

Relatório de Estágio

Ana Filipa Teixeira Caetano

Marketing

nov | 2023

GUARDA
POLI
TÉCNICO



POLI TÉCNICO GUARDA

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADA EM MARKETING

Ana Caetano

Novembro/2023

“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar.

Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota”.

Madre Teresa de Calcutá

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Apresentação da estagiária

Nome: Ana Filipa Teixeira Caetano

Número de aluno: 1704598

Curso: Marketing

Estabelecimento de Ensino: IPG – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Docente Orientador: Teresa Paiva

Habilitações Académicas do Docente Orientador: Doutor em Gestão,
Especialidade em Marketing

Apresentação da Agência

Instituição: Digital Fusion – Agência de Marketing e Tecnologia

Morada da Sede Social: Rua do Salgueiral nº 62 – Loja19, 4200-339 Porto

Telefone: +351 964 029 998

Supervisor na Empresa: Lúcia Falcão

Cargo: Chief Information Officer

Habilitações Académicas do Supervisor: Licenciatura em Gestão de Património

Duração do Estágio: 400 horas

Horas diárias: 8 horas

Início do Estágio: 19/06/2023

Fim do Estágio: 01/09/2023

PLANO DE ESTÁGIO

No âmbito do Estágio curricular na empresa Digital Fusion foi elaborado um plano, pela tutora de estágio na empresa, Lúcia Falcão, e a formadora Margarida Silva, que foi dividido em 3 fases:

Fase 1

- Formações realizadas em Marketing Digital, *Inbound Marketing*, E-mail Marketing, *Wordpress* e *SEO* na Plataforma *Hubspot*.

Fase 2

- Realização de exercícios práticos no âmbito de *Inbound Marketing*, E-mail e automação de Marketing, *SEO* e construção de *Websites*, Conteúdo e de gestão de blog e redes sociais.

Fase 3

- Criação de conteúdo para social media, estruturação e gestão de websites.

AGRADECIMENTOS

Este relatório representa o término de um percurso extenso de desenvolvimento pessoal e profissional, abrangendo não apenas os melhores três anos da minha vida inscrita na licenciatura, mas também todas as experiências e anos que vieram antes deles. Durante esta fase da vida tudo o que alcancei foi graças ao apoio e incentivo de diversas pessoas e entidades.

Gostaria de começar por agradecer à minha família e amigos, por sempre me apoiarem e encorajarem em momentos de fraqueza, em particular ao meu irmão Ricardo, por sempre ser o meu braço direito e por nunca desistir de mim, mesmo nas adversidades.

Agradeço também a todos os amigos/as que fiz na Guarda pelos momentos bem passados, por me serem casa numa cidade tão distante, por me ajudarem a alcançar os meus objetivos e por fazerem com que eu nunca me sentisse sozinha.

Queria agradecer também às minhas colegas de casa, Daniela, Beatriz e Joana que representaram um papel crucial na minha adaptação ao curso.

Por fim gostaria de deixar um agradecimento especial à professora orientadora de estágio Teresa Paiva e ao Instituto Politécnico da Guarda, à Escola Superior de Tecnologia e Gestão, a todos os colaboradores e, em particular, a todo o corpo docente que ministrou a licenciatura de Marketing e que transmitiu os conhecimentos nas diversas áreas.

RESUMO

O presente relatório tem como objetivo a descrição das atividades realizadas ao longo do estágio curricular efetuado na agência Digital Fusion, enquadrando-se desta forma na estrutura curricular da Licenciatura em Marketing do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio na Digital Fusion, sediada no Porto, teve a duração de 400 horas e decorreu no período de 19 de junho a 1 de setembro de 2023. O objetivo deste estágio consistiu em aplicar os conhecimentos e técnicas adquiridas ao longo da licenciatura em Marketing. O estágio realizado foi na área de Marketing Digital, no que diz respeito à estrutura do relatório este divide-se em duas partes. A primeira consiste na apresentação da empresa, seguindo-se a parte em que se descrevem as atividades realizadas ao longo do estágio, nomeadamente, a criação de conteúdo, a gestão de redes sociais, a gestão de websites, entre outras.

Palavras-chave: Marketing, Marketing Digital, Redes Sociais, Websites

JEL Classification: M3 (Marketing and Advertising); M30 (General); M31 (Marketing).

LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS (ORDEM)

ADS – *Advertisement* (publicidade)

B2B2C – *Business to Business to Consumer* (Negócio para negócio para consumidores)

CEO – *Chief Executive Officer* (Diretor Executivo)

CINO – *Chief innovation officer* (Diretor de inovação)

COO – *Chief Operating Officer* (Diretor de Operações)

CTA'S – *Call to action* (Chamada à ação)

CRM – *Customer relationship management* (Gestão do Relacionamento com o cliente)

CTR – *Clickthrough rate* (taxa de cliques)

DGERT – Direção Geral do Emprego e das Relações de Trabalho

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

PME – Pequenas e Médias Empresas

ROI – *Return on Investment* (retorno de investimento)

SEO – *Search Engine Officer* (Responsável pelos motores de busca)

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

Análise end-to-end - é uma técnica de gestão que visa conectar todos os processos.

Adwords - Google AdWords, hoje referido como Google Ads é uma das principais plataformas de publicidade online que permite aos anunciantes promover os seus produtos e serviços de forma segmentada para os utilizadores do Google e da rede de parceiros do Google.

Automação de marketing - refere-se ao uso de software e tecnologias para automatizar e simplificar tarefas de marketing, como o envio de e-mails, gestão de campanhas, o rastreamento de leads e a análise de desempenho.

Benchmarking - processo de estudo de outras entidades, das suas melhores práticas de um mesmo setor/atividade/área.

Bowling chart - é uma representação visual utilizada na indústria de manufatura para rastrear e monitorar indicadores-chave de desempenho.

Briefing - é um documento que serve para guiar a execução de um projeto.

Buyer personas - são representações semifictícias dos clientes ideais de uma empresa, com base em dados demográficos reais, comportamento dos consumidores, motivações, objetivos e características pessoais.

Canva - é uma plataforma online de design gráfico que permite aos utilizadores criar uma ampla variedade de conteúdos visuais, incluindo gráficos para redes sociais, apresentações, pósteres, folhetos, convites, cartões, currículos.

Capcut - é uma aplicação de edição de vídeo.

Copies - é uma forma abreviada de "copys" e refere-se a "textos publicitários" ou "textos de propaganda" em marketing e publicidade.

Display - dispositivo que serve para a apresentação de informação

Header - Títulos utilizados numa página

Inbound Marketing - é uma abordagem estratégica de marketing que se concentra em atrair clientes potenciais e clientes por meio da criação de conteúdo valioso e relevante.

Keywords - Palavras-chave

Mailerlite - é uma ferramenta de e-mail marketing e de criação de sites para empresas e permite criar e enviar campanhas de e-mail, boletins informativos, e-mails de acompanhamento e e-mails transacionais para os seus clientes e subscritores.

MarTech - termo que se refere às várias ferramentas e tecnologias que as empresas usam para automatizar, agilizar e otimizar seus esforços de marketing.

Outsourcing - é o processo pelo qual uma empresa contrata terceiros externos para realizar atividades específicas que antes eram realizadas internamente.

Pluggin Contact 7 - é um plugin utilizado para adicionar formulários de contato personalizados a sites no WordPress.

Pluggin WPBakery - anteriormente conhecido como Visual Composer, o WPBakery é um plugin de arrastar e soltar que permite aos utilizadores do WordPress criar layouts de páginas complexas e visualmente atraentes sem precisar de conhecimento em programação ou codificação.

Posts - referem-se a conteúdos ou publicações compartilhadas por indivíduos, empresas ou organizações em plataformas de redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, entre outros.

Remarketing – é uma estratégia que tem como intuito fazer marketing novamente para a mesma pessoa.

Search intent- intenção que o utilizador tem ao pesquisar determinada palavra/frase.

Setup - ações da agência ou profissional freelancer, que ocorrem antes do início do projeto.

Slider revolution - é um dos plugins de slider mais populares e abrangentes para o WordPress.

Social Ads - Social Ads refere-se a anúncios pagos que são exibidos em plataformas. Esses anúncios são veiculados em redes sociais populares, como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat e Pinterest, entre outras.

Start-ups - Uma startup é uma empresa emergente, muitas vezes de base tecnológica, que está na fase inicial de desenvolvimento e procura oferecer um produto ou serviço inovador no mercado.

Steering mensal – refere-se a um tipo de reunião ou relatório periódico em que as partes interessadas ou a equipa discute e analisam o progresso, as métricas e os resultados de um determinado projeto, programa ou iniciativa ao longo de um determinado período.

Strat+ (Otimização de Marketing e Vendas) - A otimização de marketing é um processo de análise de desempenho das campanhas de marketing.

Workflow – representação gráfica desse fluxo de trabalho que usa uma notação específica e padronizada para que se identifiquem o início e o fim desse processo.

Índice Geral

Ficha de Identificação	iii
Plano de Estágio	v
Agradecimentos	vii
Resumo	ix
Lista de Acrónimos e Siglas (ordem)	xi
Glossário de Termos Técnicos.....	xii
Índice de Figuras.....	xvi
Índice de Tabelas	xviii
Introdução	1
Apresentação da Empresa.....	5
1.1 Caracterização da Empresa	5
1.2 Setor e Área de atuação da Empresa.....	6
1.3 Visão, Missão e Valores da empresa	8
1.3.1 Visão	8
1.3.2 Missão	8
1.3.3 Valores	8
1.4 Serviços Oferecidos pela Empresa	9
1.5 Objetivos e Estratégia Geral da Empresa.....	14
1.6 Estrutura Organizacional da Empresa.....	15
1.7 Público-alvo	17
2 Atividades Desenvolvidas no Estágio	20
2.1 Enquadramento Geral do Local de Estágio	20
2.2 Objetivos de Estágio	21
2.3 Atividades Desenvolvidas.....	22
2.3.1 Cliente: Segeltec	24

2.3.2	Cliente FinAid.....	27
2.3.3	Cliente: Alento	31
2.3.4	Digital Fusion.....	36
2.3.5	Cliente: Douro Yatch experiences	39
	Considerações finais	42
	Bibliografia	45
	Apêndices	47
I	Apêndice – Cliente: Segeltec	49
II.	Apêndice - Cliente: FinAid	52
III.	Apêndice – Cliente Alento & Alento Saúde.....	58
IV.	Apêndice – Digital Fusion.....	61
V.	Apêndice – Cliente: Douro Yatch Experiences.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Imagotipo Digital Fusion	5
Figura 2 - Página Principal do site da Digital Fusion	6
Figura 3 - Organograma Digital Fusion.....	15
Figura 4 - Clientes Digital Fusion	17
Figura 5 - Logótipo Segeltec	24
Figura 6 - Exemplo de informação para o menu do site.....	25
Figura 7 - Exemplo de rascunho da HomePage do site	26
Figura 8 - Exemplo de protótipo da continuação da HomePage	26
Figura 9 - Rascunho Realizado pelo cliente FinAid	27
Figura 10 - exemplo rascunho HomePage FinAid	28
Figura 11 - Painel wordpress do website da FinAid.....	29
Figura 12 - Rascunho da criação das páginas	29
Figura 13 - Resultado Final de uma página de serviços	30
Figura 14 - Logótipo Alento	31
Figura 15 – Exemplo de briefing Alento realizado	32
Figura 16 - Exemplo de Post elaborado.....	32
Figura 17 - Edição do vídeo no Capcut	35
Figura 18 - Vídeo final Publicado	35
Figura 19 - Exemplo de Briefing Realizado	36
Figura 20 - Exemplo de Post lúdico	38
Figura 21 - Imagotipo Douro Yacht experiences	39
Figura 22 -Exemplo de correções efetuadas no site	40
Figura 23 - Exemplo de sugestão de correção	40
Figura 24 - Exemplo de criação de conteúdo	50
Figura 25 - Exemplo de Rascunho da HomePage do site.....	50
Figura 26 - Exemplo da HomePage do site	51
Figura 27 - Exemplo da Página de serviços do site	51
Figura 28 - Exemplo de Banner do site	51
Figura 29 – Rascunho do Protótipo do site desenhado pelo cliente FinAid	53
Figura 30 - Rascunho da Homepage do site FinAid.....	53

Figura 31 - Exemplo de CTA para a aplicação da FinAid.....	53
Figura 32 - Exemplo de Formulário de dúvidas para o site.....	54
Figura 33 - Exemplo de CTA para comentários dos clientes	54
Figura 34 - Exemplo de formulário de dúvidas para o site.....	54
Figura 35 – Banner realizado para a página inicial do site FinAid.....	55
Figura 36 - Banner realizado para a página de serviço apoio à criação de empresas	55
Figura 37 - Banner realizado para a página de serviço certificações Dgert	55
Figura 38 – Banner realizado da página de serviços de incentivos europeus.....	56
Figura 39 - Construção de blocos para a Homepage	56
Figura 40 - Exemplo de blocos construídos para a página inicial do site da FinAid	57
Figura 41 - Exemplo de blocos construídos em relação aos serviços da FinAid	57
Figura 42 - Exemplo de Post realizado para a Alento	59
Figura 43 - Exemplo de Post realizado para a Alento	59
Figura 44 - Edição e Realização do Video referente ao Setembro amarelo na aplicação capcut.....	60
Figura 45 - Vídeo final sobre o setembro amarelo publicado.....	60
Figura 46 - Plano de estágio realizado pela empresa.....	62
Figura 47 - Exemplo de briefing de conteúdo realizado.....	62
Figura 48 - Exemplo de instruções dadas pela empresa em relação aos posts ...	63
Figura 49 - Exemplo de post lúdico realizado	63
Figura 50 - Exemplo de traduções realizadas no site	65
Figura 51 - Exemplo de correções a realizar no site.....	65

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Serviços Digital Fusion	10
Tabela 2 - Tabela resumo das tarefas realizadas para o cliente Segeltec	25
Tabela 3 - Tabela resumo das atividades referentes ao cliente FinAid	28
Tabela 4 - Tabela resumo das atividades referentes ao cliente Alento	31
Tabela 5 - Tabela resumo das referentes ao cliente Alento Saúde	34
Tabela 6 - resumo das atividades realizadas na Digital Fusion	37
Tabela 7 - Tabela resumo das atividades realizadas para o cliente Douro yatch experiences	39

INTRODUÇÃO

O presente estágio curricular é de carácter obrigatório para a conclusão da licenciatura em Marketing no Instituto Politécnico da Guarda, este tem como principal objetivo a aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo dos 3 anos na licenciatura em contexto real no mercado de trabalho.

Ao longo do meu percurso fui adquirindo interesse particular na área do marketing digital, em vertentes como gestão de redes sociais, gestão de websites e tudo o que nela fosse abrangido. Posto isto, escolhi a agência Digital Fusion pela sua vertente digital e por incluir serviços do meu interesse.

Este relatório tem como principal objetivo a descrição das atividades realizadas ao longo do período de estágio e a caracterização da empresa de acolhimento respetivamente.

As principais atividades realizadas neste estágio foram a gestão de redes sociais, criação de conteúdo e gestão de websites.

Desta forma o relatório divide-se, portanto, em 2 capítulos, no primeiro capítulo será abordada toda a informação referente à empresa, a sua caracterização e todo o conteúdo importante para a compreensão da mesma. O segundo capítulo explicará, sucintamente, todas as atividades realizadas ao longo do estágio na vertente de Marketing Digital. Este relatório termina com uma breve consideração final acerca da experiência de trabalho.

Capítulo I – Digital Fusion

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Esta secção do relatório conste na descrição da empresa de estágio, no que diz respeito às informações sobre a Digital Fusion estas foram recolhidas por elementos informativos disponibilizados pela empresa.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Digital Fusion, com sede no Porto, é uma agência de marketing digital, que nasceu oficialmente em 2018, ainda que tenha iniciado o desenvolvimento de trabalhos na área digital desde 2002. A sua aposta é relacionar o marketing e a tecnologia em prol do desenvolvimento de negócios.



Figura 1 – Imagotipo Digital Fusion

Fonte: Digital Fusion

A Digital Fusion oferece serviços de acompanhamento de criação de negócios online, que incluem serviços de melhoria de pesquisa em motores de busca na internet e o desenvolvimento de campanhas de publicidade e acompanhamento das plataformas de automação, entre outros.

Tem uma carteira de clientes diversificada, alguns dos quais leais desde 2007, devido ao fomento de relações de longo prazo “win – win” (com mais valias para ambas as partes, empresa e clientes).

A Agência foi criada com o principal propósito de ajudar as empresas no mundo digital. A procura da oferta de um serviço personalizado é o seu foco primordial, e por isso gostam de criar, imaginar, investigar e idealizar consoante cada cliente e cada tipo de trabalho requerido.

1.2 SETOR E ÁREA DE ATUAÇÃO DA EMPRESA

A Digital Fusion atua na área do MarTech e pretende através de ações e táticas adaptadas aos objetivos e à realidade de cada cliente, criar valor para as suas equipas, através da partilha de conhecimento e acompanhamento em todas as vertentes. Tem uma rede de consultores em várias áreas, tais como: recrutamento, finanças, marketing e desenvolvimento.



Figura 2 - Página Principal do site da Digital Fusion

Fonte: Digital Fusion

O setor de MarTech em Portugal¹ tem evoluído progressivamente ano após ano, desempenhando um papel importante na criação e desenvolvimento de soluções tecnológicas que auxiliam desta forma, gestores a automatizar, controlar e inovar nas ações de Marketing e Vendas. Portugal destaca-se principalmente através das áreas de Conteúdo & Experiência, Comércio & Vendas e também na área da Gestão.

Em 2020, as MarTech evoluíram positivamente. Além disso, Portugal acompanha esta tendência de crescimento, com cada vez mais empresas a desenvolver soluções que

¹ <https://liminal.pt/martech-magazine/martech-landscape-portugal-2021/> - acedido em 25 de Outubro de 2023

auxiliam as empresas a entrar na era da Transformação Digital, principalmente nas áreas de marketing e vendas. Consequentemente, a evolução do mercado das MarTech global cresceu 5 % em apenas 10 anos comparando o ano de 2011 e 2021.

1.3 VISÃO, MISSÃO E VALORES DA EMPRESA

1.3.1 Visão

Segundo Freire (2008) a visão traduz, de forma abrangente, um conjunto de intenções e de aspirações para o futuro, servindo de inspiração a todos os membros da organização.

A Visão da Agência Digital Fusion procede da aspiração de se tornar uma referência no cenário MarTech nacional. Pretende alcançar o seu objetivo através do seu gosto particular por projetos onde possam auxiliar negócios a nascer, crescer e atingir o sucesso operacional e financeiro. Apresenta como especialização a internacionalização.

1.3.2 Missão

A missão de uma empresa consiste em estabelecer a razão da existência da organização, qual o seu negócio (o que faz) e de que forma atua nesse negócio (como faz) (Freire, 2008). Segundo Kotler (2008), uma missão bem difundida desenvolve nos funcionários um sentido de oportunidade, direção, significância e realização.

Desta forma a missão da Digital Fusion consiste em relacionar o Marketing e as Vendas com ferramentas e táticas digitais com foco principal nas pessoas.

1.3.3 Valores

Os valores de uma empresa, segundo (Freire, 2008) são um conjunto de crenças e princípios corporativos que orientam o comportamento dos membros da organização. Estes referem-se ao que a companhia acredita, defende e valoriza, ou seja, a maneira como a organização quer ser percebida pelos indivíduos de interesse.

Na Digital Fusion os valores essenciais regidos para o sucesso são:

- Ética
- Transparência
- Compromisso
- Proatividade

1.4 SERVIÇOS OFERECIDOS PELA EMPRESA

A Digital Fusion atua na área do MarTech apresentando como principais serviços focados no Marketing Digital:

- Estratégias de Marketing Digital
- Automação de Marketing
- SEO (Search Engine Officer)
- Adwords/ Social ADS
- Formações e Workshops
- Strat+ (Otimização de Marketing e Vendas)

Na tabela 1, estão representados os serviços e as estratégias utilizadas respectivamente de acordo com cada um.

Tabela 1 - Serviços Digital Fusion

Serviços	Ações
Estratégia Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Análise e Diagnóstico • Marketing e Vendas • Plano de Ação • Táticas de crescimento
Automação de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas e CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) • <i>Setup</i> e Gestão (sistemas necessários para gerir as atividades de automação de marketing) • Desenho de <i>workflows</i> • Workshops
SEO	<ul style="list-style-type: none"> • Migrações • Auditorias (servem para perceber o ponto de partida e o que há para corrigir) • Investigação • Otimização
Adwords/ Social ADS	<ul style="list-style-type: none"> • Google Adwords • LinkedIn ADS • Facebook/instagram • Análises e Auditorias
Strat+ (Otimização de Marketing e Vendas)	<ul style="list-style-type: none"> • Análise end to end de marketing e vendas • Desenho de estratégia e melhoria • Plano de Ação e acompanhamento
Hubspot	<ul style="list-style-type: none"> • Implementação • Estratégia e Treino (treino personalizado, com as melhores práticas e estratégias) • Migração

Fonte: Elaboração Própria

“O Marketing Digital permite que um maior número de pessoas verdadeiramente interessadas no tema de um determinado anúncio possa aceder-lhe através dos diversos canais disponíveis online”. (Gouveia, 2022, p. 25)

Para isso nascem as Estratégias de Marketing Digital², que auxiliam na geração de *leads*, no aumento da visibilidade e notoriedade da empresa, na inovação de negócios, na definição de estratégias de conteúdo (o que criar, para quem e em que canais), na atração e fidelização de clientes e na criação de equipas eficientes através da relação do marketing com as vendas.

Consequentemente a Digital Fusion procede à descoberta e análise do negócio do cliente, onde são conhecidos os problemas, oportunidades e necessidades de melhoria, para serem definidas as melhores estratégias. De seguida o próximo passo é a estratégia e planeamento onde são elaborados desenhos das estratégias e processos para atrair os clientes certos, melhorar e fidelizar a relação com os atuais e então aumentar o *ROI*. Por último, é elaborado um plano de ação digital alinhado com os objetivos do cliente e colocadas em ação táticas de crescimento de modo a otimizar processos, pessoas e onde são criadas táticas de atração.

A Automação de Marketing refere-se ao uso de software e tecnologias para automatizar e simplificar tarefas de marketing, como o envio de e-mails, gestão de campanhas entre outras. Se for sustentada na plataforma certa, irá ajudar a criar campanhas direcionadas, atraentes e customizadas para cada cliente.

A Digital Fusion utiliza plataformas de automação de marketing como a *Hubspot* e a *Marketo* para a realização de tarefas como, email marketing para combater os emails em massa e enviar o conteúdo certo para possíveis *leads* e consequentes fluxos de nutrição que consistem numa sequência de emails enviados para um segmento específico. Para isso recorre a plataformas de *CRM* (*customer relationship management* – gestão de relacionamento de clientes) por via de software (programas informáticos) que tem como objetivo promover uma gestão mais eficiente e que armazenam informações relevantes em relação a possíveis clientes, tal como a desenhos de *workflows* que servem para repetir tarefas usando a tecnologia. Utiliza sistemas de *setup* e gestão para melhorar e facilitar o relacionamento com o cliente.

² As informações referidas neste ponto do relatório foram baseadas na informação contida no website da empresa: <https://www.digitalfusion.pt/>

“O *SEO* é a disciplina do Marketing Digital que visa a aplicação de uma série de técnicas, dentro e fora de uma dada página web (on-page e off-page), com vista a otimizar a sua visibilidade na lista de resultados orgânicos de motores de pesquisa. Falar de *SEO*, no fundo, é aludir ao conjunto de ações realizáveis para a melhoria da posição das páginas (ou de um conjunto de páginas) do nosso *website* nas listagens dos resultados dos motores de pesquisa para determinados termos específicos utilizados pelos mais variados tipos de utilizadores”. (Gouveia, 2022, p. 135)

As migrações do site ³ referem-se nomeadamente aos redesigns ou às reestruturações efetuadas nas páginas de um site de modo a alterar o layout para se tornar mais apelativo aos visitantes ou proporcionar uma navegação mais intuitiva, de maneira que as páginas fiquem mais rápidas, ao *SEO* técnico e monitorização que serve para facilitar o trabalho dos motores de busca, rastrear e indexar o seu conteúdo.

Relativamente à investigação em *SEO* ⁴ refere-se a estudos de performance complexos através de análises *CTR* (*clickthroughRate*) e *search intent* de modo a conseguir compreender o público-alvo e o que procuram. Consequentemente a Otimização consiste na personalização de keywords on & off page para a satisfação do utilizador.

“A plataforma Google Ads, designada por Google AdWords até meados de 2018, e criada em 2001, é uma forma extremamente rentável de anunciar produtos, serviços e marcas. E, por definição, o serviço de publicidade da Google, que permite a qualquer anunciante colocar anúncios nas páginas do seu motor de pesquisa, bem como em vários websites afiliados e representa atualmente a principal fonte de receita da gigante tecnológica. Além de ser o maior motor de pesquisa da Internet, o Google é uma excelente ferramenta de anúncios e promove espaços para a inserção de campanhas por meio do Google Ads, a sua plataforma concebida especialmente para o efeito, de forma que os anunciantes possam transmitir a sua mensagem de forma eficiente para os seus clientes ou potenciais clientes”. (Gouveia, 2022, p. 215)

A Digital Fusion realiza análises e auditorias para obter uma melhoria constante e uma análise das plataformas digitais de cada cliente. Por exemplo se for utilizado o

³ Os Fundamentos das migrações de sites para SEO, acessado em: <https://www.agenciamestre.com/seo/migracao-de-site-seo/>

⁴ As informações referidas neste ponto do relatório foram baseadas na informação contida no website da empresa: <https://www.digitalfusion.pt/>

Facebook/Instagram é necessário realizar campanhas diferenciadas e orientadas para a jornada de cada consumidor, tal como no LinkedIn. Para tal, recorre a estratégias como *remarketing* que tem como objetivo impactar novamente possíveis clientes que ficaram interessados nos produtos ou serviços da empresa e campanhas display google onde são publicados anúncios nas redes de *display* da google atingindo um maior número de possíveis clientes.

Para tal a Digital Fusion tem como objetivo exercer uma análise pormenorizada aos processos, pessoas e métricas de cada cliente. Para isso exerce 3 etapas: Análise end-to-end de Marketing e vendas que consiste na análise da jornada do consumidor do início até ao momento da compra, acompanhando todas as etapas do ciclo: consciência, consideração e decisão. Desenhos de estratégia e melhoria onde são incluídos o estado atual da empresa, tal como falhas e oportunidades, elaboração de planos operacionais de modo a ajudar a criar táticas e metodologias para marketing e vendas. E por último o plano de ação e acompanhamento que tem como objetivo a avaliação interna das métricas.

No que diz respeito ao *Hubspot*⁵, esta consiste numa plataforma de *CRM* com todos os softwares, integrações e recursos necessários para conectar atividades de marketing, vendas, gestão de conteúdo e atendimento ao cliente. A plataforma integrada da *HubSpot* permite que o seu negócio cresça mais rápido porque foca no que é mais importante: os seus clientes.

Relativamente à *Hubspot* a Digital Fusion exerce um papel de consultoria onde ajuda a implementar o *setup*, configurações técnicas, até à integração com ferramentas externas. Quanto à migração⁶, auxilia no processo de adaptação a um novo *CRM*, desde a avaliação de necessidades, mapeamento de dados, configurações técnicas e otimizações e transferência de todos os dados do *CRM*.

⁵ O que é o hubspot, acedido em: <https://www.hubspot.com/>

⁶ A informação referida neste ponto do relatório foi retirada do website da empresa, acedido em: <https://www.digitalfusion.pt/>

1.5 OBJETIVOS E ESTRATÉGIA GERAL DA EMPRESA

A Digital Fusion tem o objetivo de desenvolver estratégias, campanhas e ações de marketing digital para fomentar as vendas dos seus clientes.

Através dos seus serviços, partilha, pois, o seu conhecimento para capacitar as empresas clientes a crescerem no mercado, aliando às suas estratégias uma componente digital.

Tem como base uma comunicação interna aberta e sem rodeios, focada nas pessoas, com base em ambientes criativos, movidos por objetivos claros e ambiciosos.

A sua metodologia e estratégia geral foca-se no conhecimento a fundo do negócio de cada cliente, onde é realizado uma análise pormenorizada, e na criação de longas relações de compromisso e confiança que se poderão tornar em parcerias.

Deste modo, acredita que cada empresa independentemente da área onde se enquadre pode e deve crescer no digital de modo a alcançar os seus objetivos claros e ter sucesso.

1.6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA EMPRESA

Segundo Carvalho (2012) a estrutura organizacional é a forma como uma organização está dividida e hierarquizada. Esta define como é feita a gestão das atividades e a comunicação entre os setores, visando atingir os objetivos estratégicos, por isso, inclui os seus departamentos, ou a divisão por setores, mas também as relações hierárquicas entre eles.

Como podemos observar na Figura 3, a estrutura organizacional da empresa é clássica ou vertical. Este modelo de organograma possui os cargos distribuídos por grau de importância, do topo até à base – ou seja, quanto mais alta for a responsabilidade e autonomia do colaborador mais no topo do organograma ele estará posicionado.

Relativamente à Digital Fusion, uma vez que é uma pequena agência de MarTech, existem poucos departamentos.

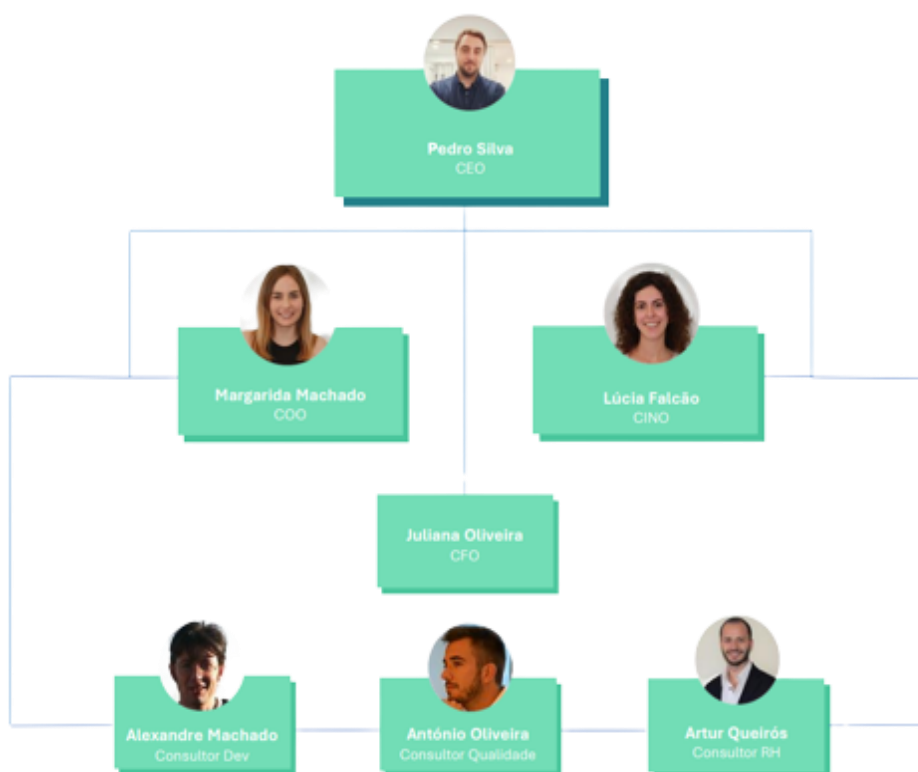


Figura 3 - Organograma Digital Fusion

Fonte: Digital Fusion

O estágio referente a este relatório ficou enquadrado no departamento de Marketing & Comunicação constituído por Lúcia Falcão (CINO) e Margarida Silva (COO).

1.7 PÚBLICO-ALVO

A Digital Fusion é uma agência que trabalha no setor B2B2C, ou seja, significa que a empresa tem como clientes outras empresas que por sua vez lidam com o consumidor final. Assim os serviços que a empresa presta ao seu cliente empresarial têm como foco o consumidor final.

Alguns dos clientes e parceiros da agência encontram-se na figura 4.



Figura 4 - Clientes Digital Fusion

Fonte: Digital Fusion

Capítulo 2 –Atividades Desenvolvidas no Estágio

2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO

2.1 ENQUADRAMENTO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

No âmbito do ciclo de estudos da Licenciatura em Marketing no Instituto Politécnico da Guarda, foi elaborado o presente relatório que tem como objetivo descrever as atividades realizadas ao longo do estágio curricular. Este estágio decorreu na empresa Digital Fusion e teve a duração de 3 meses (400 horas), estando compreendido entre o período de 19/06/2023 a 01/09/2023.

De uma forma geral, as funções de Marketing da Agência, focaram-se em tarefas relacionadas diretamente com atividades referentes ao Marketing Digital, como a análise da concorrência, a análise das redes sociais, a criação de conteúdos para as redes sociais (Instagram e LinkedIn), a redação e correção de artigos para blog, a criação de campanhas de automação de E-mail Marketing, a análise e gestão de websites entre outras atividades relacionadas.

A agência Digital Fusion possui um horário de funcionamento das 09:30 às 17:30 de segunda a sexta. À estagiária foi-lhe atribuído o horário das 10:00 às 18:30.

No dia 19/06/2023 foi o primeiro dia de estágio, onde a estagiária teve uma reunião com o *CEO* Pedro Silva, onde lhe foi questionado quais os interesses que teria em determinadas vertentes do marketing e onde lhe foram explicadas todas as regras de funcionamento da agência e solicitado também que, explorasse todos os conteúdos, de forma a conhecer melhor a agência e a sua forma de trabalhar. De seguida conheceu o escritório e as colegas de trabalho, tal como os restantes colegas de outra empresa parceira (Apo Partner) que partilha escritório com a agência.

2.2. Objetivos de Estágio

O estágio realizado na Digital Fusion (19/06 a 01/09) teve como principal objetivo consolidar conhecimentos obtidos ao longo da licenciatura e a colocação em prática de técnicas e competências adquiridas, definidos num plano de trabalho de um profissional de marketing.

As principais tarefas designadas à estagiária foram nomeadamente:

- Realização de várias formações em áreas distintas referentes ao Marketing Digital.
- Apresentação e elaboração de rascunhos de estruturas de websites na plataforma Canva, usados como base para a criação de estruturas reais de sites.
- Produção de estruturas para websites, reestruturação de páginas e menus no Wordpress.
- Construção de email/automação através da plataforma MAILERLITE (ferramenta utilizada para o envio de mails de automação) para a criação de campanhas e criação de emails publicitários e de serviço.
- Produção e criação de conteúdo para redes sociais, tal como a edição de fotos e vídeos.
- Criação de conteúdo audiovisual.
- Participação em reuniões de *steering mensal* (onde eram discutidas as ideias e táticas abordadas para cada cliente) e *bowling chart* (acompanhamento e análise de palavras-chave em determinados sites).
- Escrita de artigos e traduções para blogues de conteúdo e Websites.

2.3 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Nesta secção irão ser apresentadas as principais atividades desenvolvidas no estágio:

- **Gestão de Redes Sociais:** Consistiu na redação de *copies* e elaboração de *posts* utilizando a ferramenta Canva, assim como a elaboração de um plano semanal, em relação às publicações que iriam ser lançadas de acordo com cada cliente e cada público-alvo que era pretendido atingir. Todo o trabalho realizado em relação a cada cliente era desta forma revisto e publicado pela tutora de estágio na agência.
- **Criação de conteúdo:** Em relação à criação de conteúdo, foram realizados *posts* de maneira lúdica, com o objetivo de chamar a atenção de possíveis *buyer personas*. Foi elaborado também, conteúdo de carácter audiovisual em relação a temas da atualidade, tal como o “Setembro Amarelo” que aborda temáticas como a ansiedade e a depressão, em que apenas foi publicado o que o cliente aprovou. Por fim foram criados alguns mails exemplo de automação, através da plataforma *Mailerlite*.
- **Gestão de Websites:** No que diz respeito à gestão de websites, foram elaboradas no *Wordpress* estruturas de páginas, reestruturação e design das mesmas, através do plugin *Wpbakery* e através do *Slider Revolution*. Foram também elaborados menus interativos na secção aparência do *Wordpress* e formulários de contacto através do plugin *Contact 7*, tal como a criação de *CTA'S*, de botões e escrita de conteúdo para o site do cliente de acordo com as preferências do mesmo em relação à temática do seu negócio.
- **Redação de artigos e traduções:** Todos os artigos escritos pela restante equipam foram publicados e reestruturados, incluindo o header, textos, imagens e tabelas pela estagiária no *Wordpress*. A estagiária escreveu e editou um artigo com a temática *Inbound Marketing*. Foram também realizadas traduções de páginas no site “*Douro yacht experiences*”.
- **Outras Tarefas:** Tarefas como a análise de empresas concorrentes fizeram parte do estágio, uma vez que era necessário para poder comparar e desenvolver outro tipo de conteúdo, ou até modificar determinadas

páginas do site. Foram também elaboradas apresentações de sugestões de melhoria para sites e criados rascunhos de possíveis páginas de sites. Participação e interação em reuniões de equipa diárias e mensais, intituladas como *Steering mensal e Bowling chart*, elaboradas com intuito de melhorar a performance da empresa.

2.3.1 Cliente: Segeltec

A Segeltec lda, é uma empresa que se enquadra na área de atividades e técnicas de engenharia.



Projetos | Engenharia | Manutenção

Figura 5 - Logótipo Segeltec

Fonte: Segeltec

A empresa presta serviços nas áreas de Gestão de Manutenção, Projetos de Engenharia, Medidas de Autoproteção e dispõe também de Formações. Encontra-se sediada no Porto, em Lisboa e em Trás-Os-Montes.

Esta apresenta como principal objetivo prestar soluções eficazes, executáveis e eficientes na área da segurança, prevenção e projetos de engenharia. Promete dar resposta com ampla gama de serviços, adaptados às necessidades e desafios de cada cliente. Relativamente ao público-alvo, é segmentado por empresas que procuram serviços de engenharia, manutenção e segurança. No que toca ao tom de comunicação, a empresa tem como referência os seus valores: Educação, respeito e reconhecimento e por isso adota um tom de comunicação mais formal e profissional.

Na Digital Fusion cada cliente tem uma pasta organizada no Canva e um *briefing*, onde são colocadas informações referentes aos serviços que irão ser realizados. Realizam desta forma reuniões diárias ao qual intitulam “DF diário” onde são explicadas quais as tarefas com maior ou menor grau de importância e qual o prazo estabelecido pelos respetivos clientes.

A Segeltec é uma empresa que já tinha um website, no entanto, não apresentava diretrizes corretas dentro do *SEO*, tinha informação confusa e pouco clara, não apresentava *CTA*’S, nem informações pertinentes para os possíveis clientes que visitavam o site e por isso desta forma, foi-lhe sugerido a melhoria do mesmo, através de novas estratégias para captar a atenção dos *buyers personas* pela Digital Fusion.

Em relação à informação pertinente para a criação da estrutura do website a Digital Fusion disponibilizou um esquema para a criação de menus e propôs a consulta do antigo site da empresa (que na data atual já não existe).

Desta forma foi proposto à estagiária que propusesse uma possível estrutura de Website, de acordo com algumas diretrizes dadas pela tutora. Na tabela 2 encontram-se apresentadas as atividades realizadas pela estagiária em relação a este cliente:

Tabela 2 - Tabela resumo das tarefas realizadas para o cliente Segeltec

Mês	Atividade
Junho	Gestão de Websites: Criação de rascunhos de estruturas para websites, nomeadamente páginas, menus, CTA'S através da plataforma Canva e da análise de websites de empresas concorrentes.

Fonte: Elaboração Própria



Figura 6 - Exemplo de informação para o menu do site

Fonte: Documentos Digital Fusion

Relativamente aos protótipos, estes foram realizados através da análise de sites de possíveis concorrentes, tal como da elaboração de uma estrutura real para um site

apelativo, seguindo métricas *SEO*, como as cores, a criação de botões e *CTA*'S, imagens e textos.

Pode-se verificar os protótipos nas figuras 7 e 8,



Figura 7 - Exemplo de rascunho da Home Page do site

Fonte: Elaboração própria

Todo o conteúdo elaborado para o cliente Segeltec foi apresentado em reuniões, onde foram discutidas ideias de melhoria e métricas de *SEO* pertinentes.

Conseqüentemente era enviado para a Tutora de estágio que procedia à seleção das ideias adequadas a colocar no site.



Figura 8 - Exemplo de protótipo da continuação da Home Page

Fonte: Elaboração própria

2.3.2 Cliente FinAid

A FinAid é uma empresa que presta serviços na área de contabilidade e apoio à gestão, criação de empresas, incentivos/projetos europeus e apoio relativamente às certificações DGERT.

Apresenta como principal objetivo ajudar diariamente na gestão de micro-empresas, ou *PME*, identificando falhas, oportunidades de poupança e cumprindo com rigor obrigações fiscais e legais. Relativamente ao público-alvo apresenta como principal foco *PME'S* e *start-ups*. No que diz respeito ao tom de comunicação esta empresa é designada pela formalidade, clareza e profissionalismo dos seus serviços.

Esta empresa não apresenta site existente de momento, por isso desta forma não existem dados específicos em relação aos contactos da mesma.

A Digital Fusion assumiu um papel importante na criação de um website para este cliente, para que se tornasse possível a comunicação entre os clientes e os contabilistas certificados.

Na Figura 9, encontra-se o rascunho original recebido feito pelo cliente para a criação do menu para o site.

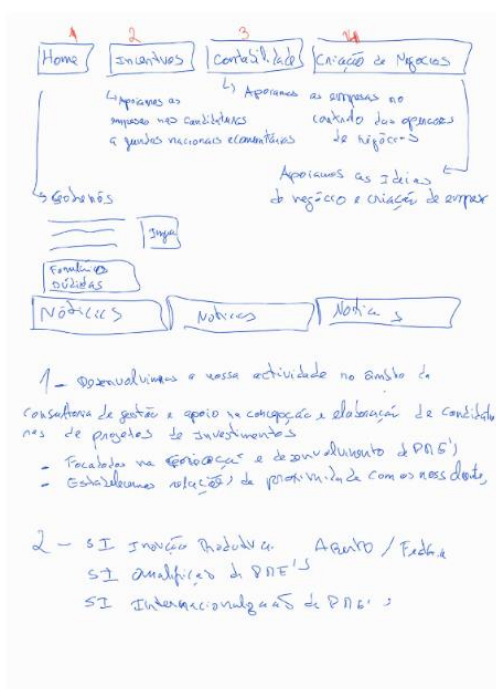


Figura 9 - Rascunho Realizado pelo cliente FinAid

Fonte: Cliente FinAid

Após receber as informações sobre a empresa foi sugerido à estagiária uma série de atividades em contexto real no que diz que respeito à empresa FinAid.

Na tabela 3 pode-se verificar as atividades realizadas,

Tabela 3 - Tabela resumo das atividades referentes ao cliente FinAid

Mês	Atividade
Julho e Agosto	<p>Benchmarking: Análise de websites de concorrentes do mesmo setor com o objetivo de comparar e estruturar de melhor forma as páginas.</p> <p>Gestão de websites: Elaboração de rascunhos de uma possível estrutura de um site na plataforma <i>canva</i>. Criação, design e reestruturação de uma estrutura de um website real na plataforma <i>Wordpres</i> através do <i>pluggin Wpbakery</i> e através do <i>pluggin de edição de HomePage slider revolution</i>. Construção de menus interativos, formulário de contactos (uso de <i>pluggin contact7</i>), criação de <i>CTA 'S</i>.</p> <p>Criação de conteúdo: Escrita de conteúdo para o site através das informações recolhidas, tal como <i>Headers</i> apelativos e textos.</p>

Fonte: Elaboração Própria

Na Figura 10 está representada uma atividade realizada pela estagiária,

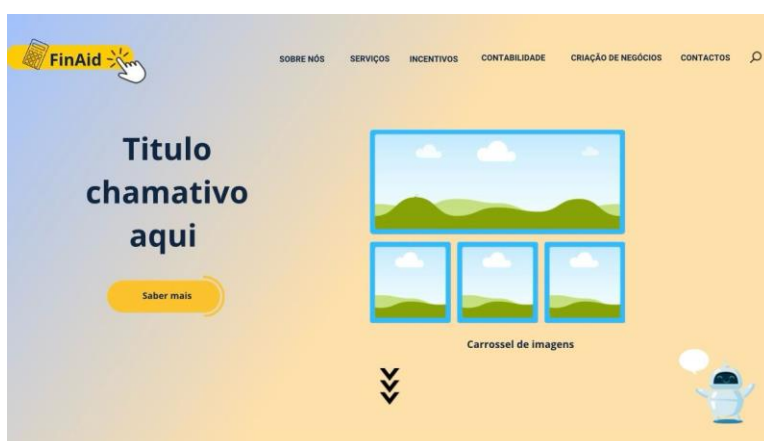
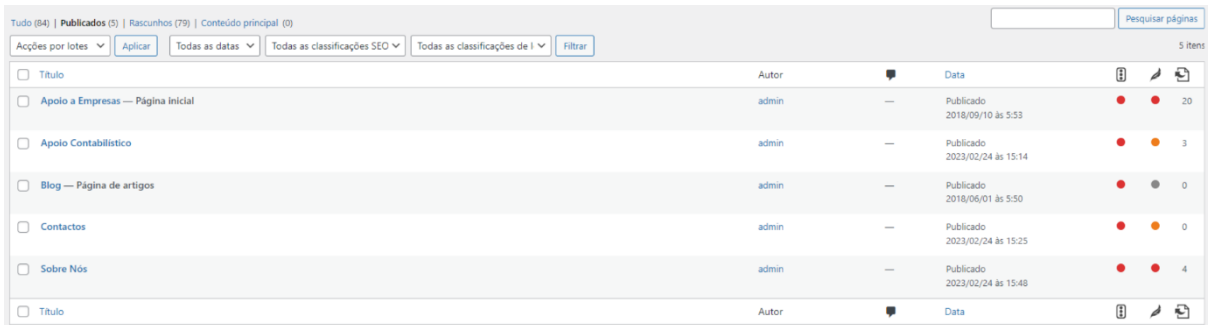


Figura 10 - exemplo rascunho HomePage FinAid

Fonte: Elaboração própria

Na Figura 11 , está representado o painel do wordpress das páginas iniciais criadas do website da FinAid.



<input type="checkbox"/> Título	Autor	Data		
<input type="checkbox"/> Apoio a Empresas — Página Inicial	admin	Publicado 2018/09/10 às 5:53	● ●	20
<input type="checkbox"/> Apoio Contabilístico	admin	Publicado 2023/02/24 às 15:14	● ● ●	3
<input type="checkbox"/> Blog — Página de artigos	admin	Publicado 2018/06/01 às 5:50	● ● ●	0
<input type="checkbox"/> Contactos	admin	Publicado 2023/02/24 às 15:25	● ● ●	0
<input type="checkbox"/> Sobre Nós	admin	Publicado 2023/02/24 às 15:48	● ● ● ●	4
<input type="checkbox"/> Título	Autor	Data		

Figura 11 - Painel wordpress do website da FinAid

Fonte: Website FinAid

A Figura 12 e 13 representadas, são exemplos das atividades realizadas pela estagiária.

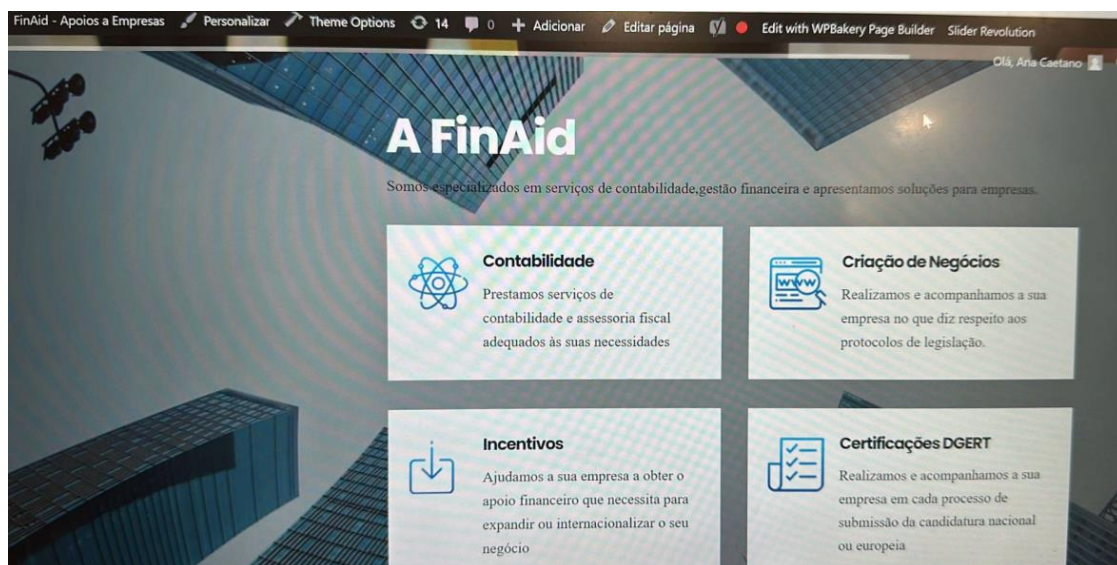


Figura 12 - Rascunho da criação das páginas

Fonte: Elaboração própria



Figura 13 - Resultado Final de uma página de serviços

Fonte: Elaboração própria

O conteúdo realizado para a FinAid foi dividido, portanto, em etapas, onde na primeira etapa foram realizados os rascunhos referentes ao site com as ideias originais obtidas através da análise de Benchmarking, onde foram apresentados e discutidos em reuniões a fim de obter um protótipo final. Numa segunda etapa foram criadas e reestruturadas as páginas, quando completas foram apresentadas numa reunião à equipa para serem aprovadas.

2.3.3 Cliente: Alento

A Alento é uma empresa de recursos humanos e consultoria, criada em 2012, em clara rota de crescimento.

Apresenta como serviços: O Desenvolvimento pessoal e profissional através de especialistas, recrutamento e seleção psicológica, a formação e serviços de consultoria. Desta forma tem como objetivo a satisfação do cliente através da inovação e da especialização. O público-alvo da Alento são empresas e pessoas singulares que procurem serviços de consultoria.



Figura 14 - Logótipo Alento

Fonte: Alento

No que diz respeito ao tom de comunicação a empresa caracteriza-se pelo rigor, transparência, confidencialidade, elegância e dedicação baseada numa proximidade com o cliente, ou seja, o seu tom de comunicação é formal e profissional adequado aos seus valores.

A Digital Fusion efetua a gestão de redes sociais desta empresa, nomeadamente Instagram e LinkedIn, para isso efetua um *briefing* de conteúdo mensal onde são planeados os conteúdos que irão ser publicados.

Consequentemente foi proposto à estagiária as seguintes atividades de acordo com a tabela,

Tabela 4 - Tabela resumo das atividades referentes ao cliente Alento

Mês	Atividades
Agosto e Setembro	Gestão de Redes Sociais: Elaboração e design de <i>posts</i> utilizando a ferramenta Canva, seleção e edição de fotos a utilizar nos <i>posts</i> , escrita de <i>copies</i> adequados a cada publicação, Criação de conteúdo: Recolha de informação adequada a cada <i>post</i> , através de artigos de blogue, <i>insights</i> ou serviços da empresa, elaboração de <i>briefings</i> .

Todas as atividades realizadas pela estagiária foram revistas pela Tutora, aprovadas e publicadas no site da empresa.

Nas Figuras 15 e 16 estão representadas atividades realizadas pela estagiária,

Data	Título	Redes	Copy	Imagem
01/09/2023	É importante ser um bom líder?		<p>Liderança é um tema tão fascinante quanto dissonante relativamente ao número quase infinito de teorias e opiniões sobre o que é Liderança.</p> <p>Mas será importante ser um bom líder ?</p> <p>Não há líder sem seguidores, sendo destes que provém o poder do líder, poder este que deverá servir para influenciar os seguidores e catalisar a obtenção de resultados.</p> <p>A liderança é importante para melhorar e incrementar as competências dos colaboradores na execução das suas funções.</p>	<p>https://www.canva.com/design/DAFoU2KhUcs/BeM6M_yuFbVENDvfAAFLMA/edit?utm_content=DAFoU2KhUcs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton</p>

Figura 15 – Exemplo de briefing Alento realizado

Fonte: Elaboração Própria



Figura 16 - Exemplo de Post elaborado

Fonte: Elaboração própria

2.3.3.1 Cliente: Alento Saúde

Uma das áreas da Alento é a consultoria, onde estão inseridas consultas de psicologia exercidas por profissionais especialistas, desta forma a Alento resolveu separar as funções distinguindo por Alento e Alento Saúde de modo a ser possível para o consumidor aceder ao serviço adequado que deseja mais facilmente. Desta forma a Alento Saúde possui outro logótipo e páginas diferentes nas redes sociais onde são partilhadas *posts* sobre gatilhos reais vividos por clientes em ambientes de trabalho, tal como a ansiedade no trabalho, o stress, a depressão, etc.

A Alento saúde apresenta um tom de comunicação mais informal e de proximidade relativamente à Alento em si, com intuito de impactar e ajudar possíveis *buyers* personas.

Em relação a este tipo de conteúdo foi proposto à estagiária algumas atividades relacionadas com problemas atuais, tal como no mês de setembro, referentes ao Setembro Amarelo onde é abordado temáticas como a depressão. Foi sugerido a criação de conteúdo audiovisual através da plataforma Capcut.

Na tabela 5 encontram-se as tarefas realizadas pela estagiária, referentes à Alento Saúde.

Tabela 5 - Tabela resumo das referentes ao cliente Alento Saúde

Mês	Atividades
Setembro	Criação de conteúdo: Produção e elaboração de conteúdo audiovisual através da plataforma <i>capcut</i> , seleção e edição de imagens e músicas para o vídeo, recolha de informação pertinente apelativa para colocar no vídeo, escrita de frases em relação ao Setembro Amarelo Gestão de Redes Sociais: Conversão do vídeo de modo a ser partilhado em redes sociais, escrita de <i>copy</i> para as redes sociais

Fonte: Elaboração própria

Após a criação e elaboração do vídeo o mesmo foi enviado para a empresa, após ter sido aprovado foi publicado na plataforma Instagram na página da Alento Saúde.



Figura 17 - Edição do vídeo no Capcut

Fonte: Elaboração própria



Figura 18 - Vídeo final Publicado

Fonte: Elaboração própria

2.3.4 Digital Fusion

No que diz respeito à agência também foram executadas atividades em contexto real, uma vez que, como apresenta uma fraca presença digital, a Digital Fusion precisa de aumentar o seu número de seguidores através das redes sociais e do website.

Na Digital Fusion são elaborados briefings semanais sobre os conteúdos que irão ser lançados para as redes sociais, onde se apresentam os temas que deverão ser abordados ou quais os artigos *que* devem ser escritos e sobre que temáticas deverão ser abordadas.

Data	Título	Redes	Copy	Imagem	Hashtags	Estado
04/08/2023	Post a vender - Vai esperar sentado que os resultados cheguem?	Facebook LinkedIn	<p>Antecipação no Marketing Digital: Uma das Chaves do Sucesso! 🚀</p> <p>No mundo do marketing digital todos os dias há alguém a inovar, a recriar e reinventar conceitos e a usar novas ferramentas e táticas.</p> <p>Antecipar as tendências, as necessidades do cliente e as mudanças no mercado, tecnológicas e comportamentais, é algo crucial para se destacar da concorrência e alcançar o crescimento. 🧐</p> <p>E acima de tudo não assumir que o sucesso no presente, garante o sucesso do futuro.</p> <p>Campanhas estratégicas, conteúdo relevante, e experiências cativantes. Novas parcerias, produtos e serviços. Mecanismos de inovação internos e estruturados. Ouvir clientes e antecipar problemas.</p> <p>Não espere, antecipe! Seja visionário, ousado e abrace a antecipação como a alavanca para o sucesso no marketing digital. 📈👉</p>	https://www.canva.com/	#martech #tecnologia #marketing #digitalmarketing #digitalfusion	Publicado
07/08/2023	Artigo Margarida - Pipeline de Vendas	Facebook LinkedIn	<p>Quer aumentar as suas vendas e otimizar a gestão de clientes? 🤔</p> <p>A colaboração entre as equipas de marketing e vendas é importante para que consiga alcançar o crescimento e lucratividade desejada. 📊</p> <p>O pipeline de vendas desempenha um papel essencial na gestão e otimização das vendas, já que proporciona uma visão clara e estruturada do ciclo de vendas, desde a prospeção até ao fecho. 📈</p> <p>Neste artigo, explicamos como pode construir o seu pipeline de vendas e quais os benefícios que traz para o seu negócio. 📄</p>	https://www.digitalfusio	#vendas #pipeline #hubspot #digitalmarketing #martech #digitalfusion	Publicado

Figura 19 - Exemplo de Briefing Realizado

Fonte: Elaboração própria

Consequentemente foi proposto à estagiária a criação de conteúdo para as redes sociais assim como para o Blog da agência, na tabela 6 encontram-se as atividades realizadas pela estagiária referentes à Digital Fusion.

Tabela 6 - resumo das atividades realizadas na Digital Fusion

Mês	Atividades
Julho, Agosto e Setembro	<p>Benchmarking: Análise de Concorrentes da agência, onde foram elaborados documentos para a criação de conteúdo.</p> <p>Gestão de Redes Sociais: Elaboração de Posts e de posts lúdicos para Facebook e LinkedIn, escrita de copies tal como frases adequadas para as publicações, edição e seleção de imagens.</p> <p>Criação de conteúdo: Escrita de artigos para blog, tal como a correção de artigos já escritos.</p> <p>Gestão de Websites: Edição e correção de artigos de blog no word press, tal como design da estrutura dos mesmos.</p> <p>Publicação de artigos de blog no website da Agência, de acordo com as diretrizes necessárias.</p>

Fonte: Elaboração Própria



Figura 20 - Exemplo de Post lúdico

Fonte: Elaboração própria

O conteúdo realizado pela estagiária para a agência era apresentado numa reunião diária, corrigido e selecionado pela Tutora e formadora de estágio, depois de aprovado, apenas os *posts* selecionados como adequados eram publicados pela Tutora.

Todos os posts realizados para a agência seguiam apenas uma regra que consistia em manter as cores da Digital Fusion assim como o seu tom de comunicação. Apesar da agência apresentar um tom de comunicação informal e personalizado os *posts* realizados eram de carácter formal.

2.3.5 Cliente: Douro Yatch experiences

O Douro Yacht Experiences é uma empresa que oferece experiências de iate no rio Douro, incluindo visitas guiadas a caves e adegas, bem como oportunidades para desfrutar de uma viagem cultural ao longo do rio. Além disso, proporciona experiências gastronômicas únicas. O seu principal objetivo é garantir a plena satisfação dos clientes, oferecendo passeios exclusivos e personalizados. O público-alvo principal da empresa são os turistas, uma vez que os passeios de iate focam em locais turísticos na região do Porto.



Figura 21 - Imagotipo Douro Yacht experiences

Fonte: Douro yacht experiences

Em relação a este cliente, a Digital Fusion presta serviços a nível de gestão de website, ferramentas SEO. A Douro Yatch experiences continha um site desorganizado e por isso não estava a atingir o número de consumidores que era suposto, desta forma foi solicitado à Digital Fusion, a reconstrução e melhoria do mesmo. Uma vez que é um cliente internacional, o site tinha de conter 2 línguas, Português e Inglês.

Consequentemente foi sugerido à estagiária algumas atividades em relação ao mesmo, onde se pode verificar na tabela 7.

Tabela 7 - Tabela resumo das atividades realizadas para o cliente Douro yacht experiences

Mês	Atividades
Agosto e Setembro	Escrita de textos e traduções: Escrita de textos e correções de conteúdo enviado pelo cliente, assim como tradução de todas as páginas (assim como textos, títulos) em português do website para Inglês no <i>Wordpress</i> .

Fonte: Elaboração Própria

Cruzeiro de 1 hora

1 hora	Max de Pessoas: 14	Wifi Disponível
Jan - Dez	Idade mínima: 5+	Local de Partida: Marina do Freixo

Está a visitar a fantástica cidade do Porto e quer explorar durante algumas horas a partir de outra perspetiva? O cruzeiro com duração de 1h no Porto, irá levá-lo ao longo de algumas das atrações mais importantes do Porto e de Gaia, como a ponte D. Luis I, a Sé do Porto, a Torre dos Clérigos, a Praça da Ribeira, a Igreja de São Francisco, a antiga Alfândega do Porto, o Museu dos Eléctricos, o Mosteiro da Serra do Pilar, Caves do Vinho do Porto e muito mais. É a maneira mais emocionante de fazer turismo enquanto relaxa ao mesmo tempo.

Iremos recebê-lo a bordo na Marina do Freixo, a 35 minutos a pé da Ponte D. Luis I. Um elegante Princess Yacht estará à sua espera, desfrute de um cruzeiro privado para um grupo de até 12 pessoas. Durante este passeio de barco de 1 hora, faremos um cruzeiro pelo rio Douro enquanto relaxa no espaçoso flybridge e deck e onde poderá apreciar as paisagens e admirar Porto e Gaia da melhor perspectiva, no entanto, se tiver sorte, poderá observar a vida selvagem do estuário do Douro.

Partida & Chegada Localização	Marina do Freixo (Google Map)
Hora de Partida	Por favor faça check-in 20 minutos antes do início da experiência
O Preço inclui:	<ul style="list-style-type: none">✓ Cocktail de boas-vindas✓ Cruzeiro privado com duração de 1 hora✓ Briefing de segurança e coletes salva-vidas✓ Seguro✓ Tripulação qualificada✓ Custos de combustível

Figura 22 -Exemplo de correções efetuadas no site

Fonte: Douro yacht experiences

Todas as alterações efetuadas no website, estavam a ser acompanhadas pela tutora de estágio numa pasta partilhada do *google sheets*, onde a mesma corrigia e enviava para ser alterado oficialmente.

https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-de-1-hora	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/2-horas-de-cruzeiro	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/3-horas-de-cruzeiro	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-ao-por	Meter Sunset no rio douro e no url (/sunset-no-rio-douro), gorjetas com letra grande, e 3 Hora de Cruzeiro Privado (letra grande)
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/almoco-num-boat	Mudar para cruzeiro no douro com almoço, gorjetas com letra grande, por cocktail de boas vindas em ambos os sitios (Bebida de boas-vindas), 3 Hora de Cruzeiro Privado
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-de-1-dia	Mudar para Cruzeiro de 1 dia no Douro, gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/jantar-num-boat	Máx Pessoas, mudar para Cruzeiro com Jantar no rio Douro, 3 Hora de Cruzeiro Privado, gorjetas com letra grande, por cocktail de boas vindas em ambos os sitios (Bebida de boas-vindas)
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/premium-7-dias	Mudar o nome para Tour Premium 7 dias abordo de um late Privado no Douro url (premium-7-dias),
https://douroyachtexperiences.com/tour/premium-5-days/	Mudar o nome para Tour 5 dias abordo de um late Privado no Douro URL- premium-5-dias

Figura 23 - Exemplo de sugestão de correção

Fonte: Elaboração própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um estágio curricular é um componente fundamental para a formação profissional de um aluno, pois oferece a oportunidade de aplicar o conhecimento teórico em situações reais. Este período serve também para o aluno descobrir quais as áreas o interessam num futuro profissional.

O estágio curricular realizado no período de 19 de Junho a 1 de Setembro de 2023 na empresa Digital Fusion serviu como experiência pessoal e profissional, apesar de não ter corrido da maneira como estava à espera no ambiente empresarial, consegui realizar atividades que me interessam trabalhar no futuro. Certamente saí desta experiência com uma visão mais ampla em relação ao marketing digital.

Ao decorrer das 400 horas previstas realizei inúmeras atividades, como foi referido no capítulo anterior. A maior parte das tarefas estavam relacionadas com a criação de conteúdos, gestão de redes sociais, design de *posts*, escrita de artigos, traduções, gestão de websites, criação de blocos e estruturas. As atividades que obtiveram maior incidência foram a gestão de redes sociais, criação de conteúdo e a gestão de websites. Algumas das atividades realizadas na empresa foram publicadas nas redes sociais de determinados clientes envolvidos, no entanto desconheço o impacto das publicações realizadas uma vez que não tive acesso às métricas digitais da Digital Fusion.

Considero que a atividade que achei mais desafiante foi a gestão de websites, apesar de o programa utilizado ser familiarizado e ter aprendido algumas bases na licenciatura em determinadas cadeiras, existiam plugins difíceis de gerir. Conciliar a gestão de um website, tal como a criação de conteúdo para o mesmo e simultaneamente gerir redes sociais de outro cliente foi algo a desejar.

Contudo, concludo, que existiram algumas adversidades ao longo do meu estágio uma vez que senti que me faltaram algumas métricas e outro tipo de acompanhamento/aprendizagem de determinadas vertentes, considero que foi uma experiência impactante a nível pessoal como a nível profissional.

BIBLIOGRAFIA

Carvalho, A. (2012). Gestão de Empresas – Princípios Fundamentais. 2ªEd., Ed. Silabo, Lisboa.

Freire, A. (2008). Estratégia – Sucesso em Portugal. Editora Verbo, 12ª ed., Lisboa, Portugal.

Gouveia, M. (2022). Marketing Digital. O Guia Completo: Tudo o que precisa para criar uma estratégia online de sucesso. Editora: Ideias de Ler, Porto, Portugal

Kotler, P. & Armstrong, Gary (2008) Princípios de Marketing. 12ªEd., Prentice Hall, Brasil

APÊNDICES

Lista de Apêndices

Apêndice I – Cliente: Segeltec

Apêndice II – Cliente: FinAid

Apêndice III – Cliente: Alento & Alento Saúde

Apêndice IV – Digital Fusion

Apêndice V – Douro Yatch Experiences

I APÊNDICE – CLIENTE: SEGELTEC

MAP - MEDIDAS de AUTOPROTEÇÃO |
Facilities Management | Gestão de
Manutenção | Projetos de Engenharia
917 779 621

Na SEGELTEC trabalhamos há mais de 10 anos para tornar os edifícios mais seguros.

Somos especialistas no que fazemos, em qualquer das áreas de negócio, temos os melhores profissionais.

Medidas de Autoproteção (MAP).

Registos de Segurança, procedimentos de prevenção ou planos de prevenção, planos de emergência, formação em segurança contra incêndio e simulacros.

Medidas de Autoproteção

Segurança Contra Incêndio em Edifícios

A SEGELTEC elabora Medidas de Autoproteção (MAP). Com mais de 500 Medidas de Autoproteção entregues e aprovadas, somos o seu parceiro especializado.

MAP - Medidas de Autoproteção

A Segurança Contra Incêndio em Edifícios (SCIE) não depende somente de um bom projeto e da boa execução deste projeto na fase de construção do edifício. A entrada em vigor do Regime Jurídico da Segurança Contra Incêndios em Edifícios (RJSCIE) veio colmatar uma importante lacuna no que se refere à SCIE: assegurar a Manutenção das Condições de Segurança, definidas no projeto, ao longo do tempo de

Figura 24 - Exemplo de criação de conteúdo

Fonte: Google Docs Digital Fusion



Figura 25 - Exemplo de Rascunho da HomePage do site

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 26 - Exemplo da HomePage do site

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 27 - Exemplo da Página de serviços do site

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 28 - Exemplo de Banner do site

Fonte: Canva Digital Fusion

II. APÊNDICE - CLIENTE: FINAID

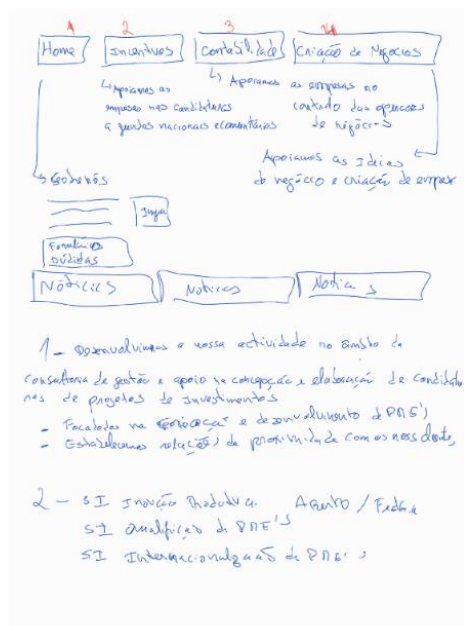


Figura 29 – Rascunho do Protótipo do site desenhado pelo cliente FinAid

Fonte: Google Sheets Digital Fusion

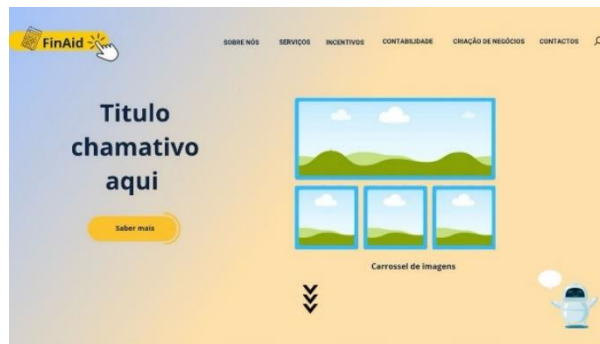


Figura 30 - Rascunho da Homepage do site FinAid

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 31 - Exemplo de CTA para a aplicação da FinAid

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 34 - Exemplo de formulário de dúvidas para o site

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 32 - Exemplo de Formulário de dúvidas para o site

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 33 - Exemplo de CTA para comentários dos clientes

Fonte: Canva Digital Fusion



Figura 35 – Banner realizado para a página inicial do site FinAid

Fonte: Wordpress FinAid



Figura 36 - Banner realizado para a página de serviço apoio à criação de empresas

Fonte: Wordpress FinAid



Figura 37 - Banner realizado para a página de serviço certificações Dgert

Fonte: Wordpress FinAid



Figura 38 – Banner realizado da página de serviços de incentivos europeus

Fonte: Wordpress FinAid

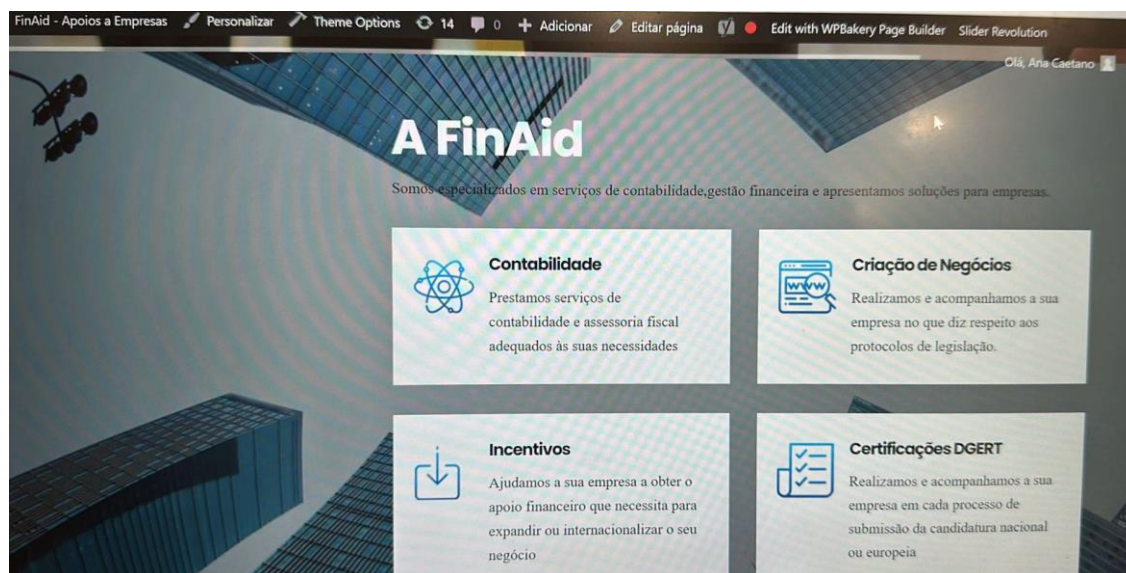


Figura 39 - Construção de blocos para a Homepage

Fonte: Wordpress FinAid

Em que podemos ajudar

A nossa equipa oferece suporte completo e contínuo em todas as fases do processo de candidatura e implementação.



Figura 40 - Exemplo de blocos construídos para a página inicial do site da FinAid

Fonte: Wordpress FinAid



Figura 41 - Exemplo de blocos construídos em relação aos serviços da FinAid

Fonte: Wordpress FinAid

III. APÊNDICE – CLIENTE ALENTO & ALENTO SAÚDE



Figura 42 - Exemplo de Post realizado para a Alento

Fonte: Instagram Alento



Figura 43 - Exemplo de Post realizado para a Alento

Fonte: Instagram Alento



Figura 44 - Edição e Realização do Video referente ao Setembro amarelo na aplicação capcut

Fonte: Capcut



Figura 45 - Vídeo final sobre o setembro amarelo publicado

Fonte: Instagram Alento Saúde

IV. APÊNDICE – DIGITAL FUSION

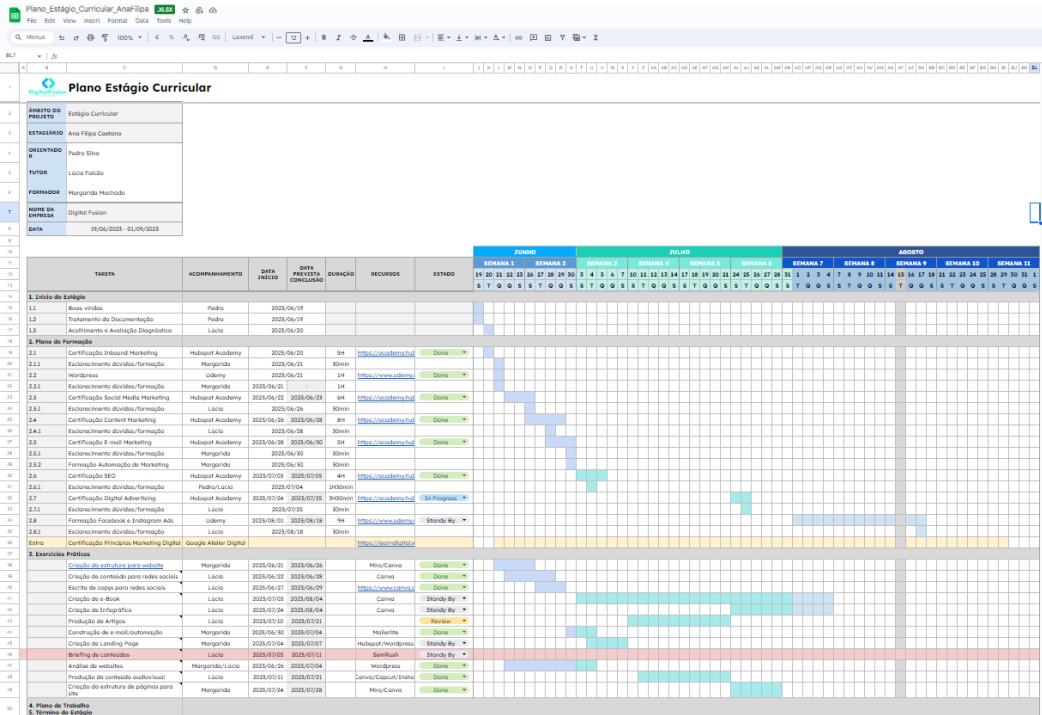


Figura 46 - Plano de estágio realizado pela empresa

Fonte: Google sheets Digital Fusion

Data	Título	Redes	Copy	Imagem	Hastags	Estado
04/08/2023	Post a vender - Vai esperar sentado que os resultados cheguem?	Facebook LinkedIn	<p>Antecipação no Marketing Digital: Uma das Chaves do Sucesso! 🚀</p> <p>No mundo do marketing digital todos os dias há alguém a inovar, a recriar e reinventar conceitos e a usar novas ferramentas e táticas.</p> <p>Antecipar as tendências, as necessidades do cliente e as mudanças no mercado, tecnológicas e comportamentais, é algo crucial para se destacar da concorrência e alcançar o crescimento. 📈</p> <p>E acima de tudo não assumir que o sucesso no presente, garante o sucesso do futuro.</p> <p>Campanhas estratégicas, conteúdo relevante, e experiências cativantes. Novas parcerias, produtos e serviços. Mecanismos de inovação internos e estruturados. Ouvir clientes e antecipar problemas.</p> <p>Não espere, antecipe! Seja visionário, ousado e abrace a antecipação como a alavanca para o sucesso no marketing digital. 🏆</p> <p>Quer aumentar as suas vendas e otimizar a gestão de clientes? 🤖</p>	https://www.canva.com/	#martech #tecnologia #marketing #digitalmarketing #digitalfusion	Publicado
07/08/2023	Artigo Margarida - Pipeline de Vendas	Facebook LinkedIn	<p>A colaboração entre as equipas de marketing e vendas é importante para que consiga alcançar o crescimento e lucratividade desejada. 🤝</p> <p>O pipeline de vendas desempenha um papel essencial na gestão e otimização das vendas, já que proporciona uma visão clara e estruturada do ciclo de vendas, desde a prospeção até ao fecho. 🎯</p> <p>Neste artigo, explicamos como pode construir o seu pipeline de vendas e quais os benefícios que traz para o seu negócio. 📊</p>	https://www.digitalfusion.io/	#vendas #pipeline #hubspot #digitalmarketing #martech #digitalfusion	Publicado

Figura 47 - Exemplo de briefing de conteúdo realizado

Fonte: Digital Fusion

Instruções:

Post de LinkedIn e Facebook para as redes da DF
Usar o conteúdos dos artigos de blog, se necessário reformular ou reescrever algo para reduzir o texto para ficar melhor na imagem.
Filtrar a informação mais importante de cada tópico.

Canva - usar o template já existente, duplicar o design para o tema (não tem necessariamente de ser tudo exatamente igual, mas ir de encontro ao que existe) por exemplo, post de lead scoring sempre com o mesmo layout. Os post que ainda não tem coluna canva, podes criar um design, mas seguir as cores e tipo de letra utilizado.
O tamanho do post de linkedin carrossel (1200x1500).

Depois de terminar estes post, criar mais conteúdo engraçado/com provérbios.

Figura 48 - Exemplo de instruções dadas pela empresa em relação aos posts

Fonte: Digital Fusion



Figura 49 - Exemplo de post lúdico realizado

Fonte: Facebook Digital Fusion

**V. APÊNDICE – CLIENTE: DOURO YATCH
EXPERIENCES**

Cruzeiro de 1 hora

1 hora	Max de Pessoas: 14	Wifi Disponível
Jan - Dez	Idade mínima: 5+	Local de Partida: Marina do Freixo

Está a visitar a fantástica cidade do Porto e quer explorar durante algumas horas a partir de outra perspetiva? O cruzeiro com duração de 1h no Porto, irá levá-lo ao longo de algumas das atrações mais importantes do Porto e de Gaia, como a ponte D. Luís I, a Sé do Porto, a Torre dos Clérigos, a Praça da Ribeira, a Igreja de São Francisco, a antiga Alfândega do Porto, o Museu dos Eléctricos, o Mosteiro da Serra do Pilar, Caves do Vinho do Porto e muito mais. É a maneira mais emocionante de fazer turismo enquanto relaxa ao mesmo tempo.

Iremos recebê-lo a bordo na Marina do Freixo, a 35 minutos a pé da Ponte D. Luís I. Um elegante Princess Yacht estará à sua espera, desfrute de um cruzeiro privado para um grupo de até 12 pessoas. Durante este passeio de barco de 1 hora, faremos um cruzeiro pelo rio Douro enquanto relaxa no espaçoso flybridge e deck e onde poderá apreciar as paisagens e admirar Porto e Gaia da melhor perspectiva, no entanto, se tiver sorte, poderá observar a vida selvagem do estuário do Douro.

Partida & Chegada	Localização	Marina do Freixo (Google Map)
Hora de Partida		Por favor faça check-in 20 minutos antes do início da experiência
O Preço inclui:		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktail de boas-vindas ✓ Cruzeiro privado com duração de 1 hora ✓ Briefing de segurança e coletes salva-vidas ✓ Seguro ✓ Tripulação qualificada ✓ Custos de combustível

Figura 50 - Exemplo de traduções realizadas no site

Fonte: Wordpress

https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-de-1-hora	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/2-horas-de-cruzeiro	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/3-horas-de-cruzeiro	gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-ao-por-do-rio-douro	Meter Sunset no rio douro e no url (/sunset-no-rio-douro), gorjetas com letra grande, e 3 Hora de Cruzeiro Privado (letra grande)
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/almoco-num-cruzeiro	Mudar para cruzeiro no douro com almoço, gorjetas com letra grande, por cocktail de boas vindas em ambos os sitios (Bebida de boas-vindas), 3 Hora de Cruzeiro Privado
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/cruzeiro-de-1-dia-no-douro	Mudar para Cruzeiro de 1 dia no Douro, gorjetas com letra grande
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/jantar-num-cruzeiro	Máx Pessoas, mudar para Cruzeiro com Jantar no rio Douro, 3 Hora de Cruzeiro Privado, gorjetas com letra grande, por cocktail de boas vindas em ambos os sitios (Bebida de boas-vindas)
https://douroyachtexperiences.com/pt-pt/tour/premium-7-dias	Mudar o nome para Tour Premium 7 dias abordo de um late Privado no Douro url (premium-7-dias),
https://douroyachtexperiences.com/tour/premium-5-dias/	Mudar o nome para Tour 5 dias abordo de um late Privado no Douro URL- premium-5-dias

Figura 51 - Exemplo de correções a realizar no site

Fonte: Google sheets Digital Fusion

