande alavanca no mundo digital, isto porque permite que as marcas estejam 24 horas em contacto com os utilizadores. Além do mais, permitiu criar ligações fortes e duradouras com o seu nicho de interesse e ainda contactos profissionais.

Para Recuero (2009 p. 24) é possível definir as redes sociais como dois elementos, sendo um primeiro grupo, os atores, e o segundo, as suas conexões, e por isso “... é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”.

No momento de qualquer marca querer utilizar as redes sociais para chegar até ao seu público é necessário planear uma estratégia consoante o tipo de registo que a marca pretenda. Numa primeira instância e já referido no ponto 2.7 consiste em compreender qual a rede social que irá dar maior visibilidade, e torna-se necessário planear de forma antecipada um calendário de conteúdo que permitirá que a rede nunca esteja abandonada e que os utilizadores possam contar com informações.

Um outro ponto é o reaproveitamento do conteúdo para as diversas redes, podemos assim dividir uma peça de conteúdo em várias, isto porque quando o tempo e os recursos são escassos esta possibilidade permite-nos alongar a temática. Um aspeto relevante e que deve ser levado avante é humanizar a sua marca, utilizando uma abordagem simplista, dando sempre importância ao consumidor, construindo a curiosidade sobre a marca.

Cada rede social traz consigo múltiplos instrumentos que facilitam no momento de procura e neste ponto falamos de *hashtags*, *gifs*, a possibilidade de divulgação de vídeos e ainda os tão conhecidos atualmente, *stories*, em que o conteúdo é divulgado por 24 horas.

Relacionando com a Oxy, o departamento de redes sociais é muito recente, a agência começou a sentir, com fluxo de trabalho, a necessidade de existirem colaboradores focados nesta área. Este é um território digital que necessita de um foco a 100%, porque para determinada rede conseguir atingir resultados orgânicos, isto é, através da interação dos conteúdos para com o indivíduo, o número de cliques nas publicações entre outras.



Por outras palavras o resultado orgânico consiste em todo o *engagement* que cada rede social tem sem nenhum tipo de conteúdo patrocinado. Ainda assim, para atingir as suas metas é necessário repensar uma estrutura que possa seguir uma linha, e é aqui se coloca em prática a ideia de *performance*. Para além disso, é através da gestão de comunidades que a marca cria uma ligação com os utilizadores sendo esta personalizada indivíduo por indivíduo

De uma forma mais assertiva e direta a qualidade é primazia nesta ferramenta do *marketing* digital.

Capítulo II- O Estágio



DIGITAL EXPERIENCE AGENCY



1. Plano de estágio

Posteriormente à apresentação da entidade acolhedora, segue-se a descrição de todas as atividades desenvolvidas de forma aprofundada.

Numa primeira instância, existiu a necessidade de delinear o meu plano de estágio (anexo I), que consistiu no planeamento das minhas tarefas com o apoio do *business director* e meu supervisor, David Pinheiro.

A proposta da agência para o meu estágio consistiu em planejar, organizar e calendarizar os conteúdos para as redes sociais de clientes da Oxy, bem como da própria agência, criar conteúdos digitais, elaborar relatórios mensais com a avaliação das métricas para enviar aos clientes e por último a análise de *performance* das variadas redes.

Um aspeto que devo salientar e que é impagável é o ambiente da agência, que ficou explícito deste o primeiro momento, o espírito de equipa e a entreaajuda da Oxy foi uma das características que me despertou um maior interesse para realizar o meu estágio.

1.1 Receção e acolhimento

Após trocar e-mails com o David Pinheiro com algumas propostas daquilo que seria o meu estágio, fui desafiada a uma entrevista *online* ou pessoalmente. Como acredito que a interação pessoal permite criar uma relação direta e possibilita a apresentação de uma forma mais adequada, decidi vir conhecer a agência e o seu ambiente.

Depois da reunião ficaram delineadas as minhas tarefas, bem como as expectativas sobre o meu trabalho, o horário a cumprir também foi um aspeto definido no momento, sendo este das 9:00 Horas às 18:00Horas, em dias úteis.

No meu primeiro dia, 8 de julho, cheguei à agência no horário combinado, onde fui de imediato levada a conhecer a casa e apresentada a todos os colaboradores, e foi nesse instante que compreendi a presença de todo aquele espírito jovem e que toda a agência respirava criatividade.



Antes de me dedicar às minhas tarefas das redes sociais, em conjunto com o meu supervisor, David Pinheiro, preenchemos os papéis necessários para normalizar e formalizar o estágio curricular, entre o Instituto Politécnico da Guarda e a *Oxy Agency*.

Fora apresentações e preenchimento de papéis, fui integrada no departamento de tráfego, visto que, ainda não existia uma secção só direcionada para *social media*, onde contei com o apoio incansável da *Social Media Manager*, Andreia Rocha, que me auxiliou, exemplificou passo a passo todas as etapas da gestão de redes sociais.

Como primeiras notas, foi necessário delinear o público-alvo das marcas, conhecer a sua concorrência e compreender a linha já seguida. Posteriormente, registei as sugestões e levei-as avante e comecei o meu percurso de estágio curricular.

1.2 Objetivos do estágio

O estágio curricular na minha perspetiva é a oportunidade de ter contacto com a realidade da área de formação, permitindo aos estudantes solucionar problemas, mas num contexto real

As metas que coloquei neste meu percurso passaram por:

- Colocar em prática todos as competências e saberes obtidos ao longo do curso de Comunicação e Relações Públicas;
- Assimilar todos os conhecimentos e experiências que os profissionais da área, com quem trabalhei me iam transmitindo;
- Desenvolver as minhas *soft skills*;
- Melhorar as minhas atitudes e comportamentos a nível profissional.

2. Atividades desenvolvidas

As atividades desenvolvidas consistiram em colocar em prática todas atividades delineadas no meu plano de estágio, que passarei a descrever de seguida.

2.1 Pesquisa e recolha de conteúdos

Numa primeira fase, e como eu não conhecia os clientes com que iria trabalhar, tornou-se necessário investigar sobre eles, e também todo o trabalho que já tinha sido desenvolvido. Como eram clientes da agência a linha criada, sobre o conteúdo das redes sociais dos mesmos não poderia ser perdida e por isso, tive que analisar o trabalho já desenvolvido.

Para isso, também se tornou essencial conhecer a concorrência dos mesmos, e saber qual os pontos que poderiam ser melhorados. Nesta área, devemos compreender que até através da concorrência conseguimos aprender novas coisas.

Assim sendo, nas primeiras semanas e mesmo ao longo do estágio fui recolhendo informações sobre os variados conteúdos que as mesmas lançavam.

Por exemplo, um dos clientes da agência era a *Restart*, uma escola criativa com Campus em Lisboa e no Porto, e para analisar os ditos concorrentes recorri as redes sociais de algumas escolas criativas.

Como podemos observar nas figuras abaixo. Na figura14 é uma publicação da *Lisbon School of Design*.



Figura 14- Publicação de dia 17 de Maio, da Lisbon School of Design

Fonte:
www.facebook.com/LisbonSchoolDesign/



Na imagem abaixo (15) é uma publicação da escola FLAG.



Figura 15- Publicação de dia 29 de março da FLAG

Fonte: <https://www.facebook.com/FLAG.PT/>

2.2 Definir o nosso público-alvo

Este é um dos passos fulcrais no momento de gestão de redes sociais, isto é, a definição do nosso público-alvo. Só é possível determinar quem é o nosso público, segmentando-o através das suas características, idade, o que o motiva e percebendo o que é que a marca tem para lhes oferecer.

Num processo inicial, seria importante pensar numa representação fictícia sobre qual seria o cliente ideal, mas no momento que comecei a trabalhar as contas a *persona* já estava definida, logo cabia-me investigar qual o trato que daria ao meu público alvo consoante a marca que trabalharia.

Um dos clientes da Oxy, é a NaturaLar que é uma empresa de remodelação de casas de banho e de outros serviços para casas, logo, estamos a falar para um tipo de clientes mais velhos e com uma linguagem menos juvenil. Logo o relacionamento com este público-alvo é mais formal como podemos observar na imagem abaixo.



Figura 16- Publicação dia 1 de agosto da NaturaLar

Fonte: <https://www.facebook.com/remodelacoesnaturalar/>

Pelo contrário, o restaurante Hã-burgueria, também cliente da Oxy, dirige-se a um público mais jovem, o que requer uma linguagem mais simples como podemos observar na figura 17.



Figura 17-Publicação da Hã- Burgueria no dia 14 de setembro

Fonte: <https://www.facebook.com/haburgueria/>

2.3 Planeamento de Conteúdos

Nas primeiras semanas de estágio, competi-me compreender através da observação, qual o método utilizado no momento de planear os conteúdos para as redes sociais.

Assim sendo, o procedimento consistia em construir uma grelha semanal para cada cliente, através da *Google Sheets*, uma funcionalidade da *google* que permite que tudo fique armazenado na *drive* do meu *e-mail* da agência.

Todas as grelhas dos clientes com quem trabalhei eram elaboradas semanalmente, onde colocava o conteúdo que iria sair em cada rede com o *copy* destinado ao mesmo.

A frequência de *posts* semanais era estabelecida pelo cliente, o planeamento total era elaborado por mim e enviado ao mesmo para aprovação. Obviamente antes deste último processo, a grelha era revista pelo meu supervisor, e muitas vezes trocávamos ideias para melhorar a comunicação em certos conteúdos.

A imagem abaixo é a demonstração da *Google drive* que me pertencia com todos os documentos realizados para os quatro clientes.

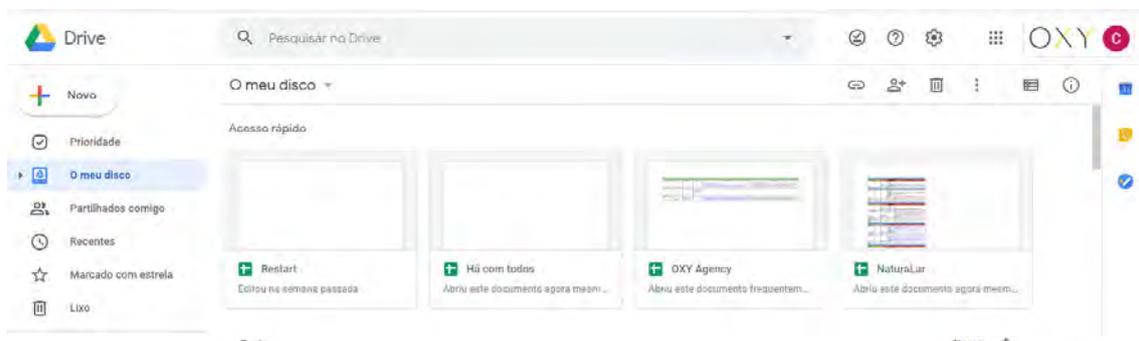


Figura 18- Google Drive

Fonte: <https://drive.google.com/>

Desta forma, é possível ver as grelhas de todos os clientes que trabalhei nos apêndices (IV, V, VI, VII)

2.4 Criação de Conteúdos Digitais

A criação de conteúdos é uma etapa importante em *social media*, isto porque é a temática que irá despertar a atenção dos utilizadores e impactá-los.



Embora exista clientes que já forneciam grande parte dos conteúdos, muitos outros tinham que ser criados na agência. A maior parte das vezes, eu planeava a estética do conteúdo e através do software *project manager*, discriminava o pretendido e os designers produziam o que eu idealizava.

No apêndice IV é possível observar vários pedidos de criação de conteúdos ao designer.

2.4.1 Criação de conteúdos no Canva

Por contrapartida, nos momentos de maior fluxo de trabalho e com serviços prioritários tornou-se necessário, ser eu própria a elaborar o *design* de algumas publicações através do *canva*.

Esta era uma ferramenta de *designer* gráfico já conhecida e utilizada ao longo da licenciatura o que facilitou o manuseamento da mesma.

Abaixo mostro alguns dos *designs* desenvolvidos por mim, como o auxílio desta ferramenta, para o cliente *Restart*.

As imagens, 19 e 20, estão ligadas à presenta da *Restart* em dois eventos.



Figura 20- Post sobre a presença da Restart no Festival Vilar de Mouros

Fonte: www.facebook.com/RestartCreativeEducation/



Figura 19- Post sobre a presença da Restart na Comic Com

Fonte: www.facebook.com/RestartCreativeEducation/



Na imagem 21 podemos observar uma frase ligada à área de fotografia, com o intuito de inspirar todos os alunos desta área



Figura 21-Post de uma frase inspiracional para a Restart

Fonte: www.facebook.com/RestartCreativeEducation/

2.5 Calendarização de Conteúdos nas redes sociais

Para a calendarização de conteúdos, os agendamentos eram feitos através da plataforma *swonkie*, um gestor de redes sociais, que permite fazer tudo aquilo que se faria se publicasse diretamente no *Facebook* ou no *Instagram*.

Esta ferramenta permite publicar, agendar qualquer conteúdo nas variadas redes sociais sem estar constantemente a fazer o *login*, e ainda, a programação demora segundos. Numa agência de *marketing* digital um instrumento como o *swonkie*, traz imensas vantagens porque permite a qualquer colaborador de *social media* agendar uma semana ou até mesmo um mês por inteiro.



Na ilustração 22, podemos observar uma demonstração de um agendamento.

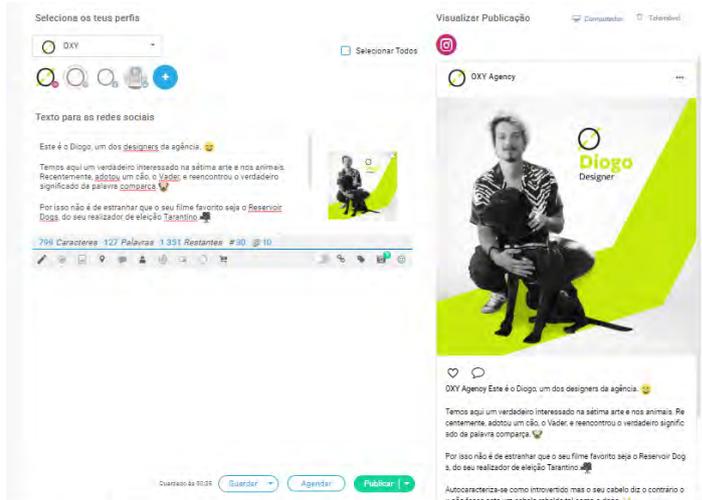


Figura 22- Agendamento de publicações pelo Swonkie

Fonte: <https://swonkie.com/pt/>

2.5.1 Publicações no Instagram

Cada marca é cada marca, e por isso tínhamos que adequar a melhor estratégia e a comunicação em ambas as redes.

Com alguns clientes seguíamos a mesma linha de conteúdo, tanto no *instagram* como no *Facebook*, como era o caso Hã-burgueria, e das próprias redes da agência, *Oxy Agency*. Nestes casos, o processo era simples, através do *swonkie* agendava diretamente para as duas redes.

Abaixo é possível observar publicações de *instagram* das duas redes mencionadas acima.



Figura 23- Publicação Instagram Hã-burgueria

Fonte: https://www.instagram.com/ha_burgueria/?hl=pt



Figura 24- Publicação no Instagram da Oxy Agency

Fonte: <https://www.instagram.com/oxy.agency>

Contudo, esta linha não é seguida nas redes sociais da *Restart*, como durante o estágio apanhei todo o percurso de angariação de alunos para o ano letivo 2019/2020, toda a linha de gestão desta rede consistiu na divulgação dos cursos. Para não tornar cansativo o conteúdo, ia diversificando as duas redes, se numa colocava uma imagem sobre determinado curso, noutra rede colocava um vídeo sobre o mesmo.

Na imagem 25 podemos observar o conteúdo que saiu na rede de *instagram* da *Restart*.

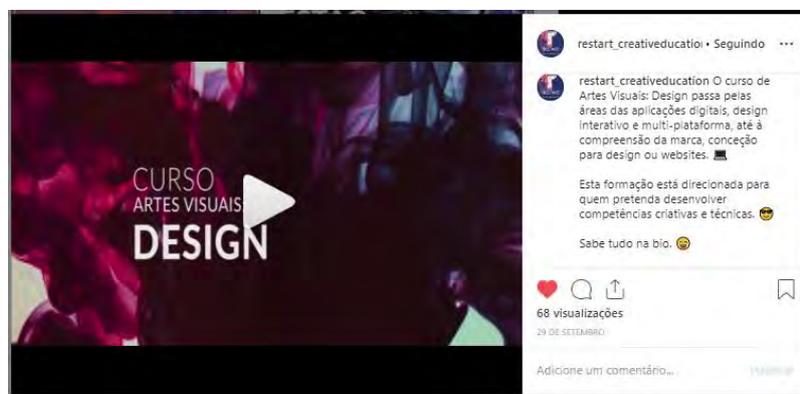


Figura 25- Publicação Instagram Restart

Fonte: https://www.instagram.com/restart_creativeeducation/?hl=pt

2.5.2 Publicação no Facebook

Como referido acima a *Restart* mantinha uma linha distinta nas duas redes, e por isso a imagem 25 apresenta a publicação em vídeo do dia 29 de setembro no *instagram*, nesse mesmo dia no *Facebook* o conteúdo lançado é uma imagem com total ligação ao mesmo curso, como podemos ver na imagem 26



Figura 26-Publicação Facebook Restart

Fonte:

<https://www.facebook.com/RestartCreativeEducation/>

A NaturaLar é um cliente (como referido no ponto 2.2) em que o seu conteúdo é dirigido a um público-alvo com faixa etária distinta, e por isso só mantém a sua presença no *Facebook*, por ser uma das redes mais antigas e onde predomina a *persona* que a marca idealiza. Na imagem 27 conseguimos observar um *post* de dia sobre um dos seus serviços.



Figura 27- Publicação Facebook NaturaLar

Fonte:

<https://www.facebook.com/remodelacoesnaturalar/>

2.6 Contacto com os clientes

Numa fase inicial o contacto com os clientes não era estabelecido por mim, porque ainda estava a integrar-me na equipa e teria que existir uma apresentação da minha pessoa por parte do *account* ao cliente.

No momento que comecei a ter contacto direto com o cliente tornou-se mais fácil esclarecer qualquer dúvida que poderia ter sobre a marca ou até mesmo sobre o planeamento de conteúdos.

Maioritariamente, o contacto era feito via *e-mail* ou *Whatsapp*, com algumas exceções por chamada telefónica.

Como já referido anteriormente, as grelhas eram enviadas semanalmente para aprovação por parte dos clientes como é possível na imagem 28, qualquer dúvida de respostas a clientes era feita via *e-mail*.



Figura 28- E-mail para o cliente Restart

Fonte: <https://mail.google.com/mail/u/0/>

Um aspeto que eu considere bastante positivo na agência é que havia regularmente reuniões pessoais com os clientes para que juntos conseguíssemos delinear a melhor estratégia. A meu ver este sempre foi um aspeto vantajoso porque permitia criar laços com o representante da marca com quem constantemente trabalhamos.



2.7 Copywriter nas redes sociais

O *copywriter* nos dias de hoje já não é apenas aquela pessoa que se destina a escrever para campanhas publicitárias, com o avanço da tecnologia e da passagem do *marketing* tradicional para o digital, esta função chegou até novas áreas.

Desta forma, *copywriting* é uma estratégia de produção de conteúdo focada em convencer o leitor a realizar uma ação específica (Vieira, 2019).

Assim sendo, as redes sociais, atualmente, são uma ferramenta utilizada pelas marcas para conseguir convencer a *persona* que a resposta para aquilo que eles pretendem está naquela marca. Tornou-se uma das formas de vender um produto ou serviço através de um instrumento que hoje em dia toda as pessoas usam, que são as redes sociais.

2.8 Gestão de comunidades

Gestão de comunidades é um dos maiores desafios do *marketing* digital, porque neste ponto lida-se diretamente com o cliente, e todo o processo consiste na construção de uma relação entre uma marca e o utilizador. Para além da importância de planear toda a estratégia de uma rede social, estar presente para responder a qualquer dúvida de um cliente ou potencial cliente é um dos pontos essenciais nas redes sociais.

O utilizador nunca deve ser esquecido, e o meu objetivo nesta tarefa era tornar cada um como único, isto é, todas as minhas respostas eram personalizadas, para conseguir criar a empatia com a *persona*. Acredito que esta é a direção mais indicada, em *social media* porque não é só importante criar conteúdo que consiga impactar, criar laços é uma das mais importantes tarefas nesta área.

2.9 Análise de performance

Depois de tudo planeado e lançado nas redes sociais de cada marca, os conteúdos já publicados não devem ser esquecidos, muito pelo contrário.

Ao longo dos meses do estágio uma das coisas que estava intrinsecamente delineado era a análise de performance das redes sociais, compreendermos os funcionamentos das



métricas e os objetivos que conseguimos atingir com determinado conteúdo ajuda-nos a saber onde melhorar. E é esta uma das vantagens do *marketing*, podermos analisar o resultado da estratégia no momento em que foi lançada.

Assim sendo, até neste ponto o *swonkie* detinha uma função, visto que, uma das opções desta ferramenta é exportar os dados das métricas obtidas ao longo de cada mês.

As métricas mais importantes a serem analisadas são:

- Alcance, que consiste na forma como o conteúdo está distribuído nas redes, e quantas pessoas conseguiu impactar;
- Interação está inteiramente ligada ao envolvimento do público com o conteúdo;
- Taxa de cliques é uma das métricas que permite compreender quantos cliques e interações tiveram as publicações;
- Melhor Horário, esta métrica ajuda a compreender a melhor hora para impactar o público-alvo de cada página.

2.10 Elaboração de reports

Os Relatórios de *performance* são imprescindíveis nesta área, são estes que permitem que os resultados sejam melhorados, através de uma análise de todas as métricas.

Estes dados não são apenas úteis a nós, gestores de redes sociais, mas também para os clientes fazerem uma análise mensal de todos os avanços e recuos que as suas redes tiveram.

Desta forma, estes indicadores ajudam a tomar novas decisões e a reformular, se necessário, a estratégia planeada. Para além da análise das métricas, nos relatórios colocava sugestões que achava que poderiam ser interessantes para melhorar estes canais, que cabia ao cliente aceitar ou até mesmo sugerir novos tipos de conteúdos.

No meu caso específico, apenas realizeis relatórios para dois clientes, sendo estes a NaturaLar e a *Restart*, para os meses de agosto e setembro.



2.11 Recolha de fotografias para a rede social Hã-burgueria

Esta foi uma das tarefas que realizei poucas vezes, uma vez que quando comecei a gerir esta página forneceram-me já registos fotográficos.

Apesar disso, considerei que era importante ter novos conteúdos e novas fotografias de outras perspetivas, visto que estamos a falar de um tipo de conteúdo que não irá fugir aquilo que realmente é.

Uma das facilidades desta conta é que o Hã pertence aos detentores da *Oxy Agency*, logo para não criar repetição de imagens e como esta era uma das vertentes do curso de Comunicação e Relações Públicas, esta era uma oportunidade para colocar em prática.

De seguida, apresento algumas das fotos que foram sendo captadas ao longo do meu estágio.



Figura 29- Hambúrguer Chèvre

Fonte: Própria



Figura 30-Salada de Frango

Fonte: Própria



Figura 31-Hambúguer de Salmão

Fonte: Própria



Reflexão Final

O presente relatório surge como uma apresentação de todo o processo do meu estágio curricular, desde a entidade acolhedora e tudo o que a completa até às atividades desenvolvidas ao longo dos três meses.

Todo ele representa o culminar de um trajeto de aprendizagem tanto a nível pessoal como profissional, nesta área que é o *marketing* digital. Quando ingressamos no mundo do trabalho o sentido de responsabilidade é um fator que está sempre em claro, isto porque estamos a trabalhar e a representar uma marca, neste caso específico a *Oxy Agency*.

Com este relatório de estágio, tenciono expor todo o trabalho desenvolvido enquanto estagiária, onde apresento todas as atividades nas diversas vertentes do *marketing* digital e comunicação, bem como todas as aquisições e dificuldades sentidas. Inicialmente uma das minhas maiores dificuldades consistiu na adaptação a vários tipos de comunicação, visto que o meu *target* era diferente em todas as redes sociais. Contudo isto possibilitou-me melhorar a minha capacidade de escrita e adaptar-me aos vários tipos de mensagem. A fotografia embora fosse uma atividade desenvolvida esporadicamente, proporcionou-me colocar em prática os conhecimentos obtidos ao longo da licenciatura e ainda aperfeiçoar os mesmos, porque como era sessões de alimentação era necessário focar em todos os detalhes para o conteúdo ser atrativo. Não devemos esquecer que a criatividade é um ponto chave para se conseguir atingir um maior *engagement* em *social media* e com o estágio consegui estimular este meu lado.

De uma forma geral, sempre me predispus a ajudar nas outras vertentes do *marketing* digital, com o objetivo de desenvolver novas aptidões e melhorar o meu conhecimento no mundo do trabalho. Com o término do estágio sinto que aperfeiçoei todas as minhas valências, desde o funcionamento no mundo do trabalho até aquilo que se denomina de trabalho de equipa.

No que diz respeito à minha entidade acolhedora, não poderia estar mais satisfeita, colocaram-me à vontade, o espírito de equipa era notável em todos os sectores da agência e ainda assim consegui adquirir todos as experiências que os colaboradores da agência me iam transmitindo.



No momento de fazer uma retrospectiva sobre a minha *performance* durante o estágio, sinto que consegui atingir todas as metas e ultrapassar algumas delas que achei que não o conseguiria.

Obviamente que a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas me forneceu bases que seriam imprescindíveis no momento de me relacionar com o mercado de trabalho, contudo acredito que deveria haver uma aposta forte na área do *marketing* digital. Esta é uma das áreas cada vez mais em ascensão e se os alunos obtiveram uma base estruturada sobre este tema conseguem obter outros domínios.

Em suma, todo este processo foi exigente e trabalhoso, mas compensador, chego ao fim com o sentido de dever cumprido e pronta para ingressar no mundo do trabalho.



Bibliografia

Adolpho, C. (2012). *Os 8Ps do Marketing Digital, O Guia Estratégico do Marketing Digital*. Alfragide : Texto Editores.

Almeida, V. (2000). *A comunicação interna nas empresas*. Lisboa : Práxis.

Carvalho, J. E. 2019. *Gestão de empresas- Princípios Fundamentais*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Carvalho, J. C & Filipe, J. C. 2014. *Manual de Estratégia- Conceitos, Prática e Roteiro*. Lisboa: Edições Sílabo.

Dabner, D, Stewart, S. & Vickress, A. 2019. *Curso de Design Gráfico- Princípios e práticas*. Barcelona: Editora Gustavo Gili, SL.

Faustino, P. 2019. *Marketing Digital na Prática*. Lisboa : Marcador Editora.

Kotler, P, Kartajaya, H, & Setiawan, I . 2017. *Marketing 4.0*. Coimbra : Conjuntura Actual Editora.

Lindon, D, Lendrevie, J. ; Lévy, D. , Pedro, D., & Rodrigues, J.V. 2008. *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote.

Marques, V. 2018. *Marketing Digital 360*. Coimbra : Conjuntura Actual Editora.

Oliveira, C.M. , 2019. *Brand Management na era digital e humana : a gestão para o sucesso*. Coimbra. : Conjuntura Actual Editora.

Paula, N. A. , Zeferino, A., Carvalho, F., Gouveia, M., Faustino, P., & Coutinho, V. 2018. *Marketing Digital Para Empresas*. Lisboa: Perfil Criativo- Edições.

Recuero, R. 2009. *Redes Sociais na Internet*. Brasil : Editora Meridional.

Rego, A. 2016. *Comunicação Pessoal e Organizacional- Teoria e Prática*. Lisboa: Edições Sílabo.

Teixeira, S. 2017. *Gestão das Organizações*. s/l. : Escolar Editora.

Torres, C. 2018. *A bíblia do marketing digital- Tudo o que queira saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. Brasil : Novatec editora LTDA.

Vieira, Dimitri. 2019. <https://rockcontent.com/blog/copywriting/>. [Online] 2019.

Santos, S. *Comunicação Externa*. [.knoow.net/cienceconempr/marketing/comunicacao-externa/](https://www.knoow.net/cienceconempr/marketing/comunicacao-externa/), consultado em 23 de agosto de 2019.

PORDATA. *População residente* www.pordata.pt/Municipios/População, consultado a 25 de dezembro de 2019.



Oxy Agency <https://oxy.agency/>, consultado em setembro 27 de agosto de 2019.

Faustino, P. *Email Marketing*. <https://www.paulofaustino.com/email-marketing/>, consultado em 3 de setembro de 2019.

Gabriel, L. *Aprende o que é uma lead e transforme potenciais clientes em fiéis compradores*, <https://rockcontent.com/blog/o-que-e-lead/#importancia>. consultado em 5 de setembro de 2019.

What is CPM - Cost Per Mille Definition, <https://www.ironsrc.com/glossary/cpm/>, consultado em 6 de setembro de 2019.

Custo por clique: aprenda o que CPC significa para o PPC, <https://rockcontent.com/blog/custo-por-clique/>, consultado em 10 de setembro de 2019.

O Content Marketing Em 2019, <https://edit.com.pt/blog/o-content-marketing-em-2019/>, consultado em 20 de setembro de 2019.

Politi, C. *O que é content marketing*, <https://www.tracto.com.br/o-que-e-content-marketing/>, consultado em 27 de setembro de 2019.

O que é SEM – Search Engine Marketing, <https://www.academiadomarketing.com.br/o-que-e-sem/>, consultado em 27 de setembro de 2019.

Mesquita, R. *O que é SEO (Search Engine Optimization): o guia completo para você conquistar o topo do Google*, <https://rockcontent.com/blog/o-que-e-seo/>, consultado em 1 de outubro de 2019.

Gestão de Campanhas de Pagamento-Per-Clique (PPC), <https://www.unik-seo.com/pt/gestao-campanhas-ppc/>, consultado em 15 de outubro de 2019.

Anexos



DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

Anexo I- Plano de Estágio

| | | |
|---|--|--|
|  | <h3>PLANO DE TRABALHO</h3> <p>Ensino Clínico Estágio</p> <p>Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTaSP) Licenciaturas Mestrados</p> | <p>MODELO GESP.034.05</p> <p>Ano Letivo ____/____</p> |
| <p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p> | | |
| <p>Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESBCD <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH</p> <p>Tipo(s): <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____</p> <p>Acordo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</p> <p>Modalidade(s) de avaliação: _____</p> <p>Designação: _____</p> <p>Ano curricular: _____ Semestre: _____ <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período</p> | | |
| 1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES | | |
| <p>Estudante: <u>Blandina Carolina Fernandes Mendes</u> N.º de estudante: <u>15000905</u></p> <p>Docente orientador(a): <u>Carla Helena Henriques Roldão Nobre</u></p> <p>Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Paulo Roldão</u></p> | | |
| 2. PLANO DE TRABALHO | | |
| <p>- PLANEAR, ORGANIZAR E CALENDARIZAR OS CONTEÚDOS PARA DIVERSAS PÁGINAS WEBS, COMO A HABILITACAO HA, PORTAL E ATUALIZAR</p> <p>- CRIAR AS PÁGINAS WEBS DA DXY AGENCY</p> <p>- CRIAR CONTEÚDOS DIGITAIS PARA DIVERSOS CLIENTES DA DXY AGENCY</p> <p>- EFECTUAR PESQUISA PARA DIVERSOS CLIENTES DA DXY AGENCY</p> <p>- PROPOR SOLUÇÕES INOVADORAS PARA OS DIVERSOS CLIENTES DA DXY</p> <p>- ANÁLISE DA PERFORMANCE TAV DIFERENTES PÁGINAS WEBS</p> | | |
| 3. ASSINATURAS | | |
| <p>O(A) Estudante</p> <p><u>1504107119918</u></p> <p><u>Blandina</u></p> <p>(assinatura)</p> | <p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p><u>105109120919</u></p> <p><u>Carla Roldão</u></p> <p>(assinatura)</p> | <p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a)</p> <p><u>105109120919</u></p> <p><u>Paulo Roldão</u></p> <p>(assinatura e carimbo)</p> |

Apêndice



Lista de Apêndices

Apêndice I – Instalações Oxy Agency

Apêndice II- Cronograma de Atividades

Apêndice III- Delineamento da marca Oxy

Apêndice IV- Pedidos de criatividade através do software PM

Apêndice V- Grelha Oxy Agency

Apêndices VI- Grelha Hã-burgueria

Apêndices VII- Grelha Restart

Apêndices VIII- Grelha NaturaLar

Apêndice IX- Proposta de alteração rede socia Hã-burgueria

Apêndice X- Report NaturaLar agosto

Apêndice XI – Report Restart setembro

Apêndices I – Instalações

Oxy Agency



Departamento Comercial

É neste departamento que tudo se inicia, isto é , onde existe a angariação de clientes



Departamento de Tráfego

Aqui está inserido o departamento de redes sociais, a construção de campanhas, envio de e-mail marketing entre outros.



Departamento de Design-

Aqui onde se centra a criatividade de todos os projetos



Apêndice II- Cronograma de Atividades

Apêndices III-
Delineamento da marca Oxy

 Vidi

**Apêndice IV Pedidos de
criatividade através do
software PM**

Apêndice V- Grelha Oxy Agency

| Setembro | | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------------|--|---|---|--|--|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | Imagem | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 16 | foto colaborador | Sérgio |  | | Para o Sérgio ser account é como fazer crossfit. Este é o nosso Master, focado e incansável até conseguir o que quer. E é de acreditar que vai buscar a sua inspiração ao livro Chasing Excellence de Ben Bergeron, porque, para ele, ganhar é uma consequência dos seus hábitos e não um objetivo. A sua série de eleição é Game of Thrones pois tudo o que é fantasia é um must para o Sérgio ou não fosse a 1ª Trilogia Star Wars os seus filmes predilectos. | Para o Sérgio ser account é como fazer crossfit. Este é o nosso Master, focado e incansável até conseguir o que quer. E é de acreditar que vai buscar a sua inspiração ao livro Chasing Excellence de Ben Bergeron, porque, para ele, ganhar é uma consequência dos seus hábitos e não um objetivo. A sua série de eleição é Game of Thrones pois tudo o que é fantasia é um must para o Sérgio ou não fosse a 1ª Trilogia Star Wars os seus filmes predilectos. |
| Terça-feira | 17 | | | | | | |
| Quarta-feira | 18 | frase inspiracional | |  | "Um bom design é invisível. Um excelente design é transparente." Joe Sparano | | |
| Quinta-feira | 19 | | | | | | |
| Sexta-feira | 20 | tendências de marketing | Adaptação e eliminação para as novidades das redes sociais |  | | As redes sociais são um dos principais canais de comunicação de conteúdos e anúncio constantemente novidades, isto faz com que as marcas tenham que reformular as suas estratégias para alcançar o seu público. No caso do Instagram surgiu recentemente o IGTV que proporciona as marcas a oportunidade de divulgar vídeos de um hora sobre variados temas, isto faz com que a relação entre marca e utilizadores aumente. | As redes sociais são um dos principais canais de comunicação de conteúdos e como tal são essenciais para as estratégias de marketing. Muitas delas anunciam novidades a toda a hora o que faz com que os marketeers tenham de estar constantemente a reformular as suas estratégias para se adaptarem as novas realidades deste universo digital. |
| Sábado | 21 | | | | | | |
| Domingo | 22 | | | | | | |

| Outubro | | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------------|---|---|---|---|---|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | Imagem | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 23 | Foto colaborador | Andrea |  | | Tem o dom de ter sempre os papeis em ordem. A nossa Andrea é das pessoas mais doces do escritório. Este seu lado é revelado nos seus filmes favoritos ou não fossem as suas obras cinematográficas de eleição, The Mission e Gone with the Wind! Não podemos deixar de realçar que por detrás da docura existe uma fibra inabalável e a prova disso está no seu gosto por rock clássico. Não deixes para amanhã o que podes comer e beber hoje, está é a sua frase de autor. Esta é a nossa financial controller | Tem o dom de ter sempre os papeis em ordem. A nossa Andrea é a pessoa mais doce do escritório, este seu lado é revelado nos seus filmes favoritos, não fosse as suas obras cinematográficas de eleição, The Mission e Gone with the Wind. Mas não podemos deixar de realçar que por detrás da docura existe uma fibra inabalável e a prova disso está no seu gosto por rock clássico. Não deixes para amanhã o que podes comer e beber hoje, está é a sua frase de autor. Esta é a nossa financial controller |
| Terça-feira | 24 | | | | | | |
| Quarta-feira | 25 | frase inspiracional | |  | "É um diálogo, não um monólogo. Social media vai mais ao encontro de um leitor do que uma televisão" Amy Jo Martin | | |
| Quinta-feira | 26 | | | | | | #oxyagency #marketingdigital #socialmedia |
| Sexta-feira | 27 | tendências de marketing | Conteúdos e estratégias pensados para os micro-momentos |  | | Hoje em dia é essencial elaborar estratégias de comunicação que abarcem as pessoas nos seus micro-momentos diários. Este termo, que tem o cunho da Google, diz respeito a situações extremamente específicas dentro da jornada de compra do consumidor. Segundo o Google existe 4 micro-momentos: eu quero saber, eu quero ir, eu quero fazer e eu quero comprar. Assim, torna-se crucial saber qual o micro-momento ideal para a sua empresa atacar até porque todas as previsões apontam para que esta tendência se intensifique nos próximos tempos. | Hoje em dia é essencial elaborar estratégias de comunicação que abarcem as pessoas nos seus micro-momentos diários. Este termo, que tem o cunho da Google, diz respeito a situações extremamente específicas dentro da jornada de compra do consumidor. Segundo o Google existe 4 micro-momentos: eu quero saber, eu quero ir, eu quero fazer e eu quero comprar. Assim, torna-se crucial saber qual o micro-momento ideal para a sua empresa atacar até porque todas as previsões apontam para que esta tendência se intensifique nos próximos tempos. |
| Sábado | 28 | | | | | | |
| Domingo | 29 | | | | | | |

| Outubro | | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------------|-------------|---|---|---|---|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | Imagem | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 1 | Foto Colaborador | David |  | | Aparceiros pelos filmes. Pela mulher. Pelos amigos e pela família. Pelo futebol e pelo seu Sporting. E claro, pela música onde tem hoje em dia uma banda de celebração à sua maior paixão musical, os Rationhead. Adora viajar mais ainda não foi ao seu destino de sonho, a ilha de Palau. Adora filmes e séries com Breaking Bad e os Condannados de Showstark na linha da frente. Empreendedor. "Intense your soul in love" e tudo começa pelo melhor... :) | Aparceiros pelos filmes. Pela mulher. Pelos amigos e pela família. Pelo futebol e pelo seu Sporting. E claro, pela música onde tem hoje em dia uma banda de celebração à sua maior paixão musical, os Rationhead. Adora viajar mais ainda não foi ao seu destino de sonho, a ilha de Palau. Adora filmes e séries com Breaking Bad e os Condannados de Showstark na linha da frente. Empreendedor. "Intense your soul in love" e tudo começa pelo melhor... :) |
| terça-feira | 1 | | | | | | #oxyagency #marketingdigital #design |
| quarta-feira | 2 | frase inspiracional | |  | "O melhor tipo de Marketing é aquele que não parece marketing" Tom Fishburne | | |
| quinta-feira | 3 | | | | | | |
| sexta-feira | 4 | Tendências do marketing | |  | | O uso de conteúdos em vídeo não é uma simples tendência nas redes sociais mas uma realidade já presente. Com o surgimento dos lives, o meio digital tornou outro mundo. Os lives consistem em transmissões de vídeos ao vivo, o que permite criar uma empatia direta com os utilizadores pois são vistos como materiais autênticos. Atualmente, as empresas optam por mostrar o que está por detrás da marca e tal tornou-se uma vantagem pois para além da relação direta com o público-alvo, fideliza-os. | O uso de conteúdos em vídeo não é uma simples tendência nas redes sociais mas uma realidade já presente. Com o surgimento dos lives, o meio digital tornou outro mundo. Os lives consistem em transmissões de vídeos ao vivo, o que permite criar uma empatia direta com os utilizadores pois são vistos como materiais autênticos. Atualmente, as empresas optam por mostrar o que está por detrás da marca e tal tornou-se uma vantagem pois para além da relação direta com o público-alvo, fideliza-os. |
| Sábado | 5 | | | | | | #oxyagency #marketingdigital #lives #vídeos #tendências |
| Domingo | 6 | | | | | | |

| Outubro | | | | | | | |
|---------------|------------|------------------|-------------|---|--------|---|---|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | Imagem | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 7 | Foto colaborador | Cláudia |  | | A nossa Cláudia é das pessoas mais meigas da agência, em tudo o que faz coloca amor. É porque é nas músicas que tiramos um pouco de nós. Forever Young é a sua música predileta e o seu lema de vida. Mas está é só o início de uma viagem no meio do paraiso não fosse o Principito e o seu livro de eleição. Se fosse por ela, pagava no livro e marcava viagem direta para as Ilhas Seychelles. "Sou do tamanho do que vejo e não do tamanho da minha alma." | A nossa Cláudia é das pessoas mais meigas da agência, em tudo o que faz coloca amor. É porque é nas músicas que tiramos um pouco de nós. Forever Young é a sua música predileta e o seu lema de vida. Mas está é só o início de uma viagem no meio do paraiso não fosse o Principito e o seu livro de eleição. Se fosse por ela, pagava no livro e marcava viagem direta para as Ilhas Seychelles. "Sou do tamanho do que vejo e não do tamanho da minha alma." |
| terça-feira | 8 | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------|----|-------------------------|--|---|--|---|---|
| | | | |  | Marketing de conteúdo ao mundo que és uma estrela de rock. Marketing de conteúdo é mostrar ao mundo que és realmente uma * | | |
| quarta-feira | 9 | Frase inspiracional | | | Robert Ross | | #foxy #marketing #conteudo |
| quinta-feira | 10 | | | | | | |
| sexta-feira | 11 | Tendências do Marketing | |  | Uso de influenciadores locais na estratégia de Marketing | Os influenciadores são cada vez mais utilizados como ferramenta do marketing digital, pois muitos deles têm a capacidade de influenciar os seus seguidores a adquirir um serviço ou produto. Com o aparecimento do marketing de influenciadores apareceram também influenciadores locais, que fazem com que surjam nas redes sociais nichos especializados e destinados aos mais variados gostos do público-alvo. | Os influenciadores são cada vez mais utilizados como ferramenta do marketing digital, pois muitos deles têm a capacidade de influenciar os seus seguidores a adquirir um serviço ou produto. Com o aparecimento do marketing de influenciadores apareceram também influenciadores locais, que fazem com que surjam nas redes sociais nichos especializados e destinados aos mais variados gostos do público-alvo. #foxy #oxyagency #marketingdigital #marketinginfluenciadores |
| Sabado | 12 | | | | | | |
| Domingo | 13 | | | | | | |

| Terça-feira | | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------------|-------------|---|--|---|--|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 14 | Foto colaborador | Diogo |  | Este é o Diogo, um dos designers da agência. Temos aqui um verdadeiro interessado na sétima arte e nos animais. Recentemente, adotou um cão, o Vader, e reencontrou o verdadeiro significado da palavra companhia. Por isso não é de estranhar que o seu filme favorito seja o Reservoir Dogs, do seu realizador de eleição Tarantino. Autocarência-se como introvertido mas o seu cabelo diz o contrário ou não fosse este um cabelo rebelde tal como o dono. Um final de tarde perfeito para o Diogo era com uma cerveja na mão e na outra o seu livro favorito "A morte de Bunny Munro". Um aspeto fundamental era a música de fundo da sua banda favorita "Deftones". A sua regra diária foca-se nas noites mágicas, manhãs trágicas. | | Este é o Diogo, um dos designers da agência. Temos aqui um verdadeiro interessado na sétima arte e nos animais. Recentemente, adotou um cão, o Vader, e reencontrou o verdadeiro significado da palavra companhia. Por isso não é de estranhar que o seu filme favorito seja o Reservoir Dogs, do seu realizador de eleição Tarantino. Autocarência-se como introvertido mas o seu cabelo diz o contrário ou não fosse este um cabelo rebelde tal como o dono. Um final de tarde perfeito para o Diogo era com uma cerveja na mão e na outra o seu livro favorito "A morte de Bunny Munro". Um aspeto fundamental era a música de fundo da sua banda favorita "Deftones". A sua regra diária foca-se nas noites mágicas, manhãs trágicas. |
| quarta-feira | 16 | Frase inspiracional | |  | "o design não deve dominar coisas, e não deve dominar pessoas: deve ajudá-las, isto é o que importa" | | #foxy #marketingdigital #design |
| sexta-feira | 18 | Tendências do marketing | Chatbot |  | | A ascensão tecnológica veio acompanhada de aspetos positivos mas consequentemente afetou diversas áreas, e neste caso específico o Marketing Digital. Os Chatbots vieram transformar toda a tendência e melhorar a forma como pessoas comunicam na internet. São muito mais rápidos, personalizam a sua comunicação por utilizador e ajudam os clientes nos momentos de compra online. | A ascensão tecnológica veio acompanhada de aspetos positivos mas consequentemente afetou diversas áreas, e neste caso específico o Marketing Digital. Os Chatbots vieram transformar toda a tendência e melhorar a forma como pessoas comunicam na internet. São muito mais rápidos, personalizam a sua comunicação por utilizador e ajudam os clientes nos momentos de compra online. #foxy #marketingdigital #chatbots |
| Sabado | 19 | | | | | | |
| Domingo | 20 | | | | | | |

| Outubro | | | | | | | |
|---------------|------------|-------------------------|---------------|---|--|--|--|
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Observações | | Frases | Copy Facebook | Copy Instagram |
| Segunda-feira | 21 | Foto colaborador | Zara |  | | A Zahra é a nossa "mobília" mais antiga. E por isso que aquilo que a identifica na agência são os três chefes. Não só por lhe terem criado novas identidades, como Dona Salate ou Sara Alice mas porque lhe atribuíram a tarefa de PPTO. É notável a alegria e o otimismo da nossa account, e obviamente o seu livro de inspiração só poderia ser a Vida sem Limites de Nick Vujicic. Como a música pertence à alegria, a sua banda predileta não podia ser nada mais nada menos do que Mr. Smith de David Pinheiro. Um dia perfeito na agência seria com a Patricia a rebanar as suas campanhas e o David a cantarolar. "A gargalhada é o sol que varre no inverno do rosto humano" | A Zahra é a nossa "mobília" mais antiga. E por isso que aquilo que a identifica na agência são os três chefes. Não só por lhe terem criado novas identidades, como Dona Salate ou Sara Alice mas porque lhe atribuíram a tarefa de PPTO. É notável a alegria e o otimismo da nossa account, e obviamente o seu livro de inspiração só poderia ser a Vida sem Limites de Nick Vujicic. Como a música pertence à alegria, a sua banda predileta não podia ser nada mais nada menos do que Mr. Smith de David Pinheiro. Um dia perfeito na agência seria com a Patricia a rebanar as suas campanhas e o David a cantarolar. "A gargalhada é o sol que varre no inverno do rosto humano" |
| terça-feira | 22 | | | | | | |
| quarta-feira | 23 | Frase inspiracional | |  | "Marketing de conteúdo é a nova publicidade. A hashtag é a nova tagline" | | #foxy #marketing #marketingdigital #hashtag |
| quinta-feira | 24 | | | | | | |
| sexta-feira | 25 | Tendências do marketing | Autenticidade |  | | O Marketing Digital ajuda as marcas a tornarem-se autênticas no mundo digital. Tal é possível desenvolvendo uma personalidade única através do design e criando a sua própria linguagem. | O Marketing Digital ajuda as marcas a tornarem-se autênticas no mundo digital. Tal é possível desenvolvendo uma personalidade única através do design e criando a sua própria linguagem. #foxy #oxyagency #oxylearn #peoplebyoxy |
| Sabado | 26 | | | | | | |
| Domingo | 27 | | | | | | |

Apêndices VI- Grelha Hã- burgueria

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|------------------------------|-------------------------|---|--|--|
| quinta-feira | 1 | Hamburguer | Lançar cartaz do sunset |  https://drive.google.com/open?id=1DHAO_4vswHcoGO2WeCBXctlosKRr8yXU Esta sexta damos-te música, traz a tua companhia e aproveita a nossa Happy Hour com viagem directa para o fim-de-semana. :) | Esta sexta damos-te música, traz companhia e aproveita a nossa Happy Hour com viagem directa para o fim-de-semana. :) #ha #hacomtodos #hamburguer #sunset #sextas | |
| sexta-feira | 2 | Dia Internacional da cerveja | |  https://drive.google.com/open?id=1bewsyq3idzVAp-YzEVDNoYJfpRWe-Jaj No dia Internacional da cerveja já temos os barris preparados para te refrescar a alma, vem brindar connosco! | https://drive.google.com/open?id=1BgaeCtP94fTHOHkrsemBEmhwuR-Ya_zy No dia Internacional da cerveja já temos os barris prontos para te refrescar a alma, vem brindar connosco! #hã #hãcomtodos #sunset #cerveja #superbock | |
| sabádo | 3 | Salada | |  https://drive.google.com/open?id=1bewsyq3idzVAp-YzEVDNoYJfpRWe-Jaj A nossa proposta para este dia de sol: Salada de atum, o verdadeiro sabor do verão. | https://drive.google.com/open?id=1bewsyq3idzVAp-YzEVDNoYJfpRWe-Jaj A nossa proposta para este dia de sol: Salada de atum, o verdadeiro sabor do verão. #ha #hacomtodos #hamburguer #salada | |
| domingo | 4 | Domingo dia de família | sobremesas |  https://drive.google.com/open?id=14gaO_xjCpcbmV0ZFED-dNLPC_Vedg6DI Acaba com as "dores" do fim-de-semana com uma das nossas sobremesas. Se não acreditas passa por cá e tira as teimas | https://drive.google.com/open?id=14gaO_xjCpcbmV0ZFED-dNLPC_Vedg6DI Acaba com as "dores" do fim-de-semana com uma das nossas sobremesas. Se não acreditas passa por cá e tira as teimas #ha #hacomtodos #hamburguer #sobremesas #sweat | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
| segunda-feira | 5 | tapa buracos | |  https://drive.google.com/open?id=1RohK8kJ1a3nAFG9DDR8_P8slgadS3nA Podes não acreditar mas o nosso tapa buraco consegue curar tudo... até mesmo aquelas segundas-feiras | https://drive.google.com/open?id=1RohK8kJ1a3nAFG9DDR8_P8slgadS3nA Podes não acreditar mas os tapa buracos conseguem curar tudo... até mesmo aquelas segundas-feiras #ha #hacomtodos #hamburguer #tapaburaco #entradas | |
| terça-feira | 6 | Hamburguer desfiada | |  https://drive.google.com/open?id=1be4FwDz9HdXLB-3FMzIA8qove9X33dX Sabias que a nossa Desfiada é uma carne de porco cozinhada lentamente, temperada com um molho picante que te vai proporcionar um misto de sensações paliativas? Mas nada melhor do que provar em vez de imaginar. | https://drive.google.com/open?id=1be4FwDz9HdXLB-3FMzIA8qove9X33dX Sabias que a nossa Desfiada é uma carne de porco cozinhada lentamente, temperada com um molho picante que te vai proporcionar uma explosão de sabores? Mas nada melhor do que provar em vez de imaginar. #ha #hacomtodos #hamburguer #desfiada | https://drive.google.com/open?id=1DHAO_4vswHcoGO2WeCBXctlosKRr8yXU "Final de tarde com outro sabor " |
| quarta-feira | 7 | Jeff com hamburgueres | |  https://drive.google.com/open?id=18rsqPuQG4PKbqP1gypI4ptrJ4vPnXBH5 Uma mesa cheia de Hamburgueres é motivo de alegria. Traz os teus amigos e junta-te a nós | https://drive.google.com/open?id=18rsqPuQG4PKbqP1gypI4ptrJ4vPnXBH5 Uma mesa cheia de Hamburgueres é motivo de alegria. Traz os teus amigos e junta-te a nós #ha #hacomtodos #hamburguer #delicious | |
| quinta-feira | 8 | batata | |  https://drive.google.com/open?id=1Xfk7RrFL6e15EACnaXDa6_MGk2IEVerV | https://drive.google.com/open?id=1Xfk7RrFL6e15EACnaXDa6_MGk2IEVerV | |
| sexta-feira | 9 | Hamburguer ilha | |  https://drive.google.com/open?id=1xt5kAUF1NhWyp9wOpcQnYQW-pa9_9mx O ilhas é muito mais do que um pedaço de carne entre duas fatias de pão. É uma viagem pela ilhas da Madeira e São Jorge, nos Açores. Embarca na viagem e vem prová-lo. | https://drive.google.com/open?id=1xt5kAUF1NhWyp9wOpcQnYQW-pa9_9mx O ilhas é muito mais do que um pedaço de carne entre duas fatias de pão. É uma viagem pela ilhas da Madeira e São Jorge, nos Açores. Embarca na viagem e vem prová-lo. ? #ha #hacomtodos #hamburguer #ilhas | |
| sabádo | 10 | bebida | |  https://drive.google.com/open?id=1JfQNXdpEokbZ4O00lhRyN70ul5HmrSxc Chá frio, limonada de morango e limão faz as delicias do verão. | https://drive.google.com/open?id=1JfQNXdpEokbZ4O00lhRyN70ul5HmrSxc Chá frio, limonada de morango e limão faz as delicias do verão. #ha #hacomtodos #hamburguer #limonada #verão | |
| domingo | 11 | salada | |  https://drive.google.com/open?id=1hW8j40XcXgXY9gOS857zAIER2QXk_C Uma proposta leve para este domingo: a nossa salada de salmão. Parece-te bem? | https://drive.google.com/open?id=1hW8j40XcXgXY9gOS857zAIER2QXk_C Uma proposta leve para este domingo: a nossa salada de salmão. Parece-te bem? #ha #hacomtodos #hamburguer #salada #domingo | |

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|---------------------|--|--|---|---|
| segunda-feira | 12 | | sobremesa + Dia da juventude |  https://drive.google.com/open?id=1Xnds5BmhPW8KIFUFxnpUOWye9TD2hiEW Dizem que a nossa mousse de chocolate é de comer e chorar por mais. Concordas? | https://drive.google.com/open?id=1Xnds5BmhPW8KIFUFxnpUOWye9TD2hiEW Dizem que a nossa mousse de chocolate é de comer e chorar por mais. Concordas? #ha #hacomtodos #hamburger #mousse | |
| terça-feira | 13 | ementa | |  https://drive.google.com/open?id=1J2lkaTbwvqnhfJcg2iWxkINyoCmdO7 Um menu cheio de boas decisões para o dia de hoje. #ha #hacomtodos #hamburger #ementa | https://drive.google.com/open?id=1J2lkaTbwvqnhfJcg2iWxkINyoCmdO7 Um menu cheio de boas decisões para o dia de hoje. #ha #hacomtodos #hamburger #ementa | |
| quarta-feira | 14 | Hamburger de frango | |  https://drive.google.com/open?id=1EFaOeZJNxBvYAk_yy-lpxHzoPJ1b65w Para aqueles que gostam de uma refeição leve e saborosa, temos a proposta ideal: Hambúrguer de frango picado à faca com abacaxi grelhado, acompanhado com batata doce. Para aqueles que gostam de uma refeição leve e saborosa, temos a proposta ideal: Hambúrguer de frango picado à faca com abacaxi grelhado, acompanhado com batata doce. #ha #hacomtodos #hamburger #frango | https://drive.google.com/open?id=1EFaOeZJNxBvYAk_yy-lpxHzoPJ1b65w Para aqueles que gostam de uma refeição leve e saborosa, temos a proposta ideal: Hambúrguer de frango picado à faca com abacaxi grelhado, acompanhado com batata doce. #ha #hacomtodos #hamburger #frango | |
| quinta-feira | 15 | Sangria Branca | IG- E JÁ AMANHA sangria https://drive.google.com/open?id=13e169-KaNVigSWFaProQuijzWIGa0bTC |  Amanhã junta-te a nós e termina a semana em festa, ao som de DJ Petros | https://drive.google.com/open?id=13e169-KaNVigSWFaProQuijzWIGa0bTC Amanhã junta-te a nós e termina a semana em festa, ao som de DJ Petros #ha #hacomtodos #hamburger #sunset #music |  |
| sexta-feira | 16 | Hamburger Bacon | IG- storie cartaz |  https://drive.google.com/open?id=14SQardALywnAwsvkQ533x_x6Ps2UxJK 160 gr de carne suculenta, bacon na chapa , alface, tomate, cebola caramelizada e ovo estrelado Conseguem dizer o nome? | https://drive.google.com/open?id=14SQardALywnAwsvkQ533x_x6Ps2UxJK 160 gr de carne suculenta, bacon na chapa , alface, tomate, cebola caramelizada e ovo estrelado Conseguem dizer o nome? #ha #hacomtodos #hamburger #bacon #instafood | |
| sabádo | 17 | Divulgar glovo | IG- storie Glovo | | | |
| domingo | 18 | sobremesa | |  https://drive.google.com/open?id=1m-h4YT4UYN_pxyBdR_88UxErMvUQLRV Para este final de semana queres a grande ou a pequena? | https://drive.google.com/open?id=1m-h4YT4UYN_pxyBdR_88UxErMvUQLRV Para este final de semana queres a grande ou a pequena? #ha #hacomtodos #hamburger #doceleite #swear | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
| segunda-feira | 19 | Dia da Fotografia | |  Para o dia mundial da fotografia desafiamos-te! Esta é a nossa envia a tua | https://drive.google.com/open?id=1pZuSuohWZz8E-SGnf9ICwqK2TW9QuoiZ Para o dia mundial da fotografia desafiamos-te! Esta é a nossa envia a tua #ha #hacomtodos #hamburger #diamundialdafotografia | |
| terça-feira | 20 | Hamburger chevre | |  O Chèvre consegue misturar o doce e o salgado. Queres saber como? Passa por cá | https://drive.google.com/open?id=1pZuSuohWZz8E-SGnf9ICwqK2TW9QuoiZ O Chèvre consegue misturar o doce e o salgado. Queres saber como? Passa por cá #ha #hacomtodos #hamburger #chevre | |
| quarta-feira | 21 | | |  https://drive.google.com/open?id=1MZOTZBvgEUDVYvTHulvR715eTTsJQ-08 Já provaste os nossos chás? Já provaste os nossos chás? | https://drive.google.com/open?id=1MZOTZBvgEUDVYvTHulvR715eTTsJQ-08 Já provaste os nossos chás? #ha #hacomtodos #hamburger #cha | |
| quinta-feira | 22 | Funghi | |  Não deixes para amanhã, o que podes comer hoje. | https://drive.google.com/open?id=1d1FKn2g35lJZ2vnDPngrGGzH9nJGmkfP Não deixes para amanhã, o que podes comer hoje. #ha #hacomtodos #hamburger #funghi | |
| sexta-feira | 23 | Margaritas | Cartaz Sunset |  https://drive.google.com/open?id=12btzyeAosRduMCIWzhNzI-H_G9KChc Bilhete ida e volta ao México: Margarita limão e morango. Bom fim-de-semana. | https://drive.google.com/open?id=12btzyeAosRduMCIWzhNzI-H_G9KChc Bilhete ida e volta ao México: Margarita limão e morango. Bom fim-de-semana. #ha #hacomtodos #hamburger # | |

| | | | | | | |
|---------|----|----------------|------------------------|---|---|---|
| sabádo | 24 | Dom Quixote | Dia Mundial do artista |  | https://drive.google.com/open?id=1Nc2_MUHJn5VqWfWWaaVv-Y2ISouXpIH Um dos nosso principais "artistas": Dom Quixote. | https://drive.google.com/open?id=1Nc2_MUHJn5VqWfWWaaVv-Y2ISouXpIH Um dos nosso principais "artistas": Dom Quixote. #ha #hacomtodos #hamburguer #diamundialdoartista |
| domingo | 25 | Salada de Alim | |  | Para um domingo leve mas cheio de proteína, omega3, ferro e muito mais ... | Para um domingo leve mas cheio de proteína, omega3, ferro e muito mais ... #ha #hacomtodos #hamburguer #behealthy |

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|------------------|-----------------|---|--|---|
| segunda-feira | 26 | Cheesecake | |  https://drive.google.com/open?id=1UV2VZ2IYLfnbGvmcrtKNvIKKNIHfFR Um bom remédio para segundas-feiras difíceis | https://drive.google.com/open?id=1UV2VZ2IYLfnbGvmcrtKNvIKKNIHfFR Um bom remédio para segundas-feiras difíceis #ha #hacomtodos #hamburguer #delicioso | |
| terça-feira | 27 | Picanha | |  https://drive.google.com/open?id=1VdTyLu1p_dYgPniUj7IPx7a0o4YhCrcw "À Lagardère" | https://drive.google.com/open?id=1VdTyLu1p_dYgPniUj7IPx7a0o4YhCrcw "À Lagardère" #ha #hacomtodos #hamburguer #happiness | |
| quarta-feira | 28 | Texas | |  https://drive.google.com/open?id=1OpU-8CMc94raCwmtX6eu3Xk3uAgZloXe Já provaste o texas? 180 gr. hambúrguer no pão, molho barbecue. queijo cheddar, bacon e coleslaw | https://drive.google.com/open?id=1OpU-8CMc94raCwmtX6eu3Xk3uAgZloXe Já provaste o texas? 180 gr. hambúrguer no pão, molho barbecue. queijo cheddar, bacon e coleslaw | |
| quinta-feira | 29 | | |  Amanhã sunset party com DJ Petrus e uma ação do Mateus Rosé com vários prêmios para quem aparecer. |  Amanhã sunset party com DJ Petrus e uma ação do Mateus Rosé com vários prêmios para quem aparecer. |  |
| sexta-feira | 30 | Sangria tropical | IG STORY CARTAZ |  https://drive.google.com/open?id=1QAMTV6F1nhpKlIEzzXuhh7YpbSpPp21 A sangria tropical traz os sabores mais refrescantes do verão. Vem prová-la! | https://drive.google.com/open?id=1QAMTV6F1nhpKlIEzzXuhh7YpbSpPp21 A sangria tropical traz os sabores mais refrescantes do verão. Vem prová-la! | |
| Sábado | 31 | Prego-atum | |  https://drive.google.com/open?id=1UJCTVaZ99dB2RElqf_yVjcJ5n0Qe_VpQ Atum braseado com molho cítrico em bolo do caco. Já provaste o nosso Prego de Atum? | https://drive.google.com/open?id=1UJCTVaZ99dB2RElqf_yVjcJ5n0Qe_VpQ Atum braseado com molho cítrico em bolo do caco. Já provaste o nosso Prego de Atum? | |

Setembro

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|------------|-------------|---|--|---------|
| Domingo | 1 | Bacon | |  https://drive.google.com/open?id=1mQ7-9NN8SNi870E-Ae32uwSIFGDVJ-E O mais pedido: Bacon! Já provaste ? | https://drive.google.com/open?id=1mQ7-9NN8SNi870E-Ae32uwSIFGDVJ-E O mais pedido: Bacon! Já provaste ? | |
| segunda-feira | 2 | Trinca | |  Vai uma trinca ? | Vai uma trinca? | |
| terça-feira | 3 | Hamburguer | |  Combinação perfeita: Mar e Terra!! | Combinação perfeita: Mar e Terra!! #ha #hacomtodos #hamburguer #instafood | |
| quarta-feira | 4 | Esplanada | |  Para aproveita o Verão em beleza, esperamos por ti na nossa esplanada. | Para aproveita o Verão em beleza, esperamos por ti na nossa esplanada. #ha #hacomtodos #hamburguer #esplanada | |

| | | | | | | |
|--------------|---|-------------------|---|--|--|---|
| quinta-feira | 5 | Carlaz |  | Amanhã termina o dia em festa ao som do DJ Petrus com muitos brindes da Super Bock. Marca já na tua agenda. Contamos contigo. | Amanhã termina o dia em festa ao som do DJ Petrus com muitos brindes da Super Bock. Marca já na tua agenda. Contamos contigo. #ha #hacomtodos #hamburger #summer #superbock | https://drive.google.com/open?id=1VboO7tqgBN9Catscv1WZHVzuzOwmorRme |
| sexta-feira | 6 | IG- Carlaz Sunset |  | https://drive.google.com/open?id=1Spsa6DywsCg8kq4x-WaM06hltVPAoqKB Para este dia repleto de calor temos uma sugestão leve para ti: Salada de Frango. | Para este dia repleto de calor temos uma sugestão leve para ti: Salada de Frango. #ha #hacomtodos #hamburger #salada #yummy | |
| Sábado | 7 | |  | https://drive.google.com/open?id=1w7Vq8JA7SRJCjwCW4NkVmWdoTj54P-v As cores do nosso Provençal casam bem com este Verão. | As cores do nosso Provençal casam bem com este Verão. #ha #hacomtodos #hamburger #delicious #instafood | |
| Domingo | 8 | |  | https://drive.google.com/open?id=1hNDXc0cegVqCcEJH8TwPINCye1GzluXU Calor ou frio um doce cai sempre bem. Concordas? | Calor ou frio um doce cai sempre bem. Concordas? #ha #hacomtodos #hamburger #sobremesa #sweet | |

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|------|-------------|----------|-----------|---------|
|---------------|---------|------|-------------|----------|-----------|---------|

| | | | | | | |
|---------------|----|----------------------|-------------------------------|---|--|--|
| segunda-feira | 9 | | |  | https://drive.google.com/open?id=1HAw9LdFqLeT89ofv4EXSuEDNI9yqfzs que legendas davas a esta foto? #ha #hacomtodos #hamburger #yummy | |
| terça-feira | 10 | cervejeiro | |  | Qualquer dia é bom para um Hambúrguer: hoje inclusive! #ha #hacomtodos #hamburger #instafood | |
| quarta-feira | 11 | | |  | https://drive.google.com/open?id=1-vl8oG2DZ1xmFT2g5TzaOJMI8MGAjuGP 160gr de Hambúrguer, molho cervejeiro, tiras de bolo de cacó torrado com manteiga de ervas, cebola frita e ovo estrelado. Este é o nosso cervejeiro | https://drive.google.com/open?id=1-vl8oG2DZ1xmFT2g5TzaOJMI8MGAjuGP 160gr de Hambúrguer, molho cervejeiro, tiras de bolo de cacó torrado com manteiga de ervas, cebola frita e ovo estrelado. Este é o nosso cervejeiro #ha #hacomtodos #hamburger #cervejeiro #deliciou |
| quinta-feira | 12 | | |  | https://drive.google.com/open?id=1XXFeE93elHCfHPn7UaJt1_A-gxnZEyRs Um copo de vinho é sempre ideal para qualquer refeição. | https://drive.google.com/open?id=1XXFeE93elHCfHPn7UaJt1_A-gxnZEyRs Um copo de vinho é sempre ideal para qualquer refeição. |
| sexta-feira | 13 | baba de camelo | |  | https://drive.google.com/open?id=15kQpyvmaIqWZ3_wcNu4IM6cQdJdhaOIY As sextas são sempre mais doces que as segundas. | https://drive.google.com/open?id=15kQpyvmaIqWZ3_wcNu4IM6cQdJdhaOIY As sextas são sempre mais doces que as segundas. #ha #hacomtodos #hamburger #doce #delicia |
| Sábado | 14 | margaritas+hamburger | IG STORY- TRAZ OS TEUS AMIGOS |  | https://drive.google.com/open?id=1acKDv5BH-mmChasPCdGRTc5WqzpdnQnX Existe algum dia em que as margaritas não são bem-vindas a uma mesa? | https://drive.google.com/open?id=1acKDv5BH-mmChasPCdGRTc5WqzpdnQnX Existe algum dia em que as margaritas não são bem-vindas a uma mesa? #ha #hacomtodos #hamburger #margaritas #summer https://drive.google.com/open?id=1TR_L5Kv7hdjrn384s3LqbEAqflecK0j |
| Domingo | 15 | sobremesa | |  | https://drive.google.com/open?id=14JdmyvzLFhEeAFie_zSXpQTpUY6P8SwB Vive o domingo em slow motion com as nossas sobremesas. | https://drive.google.com/open?id=14JdmyvzLFhEeAFie_zSXpQTpUY6P8SwB Vive o domingo em slow motion com as nossas sobremesas. #ha #hacomtodos #hamburger #sweet |

| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
|---------------|---------|------|-------------|----------|-----------|---------|
|---------------|---------|------|-------------|----------|-----------|---------|

| | | | | | | |
|---------------|----|-----------------|--|---|--|--|
| segunda-feira | 16 | salada desfiada | |  | https://drive.google.com/open?id=1FxEyYDahw2xz34a55PRFpF1Ydy388vMZ A nossa salada de desfiada é um prato leve e cheio de sabor . | https://drive.google.com/open?id=1FxEyYDahw2xz34a55PRFpF1Ydy388vMZ A nossa salada de desfiada é um prato leve e cheio de sabor . #ha #hacomtodos #hamburger #saladadesfiada |
| terça-feira | 17 | Francesa | |  | https://drive.google.com/open?id=1LwKr1efxB6z6wX1IHqfBald3K5xr6bO Marcamos encontro à hora de almoço? | https://drive.google.com/open?id=1LwKr1efxB6z6wX1IHqfBald3K5xr6bO Marcamos encontro à hora de almoço? #ha #hacomtodos #hamburger #francesa |

| | | | | | | | |
|--------------|----|--------------------|--|---|---|---|---|
| quarta-feira | 18 | | |  | https://drive.google.com/open?id=1j4DhYOhTRnOlg_E9DSB4O5zSmJ-iv769 Palavras para quê? | https://drive.google.com/open?id=1j4DhYOhTRnOlg_E9DSB4O5zSmJ-iv769 Palavras para quê? #ha #hacomtodos #hamburger #yummy | |
| quinta-feira | 19 | Salada de camarão | |  | https://drive.google.com/open?id=1FKxxPiUHQrUKU5v7P9f2WAA4wi40XOG Não é por ser só leve mas sim por ser deliciosa. | https://drive.google.com/open?id=1FKxxPiUHQrUKU5v7P9f2WAA4wi40XOG Não é por ser só leve mas sim por ser deliciosa #ha #hacomtodos #hamburgueria #saladadecamarao #delicioso | |
| sexta-feira | 20 | margarita de limão | |  | https://drive.google.com/open?id=1NoZ2Xsk8VYBmGi1S5-DgmIiH8KU3-NGE Para festejar a entrada no fim-de-semana. + Entrar no fim-de-semana a brilhar. | https://drive.google.com/open?id=1NoZ2Xsk8VYBmGi1S5-DgmIiH8KU3-NGE Para festejar a entrada no fim-de-semana. + Entrar no fim-de-semana a brilhar. #ha #hacomtodos #hamburger #margarita #limao | |
| Sábado | 21 | Tapa buraco | |  | https://drive.google.com/open?id=1xIPFmD9JUWhY_WLz8YA8iaipTVSaOsN Os tapa buraco são uma verdadeira delicia. Concordas? | https://drive.google.com/open?id=1xIPFmD9JUWhY_WLz8YA8iaipTVSaOsN Os tapa buraco são uma verdadeira delicia. Concordas? #ha #hacomtodos #hamburger #tapaburacos #entradas | https://drive.google.com/open?id=1pbPRyRvfmAZzQ9AtvQP_KYU-srh0aI |
| Domingo | 22 | | |  | https://drive.google.com/open?id=1e0Czx6ZQzPY8I4xnyxY3gdZzFeJ16b- Temos o plano perfeito para um domingo em cheio: um bom vinho e a nossa salada de salmão | https://drive.google.com/open?id=1e0Czx6ZQzPY8I4xnyxY3gdZzFeJ16b- Temos o plano perfeito para um domingo em cheio: um bom vinho e a nossa salada de salmão. #ha #hacomtodos #hamburger #saladadesalmao #vinho | |

| Facebook | Instagram | Stories |
|----------|-----------|---------|
|----------|-----------|---------|

| Facebook | Instagram | Stories |
|--|--|---|
|  https://drive.google.com/open?id=1QRZ69DgnDWBDBL9EVco1_waAmH3CMFVE Hoje temos uma dica para ti: que tal uma bebida para esquecer que é segunda ? | https://drive.google.com/open?id=1QRZ69DgnDWBDBL9EVco1_waAmH3CMFVE Hoje temos uma dica para ti: que tal uma bebida para esquecer que é segunda ? #ha #hacomtodos #hamburger #bebida #segunda | |
|  https://drive.google.com/open?id=18YLDuH-vc7JoiRYgrWkLslZBXNb4jn85 Este não precisa de filtros, fica sempre bem nas fotos. | https://drive.google.com/open?id=18YLDuH-vc7JoiRYgrWkLslZBXNb4jn85 Este não precisa de filtros, fica sempre bem nas fotos. #ha #hacomtodos #hamburger # | |
|  https://drive.google.com/open?id=1_ZKpK3s1h3iP1VG_XqLEDgKnJUHuZ6lm O hambúrguer ideal para um verdadeiro tuga. | https://drive.google.com/open?id=1_ZKpK3s1h3iP1VG_XqLEDgKnJUHuZ6lm O hambúrguer ideal para um verdadeiro tuga. #ha #hacomtodos #hamburger #tuga | |
|  https://drive.google.com/open?id=1dsKkKgUbqWUXsQfscgvkRWA0RRKvoSBn Marca na agenda e vem desfrutar dos nossos Hambúrgueres. | https://drive.google.com/open?id=1dsKkKgUbqWUXsQfscgvkRWA0RRKvoSBn Marca na agenda e vem desfrutar dos nossos Hambúrguer. #ha #hacomtodos #hamburger #drink #instafood | |
|  https://drive.google.com/open?id=1eTCWXZhqehAet6yTShoeqj6zWovTDBI O importante de uma refeição é sempre por onde começa. | https://drive.google.com/open?id=1eTCWXZhqehAet6yTShoeqj6zWovTDBI O importante de uma refeição é sempre por onde começa. #ha #hacomtodos #hamburger #tapaburaco #entradas | https://drive.google.com/open?id=1sWfQCP4QK5naCHw8eYskIm9XSiv-VB-2 |
|  https://drive.google.com/open?id=1y0CxdvJNHRE4Zws4DfsBXIMZrEScGKC7 Com o sabor desta salada, nem te vais atrever a pegar no telemóvel durante a refeição. | https://drive.google.com/open?id=1y0CxdvJNHRE4Zws4DfsBXIMZrEScGKC7 Com o sabor desta salada, nem te vais atrever a pegar no telemóvel durante a refeição. #ha #hacomtodos #hamburger #salada #happy | |
|  https://drive.google.com/open?id=1cbvz36aLO4F5SSiYEPuJdG7W35tIJBT Venha de lá esse doce! | https://drive.google.com/open?id=1cbvz36aLO4F5SSiYEPuJdG7W35tIJBT Venha de lá esse doce! #ha #hacomtodos #hamburger #semifrio #delicioso | |

| Facebook | Instagram | Stories |
|----------|-----------|---------|
|----------|-----------|---------|

| | | |
|---|--|--|
|  https://drive.google.com/open?id=1z-c0wvXLldywrxosdKuWs3spu6ZMK38 Para a segunda-feira passar mais rápido do que o flash: uma salada de salmão. | https://drive.google.com/open?id=1z-c0wvXLldywrxosdKuWs3spu6ZMK38 Para a segunda-feira passar mais rápido do que o flash: uma salada de salmão. #ha #hacomtodos #hamburger #salmão #food | |
|---|--|--|

Outubro

| | | | | | |
|--------------|---|----------------------|---|---|---|
| terça-feira | 1 | Caril |  | https://drive.google.com/open?id=1_UCnHYazKcO33xhqVq74dozL_IRN-x29 Quanto vale o nosso hambúrguer de caril? #ha #hacomtodos #hamburger #caril | https://drive.google.com/open?id=1ZU9FQJCvYfLbZ0ZTBIC2Vsr6A3DzweUf Uma imagem que vale mais que mil palavras #ha #hacomtodos #hamburger #bacon #happy |
| quarta-feira | 2 | Bacon |  | https://drive.google.com/open?id=1tw-k3L4DTVB4KlJGcmrYjFrZi4AjsC6 Se criasses um hambúrguer que ingredientes incluías ? #ha #hacomtodos #hamburger #ingredientes | https://drive.google.com/open?id=1xZHKd5p5VguoW_mVXI8q60TdkGdJ7Hz Por aqui já temos tudo a postos para te receber #ha #hacomtodos #hamburger |
| quinta-feira | 3 | Hamburger simples |  | https://drive.google.com/open?id=1BYFpSyvGqau08V3IveKtpapGPZzkVhTW Os dois mundos num só hambúrguer : doce e salgado. #ha #hacomtodos #hamburger #chevre #delicioso | https://drive.google.com/open?id=1zjyT7g-v-j600cPwBmF9gT4EDHxpJjgb A felicidade está nesta mousse de chocolate. #ha #hacomtodos #hamburger #sweet #mousse #chocolate |
| sexta-feira | 4 | Espaço |  | https://drive.google.com/open?id=1ZU9FQJCvYfLbZ0ZTBIC2Vsr6A3DzweUf Uma imagem que vale mais que mil palavras #ha #hacomtodos #hamburger #bacon #happy | https://drive.google.com/open?id=1xZHKd5p5VguoW_mVXI8q60TdkGdJ7Hz Por aqui já temos tudo a postos para te receber #ha #hacomtodos #hamburger |
| Sábado | 5 | Hamburger com queijo |  | https://drive.google.com/open?id=1zjyT7g-v-j600cPwBmF9gT4EDHxpJjgb A felicidade está nesta mousse de chocolate. #ha #hacomtodos #hamburger #sweet #mousse #chocolate | https://drive.google.com/open?id=1BYFpSyvGqau08V3IveKtpapGPZzkVhTW Os dois mundos num só hambúrguer : doce e salgado. #ha #hacomtodos #hamburger #chevre #delicioso |
| Domingo | 6 | Mousse de chocolate |  | https://drive.google.com/open?id=1zjyT7g-v-j600cPwBmF9gT4EDHxpJjgb A felicidade está nesta mousse de chocolate. #ha #hacomtodos #hamburger #sweet #mousse #chocolate | https://drive.google.com/open?id=1BYFpSyvGqau08V3IveKtpapGPZzkVhTW Os dois mundos num só hambúrguer : doce e salgado. #ha #hacomtodos #hamburger #chevre #delicioso |

| Outubro | | | | | | |
|---------------|---------|--------|--|--|---|---------|
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | Stories |
| segunda-feira | 7 | queijo |  | https://drive.google.com/open?id=1JZISmG1uGZJkk1rP8wcygiraUlcBTJv7 Consegues adivinhar qual dos nossos hambúrgueres tem este queijo? #ha #hacomtodos #hamburger | https://drive.google.com/open?id=1JZISmG1uGZJkk1rP8wcygiraUlcBTJv7 Consegues adivinhar qual dos nossos hambúrgueres têm este queijo? #ha #hacomtodos #hamburger | |
| terça-feira | 8 | frango |  | https://drive.google.com/open?id=1e-Kwd2WnpR-mw0tpOcj6Dolvq89__c35 Traz companhia e desfruta do nosso hambúrguer. | https://drive.google.com/open?id=1e-Kwd2WnpR-mw0tpOcj6Dolvq89__c35 Traz a tua melhor companhia e desfruta do nosso hambúrguer. #ha #hacomtodos #hamburger #frango #instafood | |

Apêndices VII- Grelha Restart

| Agosto | | | | | | | |
|---------------|---------|--|---|--|---|---|--|
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | | |
| segunda | 29 | Curso - Gestão e Produção | | <p>https://drive.google.com/open?id=1PYkqsaQR74hK31P_NuZL6338PNHJY</p> <p>Vem aprender tudo sobre concepção e concretização de um evento. Este curso tem uma componente muito prática, com introdução e consolidação de conceitos inerentes à produção de um determinado projecto, passando pelas vertentes da direcção técnica, marketing, comunicação e promoção de um evento. Sabe tudo sobre o curso aqui: https://www.restart.pt/evencos-gestao-e-producao</p> <p>Marca já a tua entrevista para tirares as tuas dúvidas: https://www.restart.pt/admissoes-3</p> | | <p>https://drive.google.com/open?id=1abk5zS9BkFmCwD7ISn8M2MsBfm3p</p> <p>Se queres saber tudo sobre a concepção e concretização de um evento, este é o curso ideal para ti! Com o curso de Gestão de Produção vais ter uma formação de componente muito prática, com introdução e consolidação de conceitos inerentes à produção de um evento, passando pelas vertentes da direcção técnica, marketing, comunicação e promoção de um evento. Descobre mais no link que encontramos na nossa bio.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #eventos</p> | |
| terça | 30 | Evento - Open day | <p>Publicação IG Stories https://drive.google.com/open?id=1UL1Am8aAb6apJaiOCIPWQINhcrRgZGc</p> | | | | |
| quarta | 31 | Curso - SOM: Produção + OPEN DAY - 808 | <p>ig stories open day 808</p> <p>Não percas a oportunidade, candidata-te! https://www.restart.pt/som-musica-producao-musical</p> <p>Agosto é mês de... fazer boas decisões para a tua vida. Vem conhecer os cursos, a nossa equipa e o método exclusivo pensado ao detalhe para que tenhas a melhor formação. Já marcaste na tua agenda? Estamos à tua espera!</p> | | <p>https://drive.google.com/open?id=12wK8IBjWVSX_ubSGn8X86nsSub0YPLS</p> <p>Este curso dá-te a possibilidade de obteres uma formação completa sobre as diferentes áreas técnicas de produção musical, essenciais para uma boa prestação como técnico de som. O objetivo é criar um projeto musical, fazendo uso dos conteúdos absorvidos, desde a acústica à mistura.</p> <p>Agora já é possível defines o teu som, com a melhor aprendizagem.</p> <p>Estamos à tua espera, descobre mais no link da bio. :)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #produção</p> | | |
| quinta | 1 | Curso - SOM: Composição | <p>https://drive.google.com/open?id=1PUJDS7YbqG1XpCulmLmXRhPb7UWZk</p> <p>Através da música consegues produzir novas e inesquecíveis memórias. Além dos conhecimentos necessários sobre criação e composição a componente prática procura formar músicos capazes de criar, dinamizar ou integrar projectos em qualquer linguagem ou estilo musical com diferentes características. O curso tem por objetivo compreender conceitos e terminologias das diferentes linguagens musicais, desde Electrónica Urbana, Hip Hop, Pop Rock, Soul, Blues, Afro Americana, música experimental, para artes performativas até ao campo da criação e composição de música para imagem.</p> <p>Não percas tempo e sabe mais sobre o teu curso aqui » https://www.restart.pt/criacao-e-composicao-musical</p> <p>Marca já a tua entrevista para tirares as tuas dúvidas: https://www.restart.pt/admissoes-3</p> | | <p>https://drive.google.com/open?id=1b-erVIC_ZGNoUJEE9_-iRGD2_0-uPf</p> <p>Através da música consegues produzir novas e inesquecíveis memórias. A componente prática do curso procura formar músicos capazes de criar, dinamizar ou integrar projectos em qualquer linguagem ou estilo musical. O curso pretende compreender conceitos e terminologias das diferentes linguagens musicais desde Electrónica Urbana a Afro Americana entre outros diversos estilos.</p> <p>Conhece mais sobre nós através do link da bio</p> <p>#restart #restartlisboa #composicao #musica #restartporto</p> | | |
| sexta | 2 | Formadores | Vasco Lima | <p>https://drive.google.com/open?id=1GA3a5FAJZZINh-r0OoHa-cK0te651XBD</p> <p>Vasco Lima é um dos nossos formadores e coordenador no curso de Som e Produção Musical. Com a sua experiência e paixão pela área do som proporciona aos formandos uma experiência incrível pelo mundo da música. Podes saber mais sobre este curso aqui » https://www.restart.pt/som-musica-producao-musical</p> | | <p>https://drive.google.com/open?id=1GA3a5FAJZZINh-r0OoHa-cK0te651XBD</p> <p>Vasco Lima é um dos nossos formadores no curso de Som e Produção Musical. Com a sua experiência e paixão pela área do som proporciona aos formandos uma experiência incrível pelo mundo da música. Podes saber mais sobre este curso aqui » https://www.restart.pt/som-musica-producao-musical</p> | |
| sábado | 3 | Curso - Criação e Realização | | <p>https://drive.google.com/open?id=1PQLCHgb8g1n8H-2YivYIASqQBvLTFWp</p> <p>Inscrições Abertas! :)</p> <p>Se tens sempre uma visão diferente dos restantes, aproveita-a. O curso de Criação e Realização ajuda-te a transformar o teu ângulo. Irá testar ao longo do curso componentes técnicas e criativas em realização, produção, imagem, som, guião e pós-produção. Conhece o teu curso aqui: https://www.restart.pt/audiovisuais-criacao-e-realizacao</p> <p>Marca já para conheceres o campus e tirar as tuas dúvidas com a equipa: https://www.restart.pt/admissoes-3</p> | | <p>https://drive.google.com/open?id=1nU7olsZ0xjMmVbN14Lm0GFSGJ8H8a</p> <p>O curso de Criação e Realização vai transformar o teu ângulo e visão do mundo. Ao longo da formação vais testar componentes técnicas e criativas em realização, produção, imagem, som, guião e pós-produção.</p> <p>As inscrições estão abertas, sabe mais no link da bio! :)</p> | |
| domingo | 4 | | | | | | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | | |
| segunda | 5 | evento open day amanhã | <p>IG story https://drive.google.com/open?id=1CCW-GibiYEBKx1PFpubUswG6ih8qT</p> | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---------|----|--|---|---|--|--|--|--|--|--|
| terça | 6 | Curso- Performance e carreira musical Open day Hoje | IG story https://drive.google.com/oupen?id=1E75WINGwoYBSv33dRwQBv4iatuuEXKgp&id=1HEXRGGB9uCeNn7E8gJxvzFKm1ZGVeO | <p>O curso Performance & Carreira Musical procura potenciar o teu talento e ajudar-te a encontrar a tua identidade artística.</p> <p>O mundo artístico é cada vez mais exigente e tornou-se necessário recorrer a uma série de atributos para conseguir virar neste meio. Agora, vais poder dominar as práticas de palco, performance, canto, composição, estudo até à vertente negocial da indústria musical.</p> <p>Sabe mais sobre o teu curso aqui: https://www.restart.pt/artes-performais-performance-carreira-musical</p> <p>Marca já a tua entrevista para tirares as tuas dúvidas :) : https://www.restart.pt/admissoes-3</p> | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1QXDezW9L8aIMT1-21EwJf96-4ydrKx4</p> <p>O curso de Performance & Carreira Musical ajuda-te a potenciar o teu talento e a encontrares a tua identidade artística. Agora, vais poder dominar as práticas de palco, performance, canto, composição, estudo e até à vertente negocial da indústria musical. Tu escolhes o teu caminho e nos ajudamos-te a fazer uma carreira da tua arte.</p> <p>As inscrições estão abertas, sabe mais através do link da bio :)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #performance #carreiramusical</p> | | | | |
| quarta | 7 | open day dia 14 de agosto | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1E75WINGwoYBSv33dRwQBv4iatuuEXKgp</p> <p>Agora é de vez, não podes perder o Open Day já na próxima semana: dia 14 de Agosto. Esperamos por ti para que possas tirar todas as dúvidas. Aproveita e vem conhecer o campus de Lisboa.</p> | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1t8uAuUSNqNwcZy6BUxv3Sqvi5x9-</p> <p>Agora é de vez, não podes perder o Open Day já na próxima semana: dia 14 de Agosto. Esperamos por ti para que possas tirar todas as dúvidas. Aproveita e vem conhecer o campus de Lisboa. Sabe mais no nosso facebook :)</p> | | | | |
| quinta | 8 | formadores Porto | fotos ou vídeos dos formadores a contar a sua experiência | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1GA3a5FAJZZNhr00oHa-cK0te651XBD</p> <p>João André é um dos nossos formadores do curso de Som e Produção Musical. Em 2012 iniciou-se como produtor onde trabalhou com nomes como Emmy Curi, The Weatherman, WE TRUST e Diana entre outros.</p> <p>A sua experiência nesta área já pode ser partilhada, só tens que te juntar a nós. :)</p> <p>Podes saber mais sobre o teu curso aqui » https://www.restart.pt/som-musica-producao-musical</p> | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1GA3a5FAJZZNhr00oHa-cK0te651XBD</p> <p>João André é um dos nossos formadores do curso de Som e Produção Musical. Em 2012 iniciou-se como produtor onde trabalhou com nomes como Emmy Curi, The Weatherman, WE TRUST e Diana entre outros. A sua experiência nesta área já pode ser partilhada, só tens que te juntar a nós. :)</p> <p>Podes saber mais sobre através do link da bio</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #som</p> | | | | |
| sexta | 9 | Curso - Fotografia | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1HFUJQACL-LQpYwnFyog1s3_DHSG92</p> <p>A fotografia dá-nos a capacidade de captar tudo aquilo que está na nossa memória. Este curso dá-te a possibilidade de desenvolveres um estilo próprio numa perspetiva mais artística. Aprende a história, cultura, e vários géneros da fotografia percorrendo as técnicas de edição e pós-produção. Sabe mais sobre o teu curso através do seguinte link » https://www.restart.pt/artes-visuais-fotografia</p> <p>Não percas a oportunidade de te candidatares :) https://www.restart.pt/admissoes-3</p> | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1neWE4Jvy8gu6M2Hgc6Uiz78tDyp2mC</p> <p>A fotografia dá-nos a capacidade de captar aquilo que está na nossa memória. Vem aprender a história, cultura e os vários géneros da fotografia. Agora já podes aplicar um estilo próprio, segundo uma perspetiva mais artística.</p> <p>Conhece mais sobre nós através do link da bio :)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #fotografia #memória</p> | | | | |
| sábado | 10 | Sábias Que | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1QvCw2PmPISYcdSqTlaal3BALSQ6VYM</p> <p>Sábias que na Restart, aprende-se com método: o Método RestartTM. Como sabemos que a vida não é linear e que é preciso liberdade para nos movermos e aprendermos. O novo método Restart™ dá-te flexibilidade para cumprir o curso à tua medida, sem perderes um dia e podendo assistir às aulas no campus que estiver mais próximo de ti. Conhece o método: https://www.restart.pt/apresentacao-metodo-restart</p> | | <p>https://drive.google.com/oupen?id=1QvCw2PmPISYcdSqTlaal3BALSQ6VYM</p> <p>Sábias que na Restart, aprende-se com método: o Método Restart™. Sabemos que a vida não é linear e que é preciso liberdade para nos movermos e aprendermos. Desta forma tens flexibilidade para cumprir o curso à tua medida, sem perderes um dia de formação, podendo assistir às aulas no campus que estiver mais próximo de ti. Descobre mais sobre o método no link da bio.</p> | | | | |
| domingo | 11 | | | | | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------|----------------|-----------------------------------|---|--|---|---|
| segunda | 12 | Som e Música : Composição Musical | <p>https://drive.google.com/open?id=1FUJOS7Y6G51XjCculxLmXRhPh87UWZk</p> <p>A música dá-nos as vibrações certas para mantermos o equilíbrio. O curso de Composição Musical é dedicado a todos aqueles que querem dominar as competências em tecnologias e técnicas áudio relacionados com a composição e criação.</p> <p>A componente prática do curso espera que sejas capaz de criar o teu projeto final com os conhecimentos absorvidos sobre estudo de som, equipamento MIDI e Interfaces Áudio e as várias áreas da música. Estamos aqui para te ajudar a criar novas memórias, sabe mais sobre o teu curso » https://www.restart.pt/criacao-e-composicao-musical</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1pMB293xYq8l_KCdxL2zb6MYgt72o4u</p> <p>A música dá-nos as vibrações certas para mantermos o equilíbrio. O curso de Composição Musical é para todos aqueles que querem dominar as competências e técnicas áudio relacionados com a composição e criação. A componente prática do curso espera que sejas capaz de criar o teu projeto final com os conhecimentos absorvidos. Estamos aqui para te ajudar a criar novas memórias. Sabe mais no link da bio. ;)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #composicao #musica</p> |  |
| terça | 13 | open day | <p>IG- open day é já amanhã</p> <p>https://drive.google.com/open?id=1F0k0QYSW9hNPRDYswVPuvsyqLqBw</p> | | | |
| quarta | 14 | open day + formador Lisboa | <p>IG- open day É hoje</p> <p>https://drive.google.com/open?id=1uXhAY1j_dZUZDsLFYhBya7J61OWL4Y7</p> <p>A área de som é de excelência na Restart. Fernando Abrantes é um dos nossos formadores e em 1985/1986 realizou alguns espetáculos como teclista de Sandra Creu e tocou no seu hit mundial "(I'll Never Be) Maria Magdalena". Podes saber mais sobre o seu percurso e experiência num dos cursos de som. Vê mais aqui» https://www.restart.pt/som-musica-producao-musical</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=17AbalGHaS_oEhSUJJV9IKocF2Q_1P4</p> <p>A área de som é de excelência na Restart. Fernando Abrantes é um dos nossos formadores e em 1985/1986 realizou alguns shows como teclista de Sandra Creu e tocou no seu hit mundial "(I'll Never Be) Maria Magdalena". Podes descobrir mais nas suas aulas sobre a sua experiência. Vê mais no link que encontra no bio.</p> |  |
| quinta | 15 | performance e carreira musical | <p>https://drive.google.com/open?id=13SxIm_ZXPX87JOO-xMHAaajKl.pwA_M</p> <p>O curso de Performance & Carreira Musical pioneiro em Portugal, ajuda-te a dare o primeiro passo na tua carreira. O conceito artístico é cada vez mais exigente, logo o nosso compromisso é preparar cada formando com as competências necessárias para cada uma das áreas. Agora podes dominar desde as práticas de palco até à indústria musical. Já podes brilhar à tua maneira e fazer uma carreira da tua arte.</p> <p>Descobre mais sobre o teu curso aqui » https://www.restart.pt/artes-performativas-performance-carreira-musical</p> <p>+</p> <p>https://drive.google.com/open?id=1DyD0THh8SQgPU4q2oOU8UEugVQqjm</p> <p>IG story- the voice</p> <p>https://drive.google.com/open?id=1DyD0THh8SQgPU4q2oOU8UEugVQqjm</p> <p>Sabias que o casting do The Voice vai acontecer nas nossas instalações do campus de Lisboa? Se acreditias que és o próximo, só precisas de aparecer no dia 19 de agosto e mostrares daquilo que és capaz</p> <p>O The Voice conta contigo. ;)</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1pHx3NTQavO5EheBlock5Qa6x1NGwvz1</p> <p>O curso de Performance & Carreira Musical pioneiro em Portugal, ajuda-te a dar o primeiro passo na tua carreira. O conceito artístico é cada vez mais exigente, e o nosso compromisso é preparar o formandos para dominar as várias áreas do curso, desde práticas de palco até à indústria musical. Já podes brilhar à tua maneira e fazer uma carreira da tua arte.</p> <p>Descobre mais no link da bio.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #performance</p> |  |
| sexta | 16 | | | | | |
| sábado | 17 | Festival Vilar de Mouros | <p>https://drive.google.com/open?id=17i-DWwGALiA3LNmfZkyygeOPNHfM9</p> <p>Temos uma mega novidade para ti! Vamos estar no Festival Vilar de Mouros e se estiveres por lá, existe uma grande possibilidade de seres filmado por uma das equipas Restart. Desta vez aumentamos a sala de aulas e os nossos alunos da área de audiovisuais vão poder dar asas à sua imaginação, ao mesmo tempo que aprendem a responder a desafios reais. Não podes perder, inscreve-te já em https://www.restart.pt/</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=17i-DWwGALiA3LNmfZkyygeOPNHfM9</p> <p>Temos uma mega novidade para ti! Vamos estar no Festival Vilar de Mouros, e se estiveres por lá existe uma grande possibilidade de seres filmado por uma das equipas Restart. Desta vez aumentamos a sala de aulas e os nossos alunos da área de audiovisuais vão poder dar asas à sua imaginação, ao mesmo tempo que aprendem a responder a desafios reais. Não podes perder, inscreve-te já em https://www.restart.pt/</p> |  |
| domingo | 18 | Sabias que ? | <p>https://drive.google.com/open?id=1Q1RqZgYkAoY26PnRdWq2H6ohpPgkpGM</p> <p>No campus do Porto podes ter aulas práticas dentro de estúdios oficiais de rádio e televisão da RTP. Esta é a oportunidade de colocares as mãos na massa. Não existe nada melhor do que descobrir como será o nosso futuro. Na Restart podes viver esses momentos!</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1Q1RqZgYkAoY26PnRdWq2H6ohpPgkpGM</p> <p>No campus do Porto podes ter aulas práticas dentro de estúdios oficiais de rádio e televisão da RTP. Esta é a oportunidade de colocares as mãos na massa. Não existe nada melhor do que descobrir como será o nosso futuro. Na Restart podes viver esses momentos!</p> |  |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | |

| | | | | | | |
|----------------------|----------------|---|--|-----------------|---|--|
| segunda | 19 | Audiovisuais- criação e realização | IG- The voice é já hoje https://drive.google.com/open?id=1Dj0DTHnH8S0gPU4t2ot0UBUEugVQpjm | | https://drive.google.com/open?id=1D-galONL3FyqqnECmW_-RegDfrqM6 | |
| terça | 20 | | | | | |
| quarta | 21 | Festival Vilar de Mouros | https://drive.google.com/open?id=1AZgBDoGMblGQdRZHy40ZnffaWdg2zh | | https://drive.google.com/open?id=1AZgBDoGMblGQdRZHy40ZnffaWdg2zh | |
| quinta | 22 | Curso - Eventos: Bastidores e Implementação | https://drive.google.com/open?id=1kinQU90pJ5yDpuyVW2GkqWace_yKRqs | | https://drive.google.com/open?id=1FGJXbRZtEZGkCp1K_wc4aSaZmGpPC | |
| sexta | 23 | Open day 28 de setembro | https://drive.google.com/open?id=1aThaS7nIjxHwYek_HjO1SAhJZdieQcG http://bit.ly/penday28deAgosto | | https://drive.google.com/open?id=1aThaS7nIjxHwYek_HjO1SAhJZdieQcG | |
| sábado | 24 | Sabias que ? | https://drive.google.com/open?id=1R6H0h6IMEzchXV2F01mhZZ2LJlegl | | https://drive.google.com/open?id=1R6H0h6IMEzchXV2F01mhZZ2LJlegl | |
| domingo | 25 | Curso - Design | https://drive.google.com/open?id=1EqSf6CO0Lc5D-EJXsPNVso_N0gMsp | | https://drive.google.com/open?id=1_XD-onzCVtSM8XPwn5LkCIZDFIGCmJA | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | |
| segunda | 26 | Audiovisuais: Pós produção e Novos media | https://drive.google.com/open?id=1PjhbcCBVx7l_HHQUS8bwpCY-PQ4aEYx | | https://drive.google.com/open?id=1KJMYa7_IeHuoKeTjeggHwKPKyHLu62o | |

| | | | | | | | | | |
|----------------------|----------------|-------------------------------------|--|---|------------------|---|--|--|--|
| terça | 27 | Digital: Programação e Integração | IG- open day Amanhã https://drive.google.com/open?id=1xSAY-eEOYQ2W14ZPDeH4vdt86swcJXX | O curso de Programação e Integração é a chave para ti, que sempre quisesse dominar a área de programação. Este curso tem como objetivo desenvolver técnicas de programação e aquisição de conhecimentos de sistemas de informação. O nosso compromisso é dotar os formandos com o know-how e qualificações necessárias, para ter um futuro de sucesso nesta área. Vem criar novas vidas com a Restart! | | https://drive.google.com/open?id=16YrBycTARqZaUjdtUHoYm7g7jyKQZm | O curso de Programação e Integração tem como objetivo desenvolver técnicas de programação e aquisição de conhecimentos sobre sistemas de informação para que consigas dominar o conceito know-how. Se sempre quisesse descobrir o que existe por detrás da programação, este curso é a chave para o teu sonho. Vem criar novas vidas com a Restart! | | |
| quarta | 28 | Curso - Marketing Digital Avançado | IG-OPEN DAY HOJE https://drive.google.com/open?id=1vixAY1i_dZ0ZdLfyHBya7J61OWLY47 | O curso de Marketing Digital ajuda-te a dar resposta aos desafios atuais do digital e do online nas organizações. Aprender diferentes perspetivas da área, como criação de conteúdos, web design, economia digital, entre outras, irão ajudar a transformar-te num digital marketer completo. Encontra mais informações no link: https://www.restart.pt/comunicacao-marketing-digital-avancado | | https://drive.google.com/open?id=1gv0UFLpN1CBQh8V7RMHECFZKoDzX0 | O curso de Marketing digital permite-te dar resposta aos desafios atuais do digital e do online nas organizações. Aprender diferentes perspetivas da área, como criação de conteúdos, web design, economia digital, entre outras, irão ajudar a transformar-te num digital marketer completo. Encontra mais informações no link na bio! | | |
| quinta | 29 | | | | | | | | |
| sexta | 30 | Digital: Videojogos e Mercado | | Sempre sonhaste em criar o teu videojogo? O curso de Videojogos & Mercado dá-te todas as ferramentas que precisas para desenvolveres os teus desafios. No projeto final podes ser o cérebro por detrás da história, só tens que criar um demo jogável. Sabe mais sobre o teu curso e faz game start. https://www.restart.pt/digital-videojogos-e-mercado | | https://drive.google.com/open?id=1uRR-nzpqBm20Bliw368a-cs8VHYtVBSZ | Se sempre quisesse criar o teu videojogo, este curso dá-te todas as ferramentas que precisas para desenvolveres os teus desafios. Para o projeto final só tens que criar um demo jogável, à tua maneira. Que comece a aventura! Game start. Sabe mais no link da bio. | | |
| sábado | 31 | Sabias que ? | | https://drive.google.com/open?id=1V_qHsSTK7yT3TYb5Jknfas07c6tqHsB Na Restart encontras soluções de formação à medida. A qualidade da tua formação é a nossa prioridade e por isso todos os estúdios e salas de captação estão totalmente equipados com a melhor tecnologia. Pensa no teu futuro de forma brilhante e junta-te a nós. | | https://drive.google.com/open?id=1V_qHsSTK7yT3TYb5Jknfas07c6tqHsB | Na Restart encontras soluções de formação à medida. A qualidade da tua formação é a nossa prioridade e por isso todos os estúdios e salas de captação estão totalmente equipados com a melhor tecnologia. Pensa no teu futuro de forma brilhante e junta-te a nós. | | |
| Domingo | 1 | Moda- Criação & Gestão da Marca | | https://drive.google.com/open?id=1PjOb3ee9GZw42bw0BajEAO9e-75E1 O curso de Criação & Gestão da Marca dá-te as ferramentas necessárias para conseguires criar o teu negócio de sucesso, na área da moda. Ao longo do curso vais perceber a importância em ter uma visão única do estilo e compreender o mercado Global Fashion Business. Traz a tua criatividade e vem desenvolver competências nas áreas de Gestão, Marketing e Branding. | | https://drive.google.com/open?id=1av63LSZTW-X9ALB59jBUXh3-7QNBm | O curso de Criação & Gestão da Marca dá-te as ferramentas necessárias para tornar um negócio de moda bem sucedido. Ao longo do curso vais perceber a importância em ter uma visão única do estilo e compreender o mercado Global Fashion Business. Vem descobrir como se a moda é igual à arte. Descobre tudo sobre o teu curso através do link da bio. | | |
| Setembro | | | | | | | | | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | | | | |
| segunda | 2 | Eventos: Bastidores e implementação | | https://drive.google.com/open?id=1LsbG3EjAldU8q-JkL2p0i8zqF4SoQvX O curso de Bastidores e Implementação permite-te uma total formação como técnico de eventos e espetáculos. A componente prática vai proporcionar-te um domínio nas técnicas de som, vídeo, iluminação, multimédia e estruturas pensadas em função dos diferentes tipos de espetáculos. Já pensaste num futuro como técnico de auditórios e salas de espetáculo? Descobre mais sobre o teu curso aqui => https://www.restart.pt/eventos-bastidores-e-implementacao | | https://drive.google.com/open?id=1P_zzPxcv01WB4c0pGS8jCCvNX4la6O | O curso de Bastidores e Implementação permite-te uma total formação como técnico de eventos e espetáculos. A componente prática vai proporcionar-te domínio nas variadas técnicas, desde som, vídeo, até às estruturas pensadas em função dos diferentes tipos de espetáculos. Descobre tudo através do link da bio. | | |
| terça | 3 | Comunicação: Gestão Global da Marca | Falta postal para Instagram | https://drive.google.com/open?id=1Ah9MPmtV_c7jIWZvfh-4vQzDwFTq47 O curso de Gestão Global da Marca prepara-te para seres um gestor criativo e eficaz. Somos cada vez mais empreendedores e por isso as marcas tem que ter uma identidade e uma história que sejam relevantes para os seus públicos, nas várias plataformas digitais. O que não é único, nem autêntico, está condenado. Sabe mais sobre o teu futuro => https://www.restart.pt/comunicacao-gestao-global-de-marca | | https://drive.google.com/open?id=1Zn0jDlMm-8Dc48gMQq5bKz3v6GHUDV | O curso de Gestão Global da Marca prepara-te para seres um gestor criativo e eficaz. Cada vez mais a veia de empreendedorismo está presente, e por isso as marcas tem que ter uma identidade e uma história que sejam relevantes para os seus públicos. O que não é único, nem autêntico, está condenado. Sabe mais através do link da bio. | | |
| quarta | 4 | Eventos: Gestão e Produção | | https://drive.google.com/open?id=1Zn0jDlMm-8Dc48gMQq5bKz3v6GHUDV O curso de Eventos: Gestão & Produção vai dar-te as luzes necessárias para perceberes a adrenalina de organizar um evento. Com uma componente muito prática, o curso surge como introdução e consolidação de conceitos sobre produção de um determinado projeto, passando pelas vertentes da direção técnica do marketing, da comunicação e promoção de um evento, mas não esquecendo o lado teórico da legislação e da montagem financeira. Descobre mais sobre o teu curso=> https://www.restart.pt/eventos-gestao-e-producao | | https://drive.google.com/open?id=1PYkqslQR74hK31P_NuZL638PNOHJY | O curso de Eventos: Gestão & Produção vai dar-te as luzes necessárias para perceberes a adrenalina de organizar um evento. Este curso tem uma componente muito prática que surge como introdução e consolidação de conceitos sobre a produção de um determinado projeto. Descobre o teu curso através do link da bio. :) | | |

| Outubro | | | | | | |
|---------------|---------|--|--|---|---|---|
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | |
| terça | 1 | Audiovíuais: Criação e Realização | <p>https://drive.google.com/open?id=1Z6SM7N8L_039pQ2Vw8bW9qccvz3rMpbUu</p> <p>Campus Lisboa: O curso de Audiovisuais: Criação & Realização serve de introdução prática e aborda os componentes da linguagem audiovisual. Vais dominar a utilização de uma câmara e os respetivos contornos, bem como os recursos e intervenientes ativos ao longo de uma produção e operação de tv e vídeo. Esperamos por ti no Campus de Lisboa, sabe tudo aqui >>></p> <p>https://www.restart.pt/cursos/audiovisuais-criacao-e-realizacao</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1PdLOH9b9g1mbH-2YyVYASqQBvLIFwP</p> <p>Campus Lisboa: O curso de Audiovisuais: Criação & Realização serve de introdução prática e aborda os componentes da linguagem audiovisual. Vais dominar a utilização de uma câmara e os respetivos contornos, bem como os recursos e intervenientes ativos ao longo de uma produção e operação de Tv e vídeo. Esperamos por ti no Campus de Lisboa, sabe tudo na bio</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #criacaoerealizacao</p> |  |
| quarta | 2 | Eventos : Gestão e Produção Porto | <p>https://drive.google.com/open?id=1ZHoDfIMm-8Dc48gMOq9akZr3v6CHUDV</p> <p>Campus Porto: O curso de Eventos: Gestão e Produção permite-te perceber tudo sobre a adrenalina de montar um evento. Aprende e entende a hierarquia na organização e produção de um evento, os diferentes tipos de eventos e respetivas necessidades, a montagem financeira e as áreas técnicas incluídas. No final desta aprendizagem terás uma perceção global da conceção e concretização de um evento.</p> <p>O Campus do Porto espera pela tua inscrição, descobre tudo aqui >>> https://www.restart.pt/cursos/eventos-gestao-e-producao</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1PYkqsQR7f4hK31P_NuZL8338PNdHUY</p> <p>Campus Porto: O curso de Eventos: Gestão e Produção permite-te perceber tudo sobre a adrenalina de montar um evento. Aprende e entende a hierarquia na organização e produção de um evento, os diferentes tipos de eventos e respetivas necessidades, a montagem financeira e as áreas técnicas incluídas. O Campus do Porto espera pela tua inscrição, descobre tudo na bio.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #gestaoeproducao</p> |  |
| quinta | 3 | Digital: Videojogos e mercado Lisboa e Porto | <p>https://drive.google.com/open?id=1uRR-uzp8n20Bllw368a-c8VHYbVBSZ</p> <p>Campus Lisboa e Porto: O curso de Digital: Videojogos e mercado prepara-te com noções e elementos introdutórios do game design. Vem aprender todas as ferramentas necessárias para a idealização da cultura visual de um jogo, assim como a criação de elementos gráficos, através do Game Art 2D e 3D.</p> <p>Esperamos por ti no Campus de Lisboa e Porto. Sabe tudo aqui >>> https://www.restart.pt/cursos/digital-videojogos-e-mercado</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1VDL5FDd8w6LUJg38WAV05y6o-#9C</p> <p>Campus Lisboa e Porto: O curso de Digital: Videojogos e mercado prepara-te com noções e elementos introdutórios do game design. Vem aprender todas as ferramentas necessárias para a idealização da cultura visual de um jogo, assim como a criação de elementos gráficos, através do Game Art 2D e 3D.</p> <p>Esperamos por ti no Campus de Lisboa e Porto. Sabe tudo no link da bio.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #videojogos</p> |  |
| sexta | 4 | Som & música: Criação e composição musical | <p>https://drive.google.com/open?id=1Pp0fphokT89AKnTivD9QDUwC-J6NHe</p> <p>Campus Lisboa: O curso de Som & Música: Criação e Composição Musical ajuda a iniciar a tua atividade no meio musical, através do desenvolvimento de capacidades de escrita e composição. Se sempre quiseste adquirir competências em técnicas e técnicas áudio relacionadas com a criação e composição, este é o teu curso!</p> <p>Não percas a tua vaga no Campus de Lisboa! Sabe tudo no link aqui >>> https://www.restart.pt/cursos/criacao-e-composicao-musical</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1PUi0SY6gG1XpcCumuLmXrHP687UWzX</p> <p>Campus Lisboa: O curso de Som & Música: Criação e Composição Musical ajuda a iniciar a tua atividade no meio musical, através do desenvolvimento de capacidades de escrita e composição. Se sempre quiseste adquirir competências em tecnologia e técnicas áudio relacionadas com a criação e composição, este é o teu curso! Não percas a tua vaga no Campus de Lisboa, sabe tudo na bio.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #criacao #composicaomusical</p> |  |
| sábado | 5 | Sabias que? | <p>https://drive.google.com/open?id=1Qq8U3qAZFL0kPUJyPgrz2fRWWUC</p> <p>Agora já vais poder juntar mais horas à tua formação. Aprender na Restart é levar a liberdade criativa a sério! Não percas a oportunidade de te juntares à equipa Restart. As Vagas são limitadas. :)</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1Qq8U3qAZFL0kPUJyPgrz2fRWWUC</p> <p>Agora já vais poder juntar mais horas à tua formação. Aprender na Restart é levar a liberdade criativa a sério. Não percas a oportunidade de te juntares à equipa Restart. As vagas são limitadas. :)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #formacaodaumedida</p> |  |
| Domingo | 6 | | | | | |
| Dia da semana | Dia mês | Tema | Observações | Facebook | Instagram | |
| Segunda-feira | 7 | Amanhã abertura Campus Lisboa | <p>https://drive.google.com/open?id=1-nwMIDGGJvzBy8vN-AB4Dqjhw_IC https://drive.google.com/open?id=10SL-D1Gh-FOAA-MOERiLwz8Ri9LErH1</p> <p>Amanhã daremos início a mais um ano letivo no Campus de Lisboa. Tu que fazes parte da Restart colocas a tua criatividade em prática para este novo ano. Garantimos uma formação à tua medida. Até já. :)</p> |  | <p>https://drive.google.com/open?id=1-nwMIDGGJvzBy8vN-AB4Dqjhw_IC https://drive.google.com/open?id=10SL-D1Gh-FOAA-MOERiLwz8Ri9LErH1</p> <p>Amanhã daremos início a mais um ano letivo no Campus de Lisboa. Tu que fazes parte da Restart colocas a tua criatividade em prática para este novo ano. Garantimos uma formação à tua medida. Até já. :)</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #formacaodaumedida</p> |  |
| terça | 8 | Frase sobre uma área | <p>IG-STORY: Tudo à postos para te receber- https://drive.google.com/open?id=1Arih5RnzkG8QpcZv6OUwZ34H46-Rh</p> <p>O curso de fotografia está preparado para dotar os alunos de técnicas, ferramentas e conhecimentos para praticares a fotografia numa perspetiva mais profissional. Preparado para desenvolveres o teu próprio estilo numa perspetiva mais artística?</p> |  | <p>O curso de fotografia está preparado para dotar os alunos de técnicas, ferramentas e conhecimentos para praticares a fotografia numa perspetiva mais profissional. Preparado para desenvolveres o teu próprio estilo numa perspetiva mais artística.</p> <p>#restart #restartinstituto #restartlisboa #restartporto #fotografia</p> |  |

Apêndices VIII- Grelha NaturaLar

NaturaLar

Julho

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Link | Copy facebook | |
|---------------|------------|--------------------------|---|---|--|
| Terça-feira | 30 | Casas de banho adaptadas |  | https://drive.google.com/open?id=1fvng3gg5xREnIRUye9HFRvQJaYEUkLj3 | Precisa de adaptar a sua casa de banho consoante as suas necessidades? Na NaturaLar Temos os materiais certos para que a sua casa de banho nunca seja um problema. |
| Quarta-feira | 31 | | | | |

Agosto

| | | | | | |
|--------------|---|--------|---|---|---|
| Quinta-feira | 1 | Artigo |  | https://somethingmore.pt/girl-to-know/na-espera-pela-agua-quente-entrar-no-chuveiro/ | Gostava de conhecer melhor o Hoterway? Partilhamos um artigo da Something More que lhe explica todas as suas funcionalidades, bem como as vantagens que pode retirar deste produto. Saiba como o podemos ajudar na instalação aqui: https://www.remodelacao-casa-banho.com/hoterway/?v=1&adsid=_15151273385527847 |
| Sexta-feira | 2 | | | | |
| Sabado | 3 | | | | |
| Domigo | 4 | | | | |

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Link | Copy facebook | |
|---------------|------------|--------------------------|---|---|--|
| Segunda-feira | 5 | Painéis fotovoltaicos |  | https://drive.google.com/open?id=1A9j-mXIFnSPXxsZDSB74dXO3B9FmISi | Agora já pode poupar na sua fatura. Com os painéis fotovoltaicos é possível transformar a luz solar em eletricidade. Saiba mais aqui como o podemos ajudar» http://bit.ly/natpainéis |
| Terça-feira | 6 | | | | |
| Quarta-feira | 7 | Duches de casas de banho |  | https://drive.google.com/open?id=1fvz9dyWH78U5NzZIEQIA04ekoZO_w05u | Acha que está na hora de substituir a sua banheira por uma base de duche? É só vantagens. Mais seguro, mais cómodo e mais fácil de limpar. Saiba como o podemos ajudar na instalação, em setembro estamos de volta » http://bit.ly/2M4O54B |
| Quinta-feira | 8 | | | | |
| Sexta-feira | 9 | | | | |
| Sabado | 10 | | | | |
| Domigo | 11 | | | | |

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Link | Copy facebook | |
|---------------|------------|-------------|---|---|--|
| Segunda-feira | 12 | | | | |
| Terça-feira | 13 | Janelas pvc |  | https://drive.google.com/open?id=1H3WYoszn3TyP_yCLi9woF1sxsVjRPFQ | Quando falamos no bem-estar de nossa casa, o conforto sonoro é muitíssimo importante para a qualidade de vida. Em Setembro estamos de volta e podemos ajuda-lo na instalação de janelas Pvc que irá proporcionar-lhe um melhor isolamento acústico e térmico. |
| Quarta-feira | 14 | | | | |
| Quinta-feira | 15 | | | | |
| Sexta-feira | 16 | Hoterway |  | https://drive.google.com/open?id=1wvvcfgMSjUgVx8d1_k03MbM9TILGE-Fs | Já conhece o hoterway? Este chuveiro revolucionário armazena o calor durante o banho, para oferecer de imediato água quente no banho seguinte. Agora já pode poupar na conta de água e em simultâneo ajudar o ambiente. Remodele a sua casa de banho com a NaturaLar e poderá instalar este chuveiro inovador. |
| Sabado | 17 | | | | |
| Domigo | 18 | | | | |

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Link | Copy facebook | |
|---------------|------------|-----------------------|---|---|--|
| Segunda-feira | 19 | Painéis fotovoltaicos |  | https://drive.google.com/open?id=1MQ7miriA5eZ53C8RuJLjzqIKVpinI | Os painéis fotovoltaicos são uma tecnologia sustentável capaz de converter a luz solar em eletricidade e acima de tudo amiga do ambiente. Algumas das suas vantagens são a alta durabilidade e mínima manutenção. Está na hora de preservarmos os recursos naturais e a NaturaLar pode ajudá-lo na instalação. |
| Terça-feira | 20 | | | | |
| Quarta-feira | 21 | casas de banho |  | https://drive.google.com/open?id=1_2aRyvcF_Nvme-Wm5NmathNYqjEYU8yQ | Por vezes existe a necessidade de atualizar a decoração da nossa casa banho. Isto acontece porque procuramos um novo conforto. E não existe nada melhor do que alguém colocar em prática os nossos gostos. Agora pode remodelar a sua casa de banho como sempre idealizou e a NaturaLar pode ajudá-lo. |
| Quinta-feira | 22 | | | | |
| Sexta-feira | 23 | | | | |
| Sabado | 24 | | | | |
| Domigo | 25 | | | | |

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Link | Copy facebook |
|---------------|------------|------|------|---------------|
|---------------|------------|------|------|---------------|

| | | | | | |
|----------------------|-------------------|-----------------------|---|---|---|
| | | |  | https://drive.google.com/open?id=1R6JYoviuGnJLgZ0WZHwU_MG4cuMbc24 | Sabia que já pode poupar água e energia em simultâneo? A chave para isso é o Hoterway. Este dispositivo combate o desperdício energético com uma bateria térmica, que permite que tenha água quente no primeiro segundo de banho, sem gastar energia. |
| Segunda-feira | 26 | Hoterway | | | Remodele a sua casa de banho com a NaturaLar e peça a instalação do Hoterway. Está na hora de preservarmos os recursos naturais. |
| Terça-feira | 27 | | | | |
| Quarta-feira | 28 | | | | |
| | | |  | https://drive.google.com/open?id=1m7PmKouDnYa93nFmPnZvYNUUuMlW1 | A sua banheira está a ocupar-lhe demasiado espaço na sua casa de banho? A NaturaLar tem a solução ideal. A instalação de bases de duche é a chave para resolver problemas de espaço. Em breve estaremos de volta e poderá ver as possibilidades que temos para si! |
| Quinta-feira | 29 | bases de duche | | | |
| Sexta-feira | 30 | | | | |
| Sabado | 31 | | | | |
| Domigo | 1 | | | | |
| Setembro | | | | | |
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | | Links | Copy facebook |
| Segunda-feira | 2 | | | | |
| Terça-feira | 3 | | | | |
| | | casas de banho | | https://lifestyle.sapo.pt/casa-e-lazer/decoracao-e-jardins/artigos/anda-a-limpar-bem-a-casa-de-banho | Limpar a nossa casa de banho é uma tarefa crucial para o nosso bem-estar. E para isso, a Sapo apresentou dicas geniais para não deixar escapar nenhum canto desta divisão. Veja-as e deixe a sua casa de banho sempre a brilhar. |
| Quarta-feira | 4 | Artigo | | | |
| Quinta-feira | 5 | | | | |
| | | janelas PVC |  | | Para a nossa habitação devemos investir em janelas de qualidade que nos garantam conforto. As janelas PVC vêm acompanhadas de múltiplas vantagens, como a maior resistência química, maior resistência ao vento e um aspecto crucial: são amigas do ambiente. Peça já o seu orçamento gratuito, e traga o conforto para a sua casa! |
| Sexta-feira | 6 | | | | |
| Sabado | 7 | | | | |
| Domigo | 8 | | | | |
| Setembro | | | | | |
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | | Links | Copy facebook |
| Segunda-feira | 9 | | | | https://www.decoracaideias.com/2018/07/casas-de-banho-que-vas-com-banheira.html |
| Terça-feira | 10 | | | | |
| | | |  | https://drive.google.com/open?id=1I3pyGkEp9hsaZ_kXgL9tdZbTwxXIE8U7 | Com o fim das férias está na hora de investir na beleza de nossa casa. A casa de banho é das divisões da casa que merecem estar sempre a brilhar não só no cheiro como na estética. Concorda? Peça já o seu orçamento gratuito |
| Quarta-feira | 11 | | | | |
| Quinta-feira | 12 | | | | |
| | | Janelas PVC |  | https://drive.google.com/open?id=1R6JYoviuGnJLgZ0WZHwU_MG4cuMbc24 | Precisa de melhorar o isolamento térmico e acústico da sua casa? A NaturaLar tem a solução ideal para si! As janelas em PVC permitem aumentar a eficácia energética da sua casa, poupando na conta da eletricidade. A manutenção destas janelas é simples, económica e muito prática. Peça já o seu orçamento gratuito aqui » http://bit.ly/2fYMH |
| Sexta-feira | 13 | | | | |
| Sabado | 14 | | | | |
| Domigo | 15 | | | | |
| Setembro | | | | | |
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | | Links | Copy facebook |
| Segunda-feira | 16 | | | | |
| | | | | https://lifestyle.sapo.pt/casa-e-lazer/decoracao-e-jardins/artigos/casa-de-banho-perfeita | A casa de banho é uma das divisões da casa que merece uma atenção especial. A NaturaLar faz a remodelação total da sua casa banho, como sempre a idealizou. E ainda, deixamos um artigo do Sapo que disponibiliza 5 dicas para re(decorar) a sua casa de banho. Peça já o seu orçamento gratuito aqui » http://bit.ly/2m9j83f |
| Terça-feira | 17 | artigo | | | |
| Quarta-feira | 18 | | | | |
| | | Painéis Fotovoltaicos |  | | A energia solar é um recurso de energia renovável e gratuito. Além de protegermos o ambiente, com a instalação de painéis fotovoltaicos, ainda reduzimos a fatura de eletricidade. Peça já o seu orçamento » http://bit.ly/2NvYq9k |
| Quinta-feira | 19 | | | | |
| Sexta-feira | 20 | | | | |
| Sabado | 21 | | | | |
| Domigo | 22 | | | | |
| Setembro | | | | | |
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | | Links | Copy facebook |
| Segunda-feira | 23 | | | | |
| Terça-feira | 24 | | | | |

| | | | | | |
|---|-------------------|-------------|---|---|---|
| | | | | | |
| Quarta-feira | 25 | Artigo | | https://www.e-konomista.pt/artigo/coisas-que-nao-deve-guardar-na-casa-de-banho/ | A casa de banho é uma das divisões que requer mais atenção, quando falamos em limpeza. Já pensou que poderá ter artigos inapropriados guardados nesta divisão? Não perca mais tempo e descubra tudo através do artigo do Ekonomista. Idealize a sua casa de banho de sonho e nós colocamos em prática. |
| Quinta-feira | 26 | | | | |
| Sexta-feira | 27 | | | | |
| | | |  | | Já conhece o Hoterway? O 1º chuveiro do mundo com água quente desde o primeiro segundo de banho, sem consumo de energia elétrica. Remodele a sua casa de banho e substitua o seu chuveiro convencional. Poupa na fatura e seja amigo do ambiente. Saiba tudo aqui »» http://bit.ly/2mlyr9l |
| Sabão | 28 | Hoterway | | | |
| Domigo | 29 | | | | |
| Dia da Semana Dia do mês Tema Links Copy facebook | | | | | |
| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Links | Copy facebook | |
| Segunda-feira | 30 | | | | |

Outubro

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Imagens | Links | Copy facebook | | |
|---------------|------------|----------------|--|---|--|--|--|
| Terça-feira | 1 | | | | | | |
| Quarta-feira | 2 | artigo | | https://www.decoralista.pt/detalhes-de-uma-casa-de-banho/ | <p>Já pensou como pequenos detalhes podem dar um novo toque à sua casa de banho? O primeiro passo é a remodelação total desta divisão e a NaturaLar pode ajudá-lo. Ainda assim, deixamos aqui dicas da Decoralistas que irão dar um novo requinte à sua casa de banho.</p> <p>Peça já o seu orçamento gratuito aqui »»</p> | | |
| Quinta-feira | 3 | | | | | | |
| Sexta-feira | 4 | janelas em pvc |  | | <p>Sabia que com as janelas em PVC terá um melhor isolamento térmico e acústico? Para além de serem eficientes, ainda estamos a preservar o meio ambiente.</p> <p>Peça já o orçamento gratuito »»</p> | | |
| Sabádo | 5 | | | | | | |
| Domigo | 6 | | | | | | |

| Dia da Semana | Dia do mês | Tema | Imagens | Links | Copy facebook | | |
|---------------|------------|-----------------------|--|-------|---|--|--|
| Segunda-feira | 7 | | | | | | |
| Terça-feira | 8 | | | | | | |
| Quarta-feira | 9 | paineis fotovoltaicos |  | | <p>Já pensou nas soluções que existem para poupar na sua fatura da luz? A NaturaLar tem a solução ideal! Os painéis fotovoltaicos captam a luz solar e transformam-na em eletricidade, o que lhe permite poupar na sua fatura da eletricidade.</p> <p>Peça já o seu orçamento gratuito »»</p> | | |
| Quinta-feira | 10 | | | | | | |

Apêndice IX- Proposta de alteração redes sociais Hã- burgueria



OXY

DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

Hã

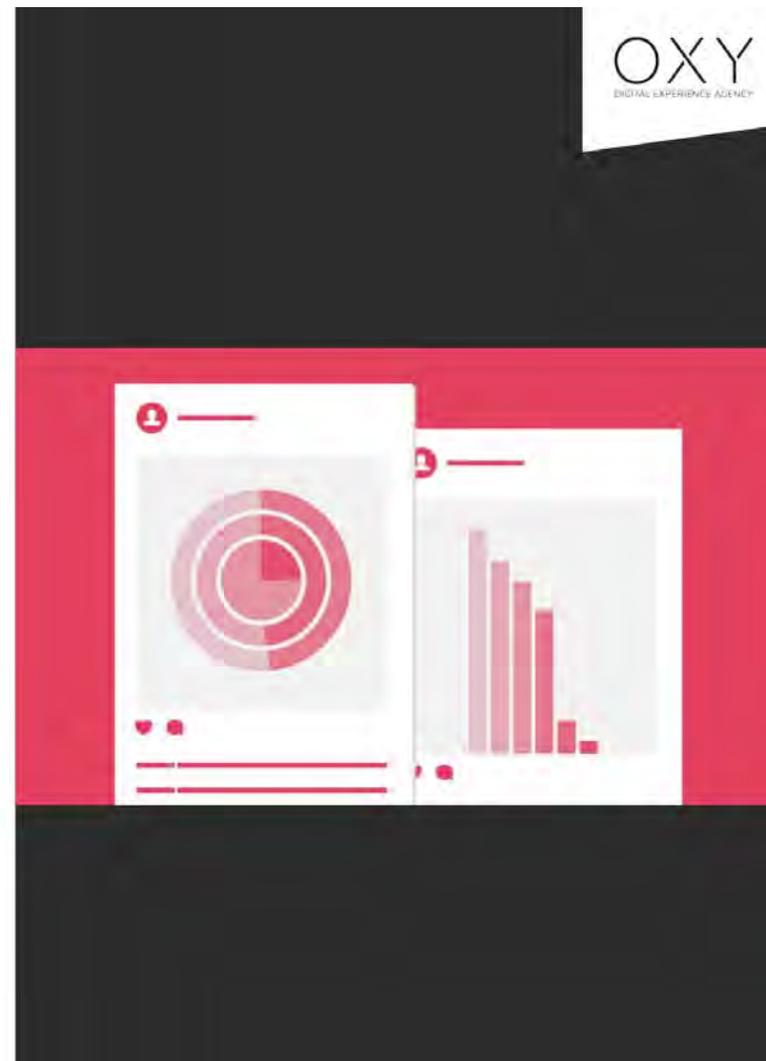


Diminuição de Posts em Feed



Porque?

- Estamos direcionados para um público com uma faixa etária adulta e que não perde maioritariamente o seu dia nas redes sociais
- Acabamos por repetir o conteúdo;
- Pode provocar cansaço nos followers:



Restaurantes concorrentes



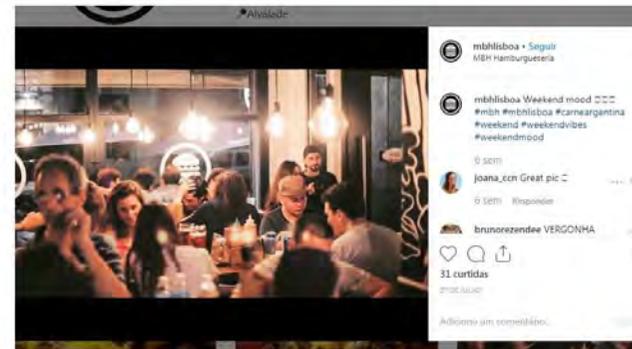
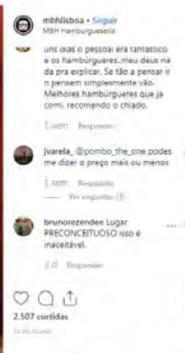
MBH Lisboa



9 de Agosto



31 de julho



27 de julho

PROPOSTA

PROPOSTA

- ❖ A minha sugestão passa por colocar 3 a 4 posts semanais e “abusar” nos stories.
- ❖ Proponho o seguinte modelo de feed de instagram acho que o torna mais clean
- ❖ Fazer vídeos
- ❖ Lançar passatempo
- ❖ Criar conteúdos com interações (frases inspiracionais, perguntas aos utilizadores.)



LET'S KEEP BREATHING

THANK YOU

www.oxy.agency

OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

LISBON

+351 210 17 94 00

Av. Forte nº8, Fracção 01 (Edifício Pujol)
2790-072 Carnaxide

SÃO PAULO

+55 11 5555 0842

Al. Santo, 1773 - sl 1302
Jardim Paulista, São Paulo - SP

BUCHAREST

+40 732 777 302

Str. Jean Louis Calderon nr. 70, Ground floor,
Sector 2, Bucharest

Apêndice X - Report
NaturaLar agosto



DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

NaturaLar

Social Media Report - Agosto 2019

RESULTADOS

FACEBOOK NaturaLar

6 900

Followers

Durante o **mês de Agosto** foi possível **aumentar** o nosso número de **seguidores**.

- Ao longo do mês angariámos 301 **novos seguidores orgânicos**.
- Embora tenha sido um mês em que as campanhas estiveram paradas, visto a NaturaLar se encontrar de férias, mas, através dos posts semanais conseguimos angariar mais followers para a página.

Total de Seguidores 6.9k
Variação de Seguidores 277
Mês Variação de Seguidores Mês Variação Dia 81 8.94



Total de Seguidores 6.9k
Variação de Seguidores 277
Seguidores Ganhos 301
Seguidores Perdidos -29



OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

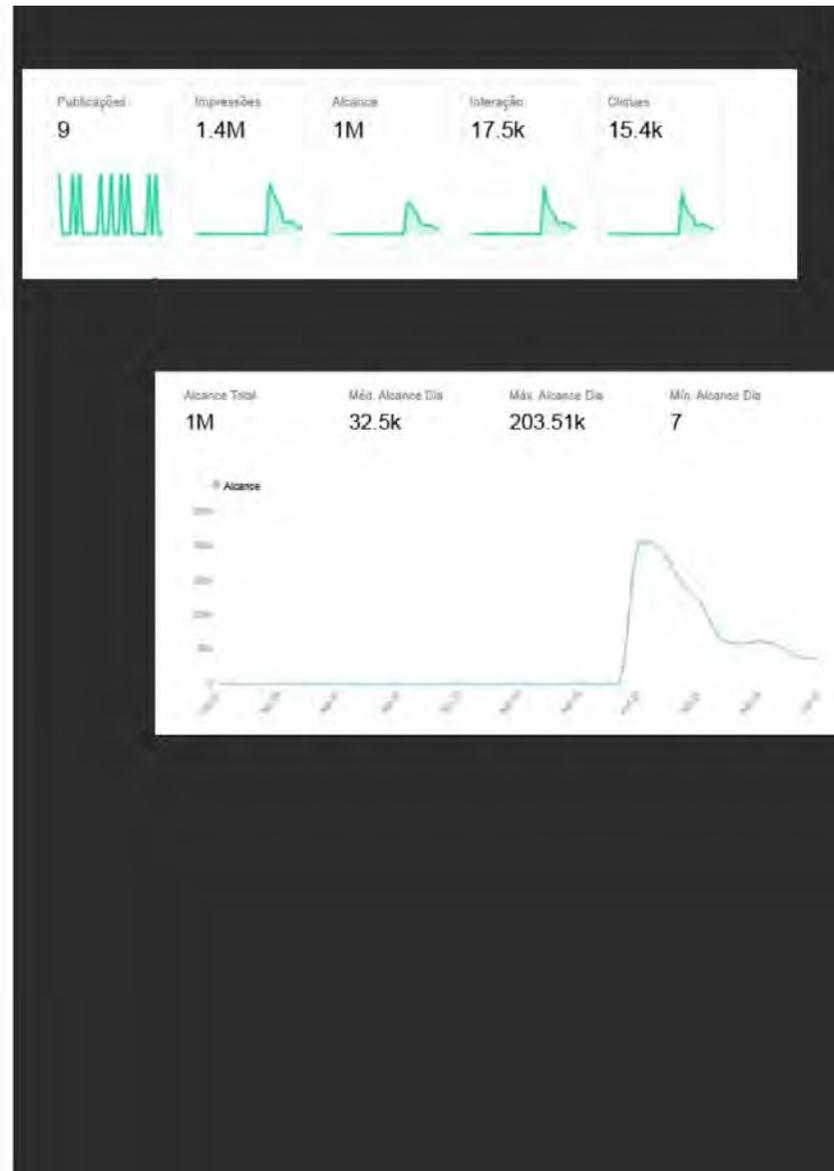
FACEBOOK NaturaLar

1.400
impressions

1000
Reach

17.500
Engagement

- ❖ Devido ao mês de férias da NaturaLar, com as campanhas em baixo, o número total de utilizadores que viram qualquer conteúdo da tua página baixou. É de realçar a importância que o conteúdo pago tem relativamente à venda deste tipo de serviços.



FACEBOOK

TOP 4 publicações mês de Agosto

Tipo de Publicação: Foto Página: 1/1

Agosto 07 - 12:01

Acha que está na hora de substituir a sua banheira por uma base de duche? É só vantagens. Mais seguro, mais cómodo e mais fácil de limpar. Saiba como o podemos ajudar na instalação, em setembro estamos de volta ao <http://bit.ly/2M4O54E>

20 Reações, comentários e partilhas

17 2 0
0 0 0

1 **Comentários** 0 **Partilhas**

1.4k Alcance

1.4k Alcance Orgânico 0 Alcance Pago 1k Alcance de Seguidores

1.8k Impressões



Tipo de Publicação: Foto Página: 1/1

Agosto 20 - 12:00

A sua banheira está a ocupar-lhe demasiado espaço na sua casa de banho? A NaturalAr tem a solução ideal. A instalação de bases de duche é a chave para resolver problemas de espaço. Em breve estaremos de volta e poderá ver as possibilidades que temos para si!

18 Reações, comentários e partilhas

17 0 0
0 0 0

0 **Comentários** 1 **Partilhas**

1.3k Alcance

1.3k Alcance Orgânico 0 Alcance Pago 1.1k Alcance de Seguidores

1.8k Impressões



Tipo de Publicação: Foto Página: 1/1

Agosto 21 - 12:00

Por vezes existe a necessidade de atalhar a decoração da nossa casa banho. Isto acontece porque procuramos um novo conforto. E não existe nada melhor do que alguém colocar em prática os nossos gostos. Agora pode remodelar a sua casa de banho como sempre imaginou e a NaturalAr pode ajudá-lo.

17 Reações, comentários e partilhas

16 1 0
0 0 0

0 **Comentários** 0 **Partilhas**

1.3k Alcance

1.3k Alcance Orgânico 0 Alcance Pago 917 Alcance de Seguidores

1.7k Impressões



Tipo de Publicação: Foto Página: 1/1

Agosto 08 - 12:01

Já conhece o hotmway? Este chuveiro revolucionário aquece o calor durante o banho, para oferecer de imediato água quente no banho seguro. Agora já pode poupar na conta de água e em simultâneo ajudar o ambiente. Remodele a sua casa de banho com a NaturalAr e poderá instalar este chuveiro inovador!

14 Reações, comentários e partilhas

14 0 0
0 0 0

0 **Comentários** 0 **Partilhas**

1.5k Alcance

1.5k Alcance Orgânico 0 Alcance Pago 1.2k Alcance de Seguidores

2k Impressões

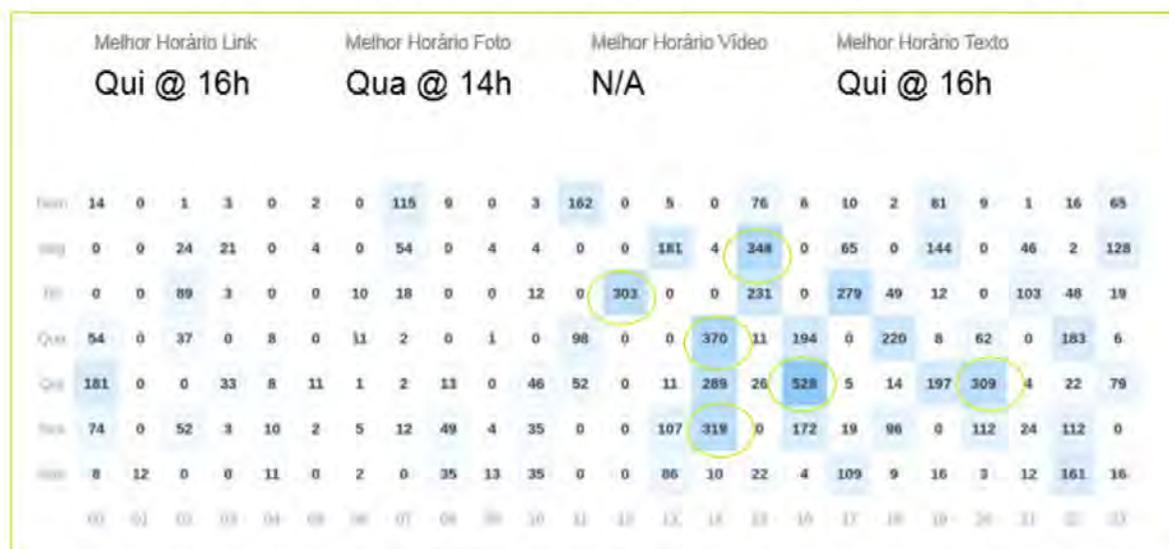


FACEBOOK

NaturaLar

Neste gráfico podemos ver os **melhores horários para obter uma maior interação nas nossas publicações** consoante o nº de interações que existem por parte dos nossos seguidores.

- Obtemos melhores resultados a partir das **12h e até às 16h**
- Melhor performance ocorre à **Segunda às 15h | Quarta às 14h | Quinta às 16h | Sexta às 14h**

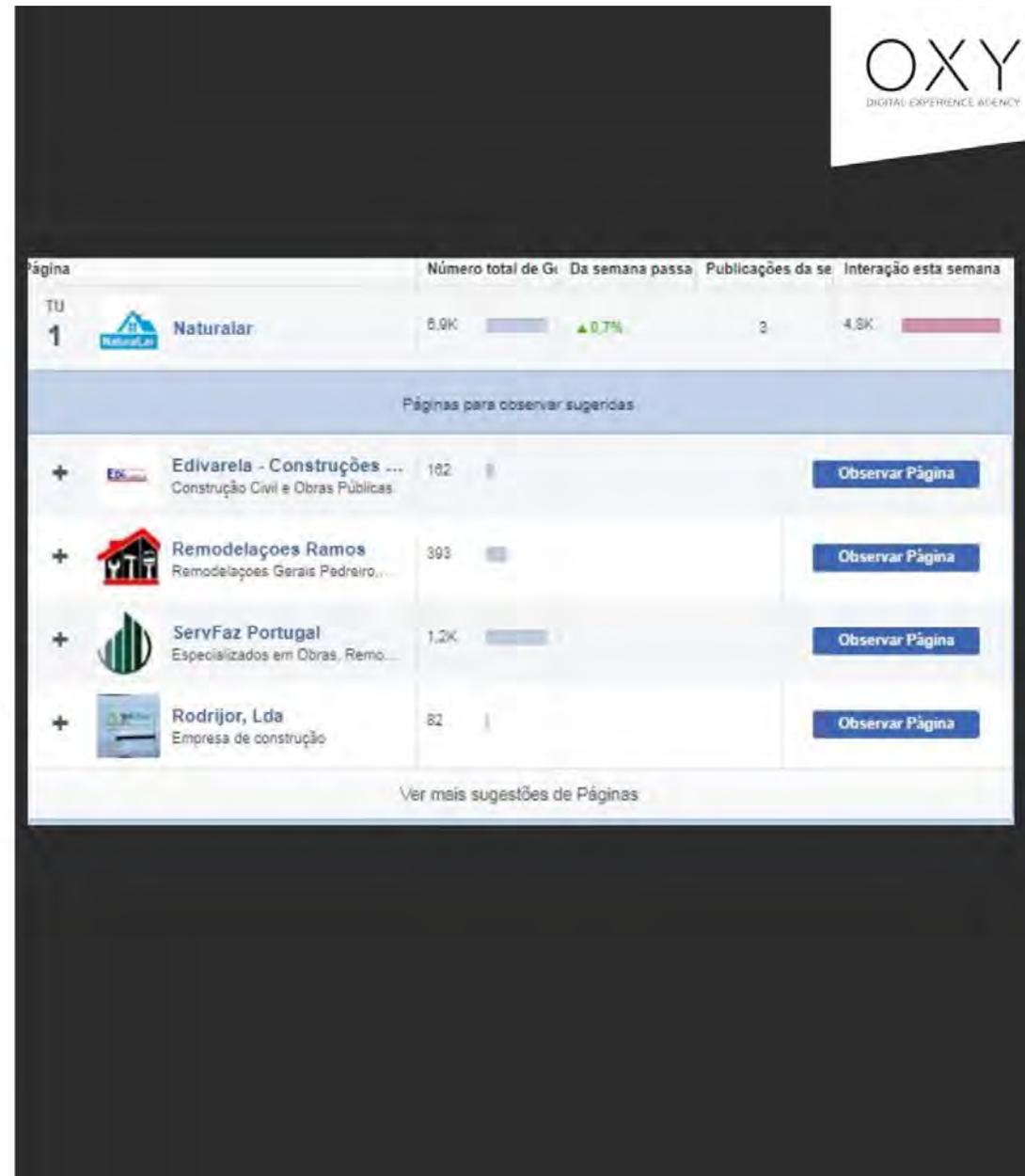


FACEBOOK

NaturaLar

NaturaLar Vs concorrência

- ❖ Neste momento a NaturaLar encontra-se no topo da tabela se compararmos com as páginas que o Facebook indica como conteúdos idênticos.
- ❖ Poderíamos continuar a apostar em artigos com dicas para o dia a dia, adequando os mesmos aos serviço que a empresa vende.



Sugestões finais

Páginas NaturaLar

Conclusões Gerais

NaturaLar

OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

Consideramos que para aumentar o número orgânico e para otimizar a página deveríamos criar uma melhor relação com os utilizadores colocando conteúdo como:

- Fotos reais dos serviços;
- Colocar opiniões diretas dos clientes;
- Vídeos dos técnicos a falarem sobre as vantagens de cada serviço;
- Colocar artigos;
- Vídeo do Ruy de Carvalho porque é uma imagem de renome e imagem da marca.

De uma forma geral, demos novamente ênfase ao que foi referido no relatório do mês de Julho, porque acreditamos que esse tipo de conteúdo irá aumentar o número orgânico.

Objetivo final:

- Maior proximidade com a nossa comunidade digital;
- Procurar potenciais clientes, mostrando a qualidade dos serviços.

LET'S KEEP BREATHING

THANK YOU

www.oxy.agency

OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

LISBON

+351 210 17 94 00

Av. Forte nº8, Fracção 01 (Edifício Pujol)
2790-072 Carnaxide

SÃO PAULO

+55 11 5555 0842

Al. Santo, 1773 - sl 1302
Jardim Paulista, São Paulo - SP

BUCHAREST

+40 732 777 302

Str. Jean Louis Calderon nr. 70, Ground floor,
Sector 2, Bucharest

**Apêndice XI – Report
Restart setembro**



Restart
Social Media Report - settembre
2019

RESULTADOS

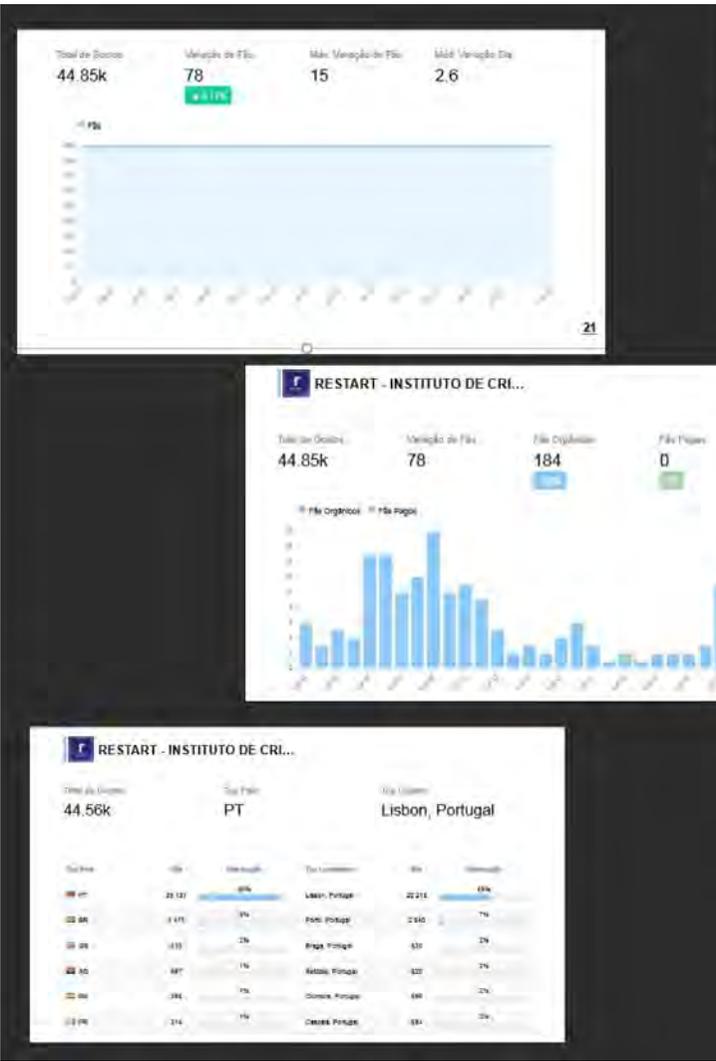
Restart

FACEBOOK Restart

44.850
Followers

Durante o **mês de setembro** foi possível **aumentar** o nosso número de **seguidores**.

- Ao longo do mês angariamos **184 novos seguidores orgânicos**.
- Podemos observar que em setembro mais uma vez, a maioria dos seguidores da página de Facebook é de Lisboa. É um dado essencial, porque mostra a necessidade de apostarmos em conteúdos para o Campus do Porto. Consideramos ser importante criar uma estratégia para atingir o público-alvo do Porto e das áreas geograficamente próximas.



FACEBOOK Restart



- ❖ Se compararmos com o mês anterior, agosto, podemos observar que conseguimos aumentar todos os resultados das diversas métricas.
- ❖ As publicações com mais alcance estão inteiramente relacionadas com a abertura do ano letivo no Campus do Porto e ao “Sabias Que..”. Consideramos que este tipo de post´s criam um maior envolvimento entre a marca e o público-alvo.

RESTART - INSTITUTO DE CRI...

| | | | | |
|-------------|------------|---------|-----------|-------------|
| Publicações | Impressões | Alcance | Interação | Comentários |
| 38 | 1.4M | 1.1M | 9.3k | 8.6k |

Taxa de interação

Alcance total

O número de pessoas a quem qualquer conteúdo de ou sobre a tua Página foi apresentado no seu ecrã. Este número é uma estimativa.

Orgânico Pago

REFERÊNCIA
Compara o teu desempenho médio ao longo do tempo.

Orgânico ✓
Pago

A tua média no último período: 865
A tua média neste período: 708

Este período está marcado por post´s ligados à abertura do novo letivo no Campus do Porto. É possível ver quais no próximo slide.

FACEBOOK

Restart

Detalhes da publicação

Restart - Instituto de Criatividade Artes e Novas Tecnologias adicionou uma foto nova ao álbum **Ano Letivo 19/20 Campus do Porto** — em **Restart - Campus Porto**.
Publicado por **sworik** (1) · 27 de setembro às 11:25

Tudo a postos para recebermos os novos formandos no evento de "Abertura do Ano Letivo 19/20".
Temos um espaço remodelado e pronto para dar asas à criatividade, partilha e aprendizagem!
Esperamos por ti no **CAMPUS DO PORTO**, hoje às 17h45! Até já! 🙌



Obtém mais gostos, comentários e partilhas
Promove esta publicação por apenas 200 € para alcançar até 120 000 pessoas.

1628 Pessoas alcançadas 152 Interações [Promover publicação](#)

Diogo Fernandes · 1 partilha

Gosto Comentar Partilhar

Desempenho da tua publicação

1628 Pessoas alcançadas

35 Reações, comentários e partilhas

| | | |
|---------------|----------------------|----------------------|
| 27 Gosto | 1 Na publicação | 26 Em partilha |
| 5 Adoro | 0 Na publicação | 5 Em partilha |
| 2 Comentários | 0 Sobre a publicação | 2 Sobre as partilhas |
| 1 Partilha | 1 Sobre a publicação | 0 Sobre as partilhas |

117 Cliques em publicações

| | | |
|---------------------------|------------------------|-------------------|
| 28 Visualizações de fotos | 12 Cliques em ligações | 77 Outros cliques |
|---------------------------|------------------------|-------------------|

OPINIÃO NEGATIVA

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| 0 Ocultar publicação | 0 Ocultar todas as publicações |
| 0 Denunciar como spam | 0 Cancelamentos de gostos |

As estatísticas denunciadas podem estar afetadas quando aplicares as publicações.

Detalhes da publicação

Restart - Instituto de Criatividade Artes e Novas Tecnologias
Publicado por **Andrino José Fonseca** (1) · 29 de setembro às 17:04

Na passada sexta-feira recebemos com muito entusiasmo os novos alunos no renovado Campus do Porto. O evento de Abertura do Ano Lectivo foi um momento de partilha e animação!
Os dados estão lançados para um ano lectivo repleto de desafios e criatividade.
Amenhã começam as aulas, cá vos esperamos!



Obtém mais gostos, comentários e partilhas

1345 Pessoas alcançadas

11 Reações, comentários e partilhas

| | | |
|---------------|----------------------|----------------------|
| 8 Gosto | 5 Na publicação | 3 Em partilha |
| 1 Adoro | 0 Na publicação | 1 Em partilha |
| 0 Comentários | 0 Sobre a publicação | 0 Sobre as partilhas |
| 2 Partilha | 2 Sobre a publicação | 0 Sobre as partilhas |

111 Cliques em publicações

| | | |
|---------------------------|-----------------------|-------------------|
| 63 Visualizações de fotos | 0 Cliques em ligações | 48 Outros cliques |
|---------------------------|-----------------------|-------------------|

OPINIÃO NEGATIVA

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| 0 Ocultar publicação | 2 Ocultar todas as publicações |
| 0 Denunciar como spam | 0 Cancelamentos de gostos |

As estatísticas denunciadas podem estar afetadas quando aplicares esta publicação.



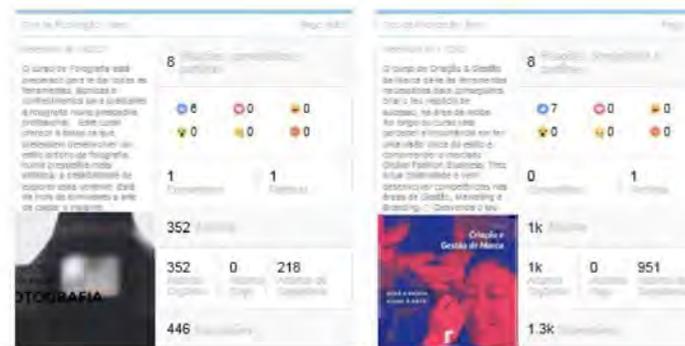
FACEBOOK

TOP 4 publicações mês de setembro



É notório que a presença da Restart em eventos desperta interesse nos utilizadores, porque fica visível que é uma escola diferente das demais.

Estas foram as publicações com maior desempenho. Quando nos referimos a desempenho referimo-nos ao global das métricas.

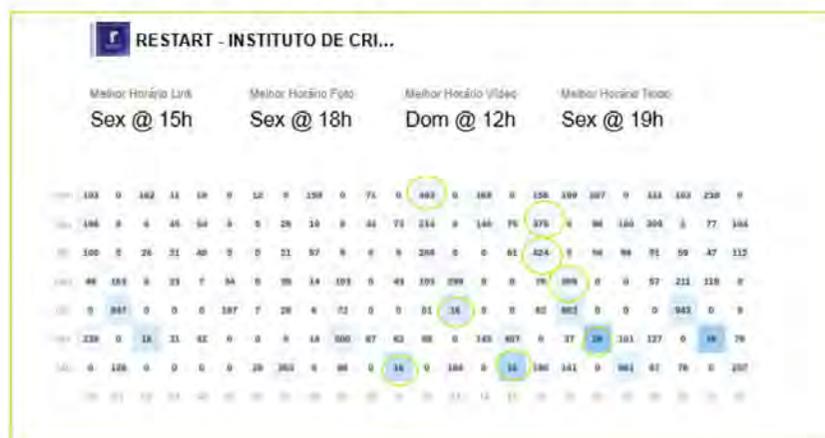


FACEBOOK

Restart

Neste gráfico podemos ver os **melhores horários para obter uma maior interação nas nossas publicações**, consoante o nº de interações que existem por parte dos nossos seguidores.

- Obtemos melhores resultados a partir das **11h até às 22h**
- Melhor performance à **Quinta às 13h | Sexta às 18h e às 22h | Sábado às 11h e às 15h**

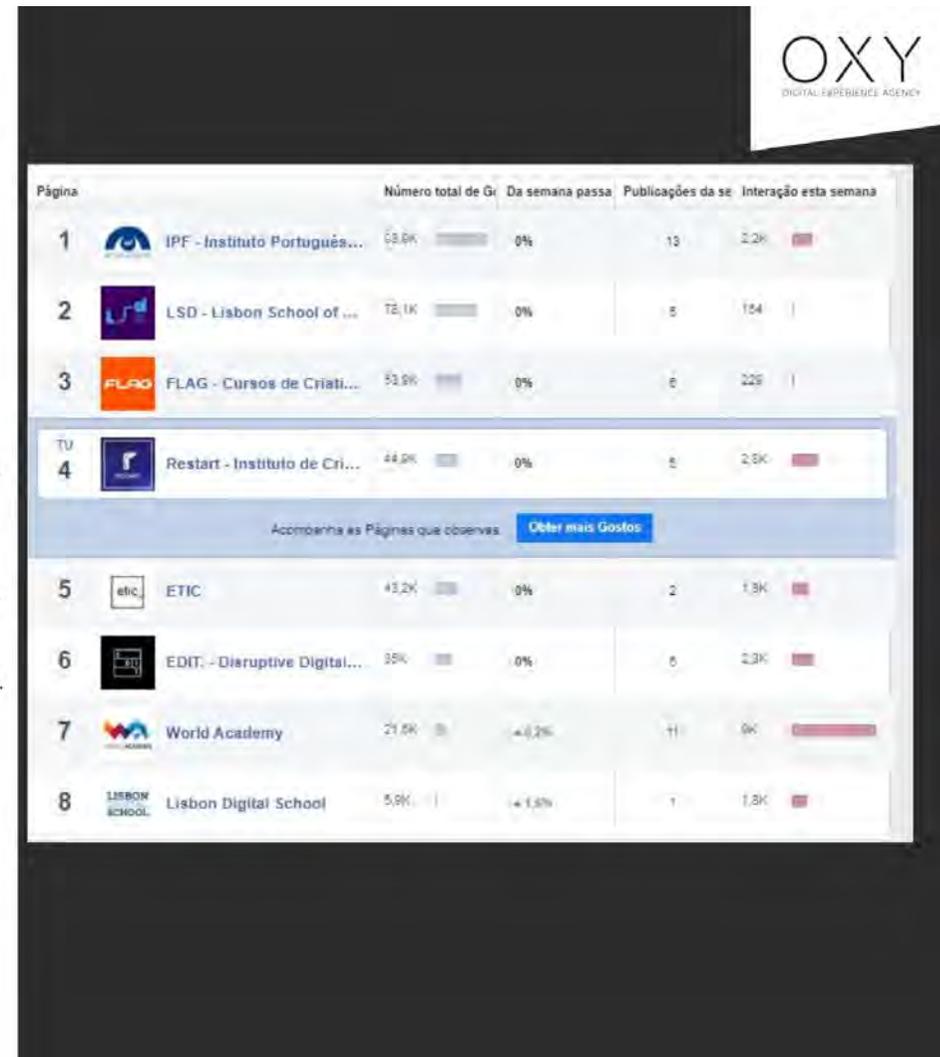


FACEBOOK

Restart

Restart vs Concorrência

- ❖ A Restart, tal como no mês passado, encontra-se no meio da tabela, é um dado relevante para que possamos observar o tipo de conteúdo das restantes páginas, e que dessa forma possamos evoluir no nosso conteúdo. Ainda assim, devemos realçar que os números ligados à interação têm vindo a aumentar, são indicadores de que estamos no caminho certo.
- ❖ Poderíamos considerar, nesta nova fase, colocar conteúdos com os alunos durante as atividades escolares e dar o mesmo ênfase a ambos os Campus. Tal como no mês passado, consideramos ser interessante apostar em cores mais claras, e eventualmente, pensar em destinar uma cor por cada curso, de forma a distinguí-los visualmente.



INSTAGRAM

@Restart

2 510
Followers

Durante o **mês de setembro** foi nos possível observar uma subida no número de **seguidores**.

- É notório que a promoção da presença da Restart no Comic Con trouxe muitos utilizadores até à nossa página. O Give Away ajudou a convidar mais público até ao nosso Instagram.
- Novamente os utilizadores do Campus de Lisboa encontram-se com um número mais relevante do que utilizadores do Campus do Porto. Desta forma, acho importante realçar como é importante chegarmos até ao público-alvo do Porto,

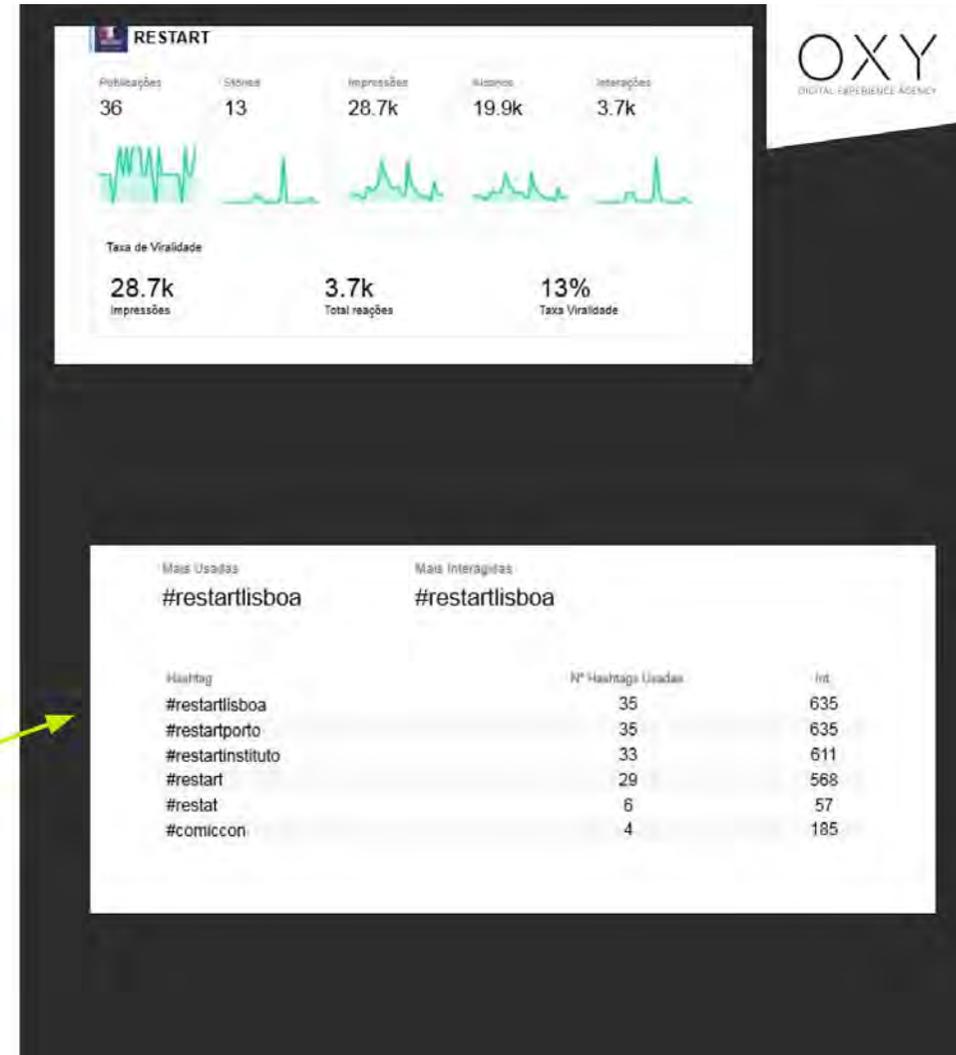


O maior nº de utilizadores da página são de Lisboa

INSTAGRAM @Restart

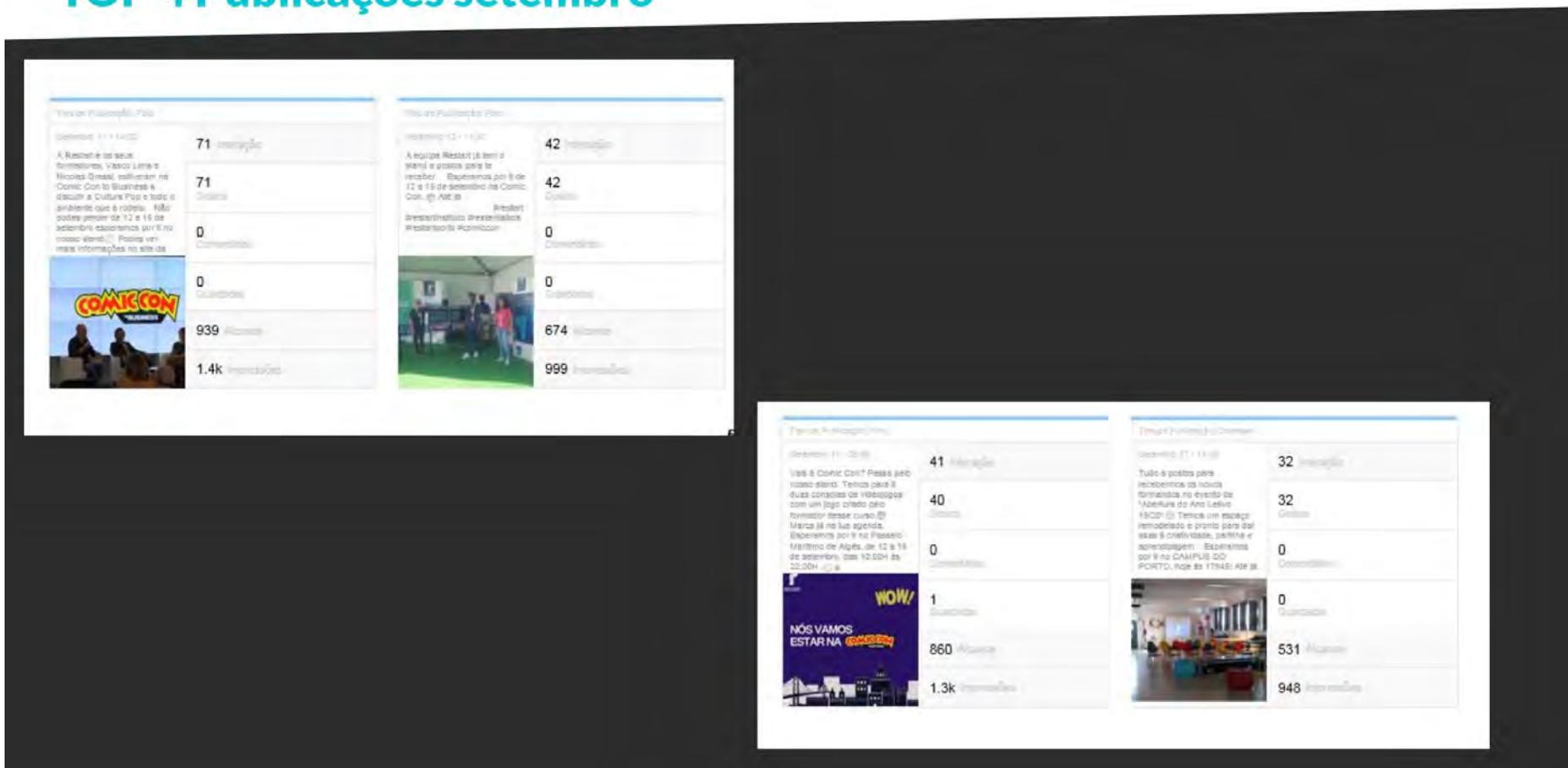


- ❖ Na rede social Instagram, aumentamos o número de publicações mensais de 27 para 36, o que permitiu que os conteúdos da Restart aparecessem mais vezes na página do utilizadores.
- ❖ Os Hashtags com maior interação são o #restartporto e #restartlisboa, o que mostra que existe procura para ambos os Campus. Estes dados são a prova de que cada vez mais estamos a atingir a nível orgânico o público-alvo de ambas as zonas.

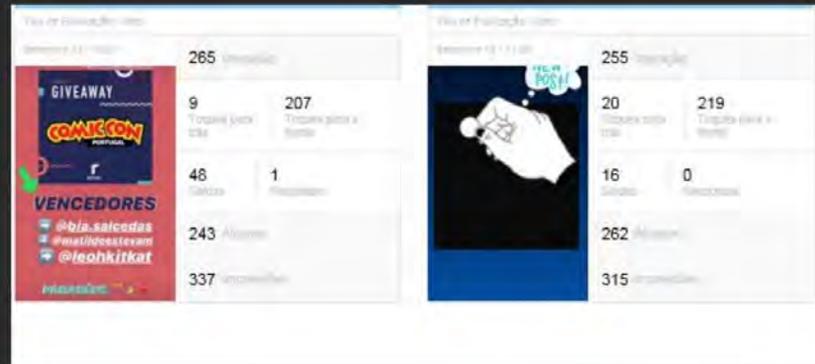
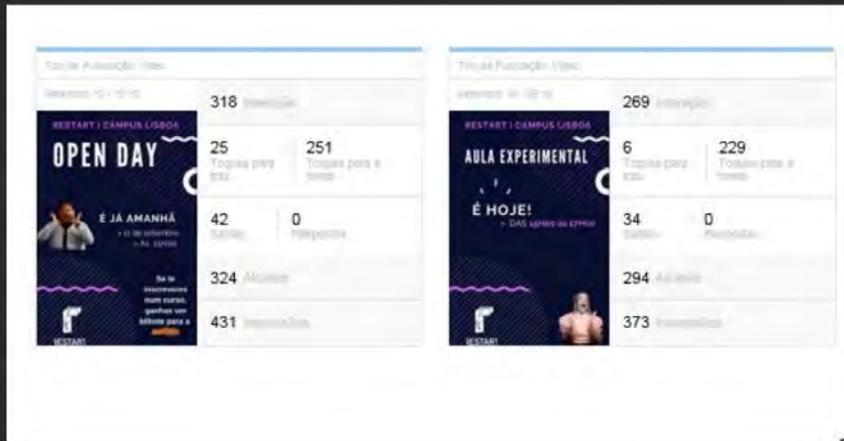


Instagram

TOP 4 Publicações setembro



Instagram TOP 4 Story



Instagram

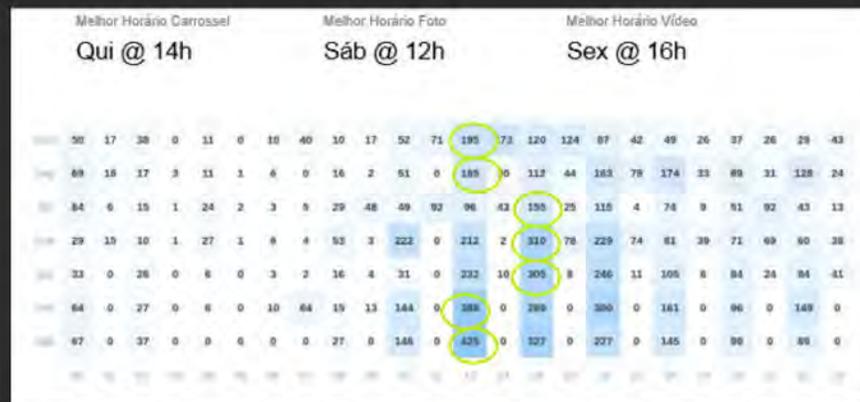
Melhor Horário de Publicação

OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

É notório que os horários das publicações onde é possível obter um maior engagement por parte dos utilizadores são:

- ❖ Quinta-feira às 14h | Sexta-feira às 12h | Sábado às 12h

Esta informação é crucial, visto que nos dá uma visão das horas a que devemos publicar/testar no próximo mês, adaptando-nos aos utilizadores.



Sugestões finais

Páginas Restart

Conclusões Gerais

Restart

Em todos os canais, as publicações com maior engagement são publicações que mostram o que é a Restart, isto é, onde a Restart participa e onde se diferencia das restantes escolas. Acreditamos que esse tipo de conteúdo toca na parte emocional dos utilizadores e desperta a vontade de querer participar. Desta forma, achamos que seria importante termos conteúdos distinto em ambas as redes, intercalando entre vídeos e fotos.

Para conseguirmos aumentar a cada mês o engagement e a otimização da página consideramos que seria interessante:

- Apostar em conteúdos com os alunos, nas diversas atividades e estúdios de formação;
- Dar cores distintas a cada curso, para os distinguir e diversificar as cores da página;
- Fazer lives.
- Vídeos com a opinião dos alunos novos e ex alunos sobre o que aprender na Restart despertou no futuro.
- Mostrar o trabalho dos alunos
- Fotos e vídeos sobre o ambiente na Restart em tempo de aulas
- Fotos e vídeos dos alunos nos estúdios
- Colocar vídeos no IGTV em que os formadores falem sobre os cursos da Restart

Conclusões Gerais

Restart

- Lançar um passatempo em que os alunos ou os formadores ficassem responsáveis pelos stories da página do Instagram

Objetivo final:

- Maior proximidade com a nossa comunidade digital;
- Fidelizar utilizadores com o método Restart;
- Mostrar que somos um ensino diferente, e que temos outras ofertas que escolas similares não têm;

LET'S KEEP BREATHING

THANK YOU

www.oxy.agency

OXY
DIGITAL EXPERIENCE AGENCY

LISBON

+351 210 17 94 00

Av. Forte nº8, Fração 01 (Edifício Pujol)
2790-072 Carnaxide

SÃO PAULO

+55 11 5555 0842

Al. Santo, 1773 - sl 1302
Jardim Paulista, São Paulo - SP

BUCHAREST

+40 732 777 302

Str. Jean Louis Calderon nr. 70, Ground floor,
Sector 2, Bucharest