



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Vanessa Batalha Gomes

novembro | 2014



ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO
INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

VANESSA BATALHA GOMES

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO DIPLOMA DE LICENCIADO EM MARKETING

Novembro/2014

Ficha de Identificação

Estagiária: Vanessa Batalha Gomes

Nº de aluno: 1010225

Docente orientador de estágio: Teresa Felgueira

Instituição: Instituto Politécnico da Guarda

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Morada: Avenida Dr. Francisco Sá Carneiro, nº50; 6301-559 Guarda

Telefone: 271220100 **Fax:** 271220609

Local de Estágio: Balvera – Comércio de Perfumarias, LDA

Sede da empresa: Pombal

Morada: Rua Manuel da Mota Nº 17, Zona Industrial da Formiga; 3100-516 Pombal

Telefone: 236209600 **Fax:** 236209604

Supervisor na empresa: Dra. Vera Barrento

Início do Estágio: 04.08.2014

Fim do Estágio: 11.10.2014

Duração do Estágio: 400 horas

Plano de Estágio Curricular

Com o objetivo de conclusão da Licenciatura em Marketing, realizei o estágio curricular, que decorreu na empresa *Balvera – Comércio de Perfumarias L.da*.

Assim, o plano de estágio que se apresenta foi delineado de modo a permitir-me colocar em prática alguns dos conhecimentos adquiridos durante a licenciatura.

O plano de atividades inicialmente proposto pela empresa foi o seguinte:

- ✓ Elaborar campanhas publicitárias;
- ✓ Elaborar campanhas promocionais;
- ✓ Divulgar a empresa;
- ✓ Participar em eventos;
- ✓ Criação de cartões de clientes;
- ✓ Distribuição de *Flyers*;
- ✓ Distribuição de mercadorias às lojas;
- ✓ Elaborar notícias para o Suplemento Comercial e *Revista S. Mateus* em Soure;
- ✓ Participar em ações de formação para colaboradores;
- ✓ Redação de Circulares;
- ✓ Envio de mensagens no Aniversário dos Clientes;
- ✓ Trabalhos no programa Corel Draw X6;
- ✓ Participar na elaboração da revista *Balvera*.

Resumo

O estágio curricular dá-nos a oportunidade de conhecer o verdadeiro ambiente laboral, de aplicar e aprender muitos conhecimentos que serão essenciais no futuro para uma melhor integração no mercado de trabalho.

Este relatório descreve o trabalho desenvolvido por mim, na empresa *Balvera – Comércio de Perfumarias L.da*, de 04 de Agosto a 11 de Outubro de 2014.

No primeiro dia de estágio, acompanhada pela Dra. Vera Barrento, fui apresentada aos restantes elementos do Departamento de Marketing da *Balvera*, Diana Gameiro e Gonçalo Rodrigues, que me acompanharam numa visita à empresa e explicaram o funcionamento do respetivo departamento.

Ao longo do estágio as atividades desenvolvidas foram: criar cartões de cliente; criar vales de 10€; dar resposta a pedidos de extrato de vendas; fazer encomendas de economato; criar cheques de oferta; criar cheques de gabinete; criar cartões de solário e marcações; criar cartões de visita; fazer compras de tinteiros e *toners*; distribuir *flyers*; atualizar os calendários das lojas; Distribuição de mercadoria às lojas; elaboração do suplemento comercial e anúncio para a *revista S. Mateus* em Soure; colaborar no apoio a ações de formação dos colaboradores; elaboração de circulares; envio de mensagens no aniversário dos clientes; trabalhos no programa de computador Corel Draw X6; participação em eventos; e participação na elaboração da revista *Balvera*.

A integração no local de estágio foi bastante positiva e marcada pelo bom relacionamento que foi surgindo com as pessoas que fazem parte da empresa.

Palavras-Chave: Marketing, Comunicação, Publicidade e Relações Públicas

Jel Classification: M3, M30, M31

Agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais, ao meu irmão e ao Ivo Costa pelo apoio incondicional que me deram, pela atenção e pelas palavras amigas nos momentos difíceis.

Aos meus amigos que foram bastante importantes neste percurso através da sua amizade e companheirismo.

Agradeço também à minha orientadora de estágio, Dra. Teresa Felgueira, pelo apoio na realização do meu relatório.

Agradeço ao Sr. Luís Barrento (fundador do grupo *Balvera*) e à sua filha Dra. Vera Barrento pela oportunidade que me concederam em realizar o meu estágio na *Balvera Perfumarias*.

Por último, agradeço a todas as pessoas que conheci e com quem trabalhei na empresa durante o estágio, pela forma amigável com que me receberam, em especial à Diana Gameiro e ao Gonçalo Rodrigues.

Um muito obrigado a todos pela possibilidade que me deram para realizar um estágio tão gratificante.

Índice Geral

Ficha de Identificação.....	i
Plano de Estágio Curricular.....	ii
Resumo.....	iii
Agradecimentos.....	iv
Índice Geral.....	v
Índice de Tabelas.....	vii
Índice de Imagens.....	vii
Índice de Anexos.....	vii
Introdução.....	- 1 -
CAPÍTULO I.....	- 2 -
1. Apresentação da Empresa.....	- 3 -
1.1. A Empresa Balvera Perfumarias.....	- 3 -
1.2. Localização Geográfica.....	- 5 -
1.3. Missão.....	- 6 -
1.5. Análise SWOT.....	- 7 -
CAPÍTULO II.....	- 8 -
2. Enquadramento Geral do Local de Estágio.....	- 9 -
2.1. Objetivos.....	- 9 -
2.2. O Estágio.....	- 9 -
2.3. Descrição das Atividades de Marketing e Comunicação.....	- 10 -
2.3.1. Cartões de Cliente e Vales de 10€.....	- 10 -
2.3.2. Cheques Oferta.....	- 11 -
2.3.3. Cheques de Gabinete, Cartões de Solário e de Marcações.....	- 11 -
2.3.4. Cartões de visita.....	- 11 -
2.3.5. Distribuição de <i>Flyers</i>	- 12 -
2.3.6. Distribuição de Mercadoria às Lojas.....	- 12 -
2.3.7. Aniversário dos Clientes.....	- 13 -
2.3.8. Suplemento Comercial e Revista S. Mateus em Soure.....	- 13 -
2.3.9. Trabalhos no Programa <i>Corel Draw X6</i>	- 15 -
2.3.10. Eventos.....	- 18 -
2.3.11. Revista Balvera.....	- 19 -
2.4. Descrição das Atividades de Apoio à Gestão.....	- 20 -
2.4.1. Pedido de Extrato de Vendas.....	- 20 -
2.4.2. Encomendas de Economato.....	- 21 -
2.4.3. Atualização dos Calendários das Lojas.....	- 21 -
2.4.4. Ações de Formação para os Colaboradores.....	- 22 -
2.4.5. Circulares.....	- 22 -

Conclusão - 23 -
Bibliografia..... - 24 -
ANEXOS I

Índice de Tabelas

Tabela 1: Linha do Tempo.....	- 3 -
Tabela 2: Análise SWOT.....	- 7 -
Tabela 3: Plano de Trabalho Criativo.....	- 15 -
Tabela 4: Notícias “Mundo Balvera”.....	- 20 -

Índice de Imagens

Imagem 1: Sede Balvera – Comércio de Perfumarias L.da.....	- 5 -
Imagem 2: Organograma da Empresa.....	- 6 -
Imagem 3: Distribuição de Flyers.....	- 12 -
Imagem 4: Suplemento Comercial.....	- 13 -
Imagem 5: Revista S. Mateus em Soure.....	- 14 -
Imagem 6: Trabalhos no Programa Corel X6.....	- 17 -
Imagem 7: Miss Sodicentro/Balvera.....	- 18 -
Imagem 8: “Sunset” de Moscavide.....	- 19 -

Índice de Anexos

Anexo 1: Cartão de Cliente e Vale de 10€.....	II
Anexo 2: Cheque Oferta.....	III
Anexo 3: Cheque de Gabinete, Cartão de Solário e de Marcações.....	IV
Anexo 4: Cartão de Visita.....	VI
Anexo 5: Mensagem de Aniversário dos Clientes.....	VII
Anexo 6: Pedido de Extrato de Vendas.....	VIII
Anexo 7: Calendário Loja.....	IX
Anexo 8: Circular.....	X

Introdução

O presente relatório anuncia o estágio realizado no âmbito da Licenciatura em Marketing da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, para finalização da licenciatura, em consequência de um estágio curricular com duração de 400horas. Tem como objetivo enumerar todas as atividades desenvolvidas durante o período compreendido entre 04.08.2014 e 11.10.2014 na empresa *Balvera – Comércio de Perfumarias L.da.*

Este relatório está dividido em dois capítulos, no primeiro encontra-se a apresentação da empresa e no segundo capítulo descrevem-se as atividades desenvolvidas ao longo do estágio.

CAPÍTULO I

A Empresa

1. Apresentação da Empresa

Nome da empresa: Balvera Perfumarias

Capital social: 2.250.000 €

Sede: Pombal

Morada: Rua Manuel da Mota N° 17, Zona Industrial da Formiga; 3100-516 Pombal

Telefone: 236209600

Fax: 236209604

Correio Eletrónico: geral@balvera.pt

Site: www.balvera.pt

1.1. A Empresa Balvera Perfumarias¹

A *Balvera – Comércio de Perfumarias L.da* existe há 31 anos no comércio de perfumaria e cosmética. É uma história de crescimento e sucesso, mas sobretudo, uma história de trabalho e de dedicação de alguém que descobriu o fascínio da perfumaria e o tem transmitido a clientes e colaboradores.

A sede da *Balvera* é em Pombal. Na década de 80 foi criada a primeira loja em Pombal, a funcionar em casa do fundador do grupo e daí em diante muitas se seguiram (Tabela 1). Em suma, hoje conta com 30 perfumarias, a maioria na região Centro de Portugal, das quais 8 contêm gabinete de estética.

Linha do Tempo

Década de 80 • 1ª Loja/Sede	1999 • Pombal Shopping • Marachão • Tomar - Alameda • Fig. da Foz - Casino	2001 • Sede (Zona Industrial da Formiga) • Avenida - Pombal	2002 • Marinha Grande	2003 • Baixa de Coimbra • Gândara dos Olivias	2004 • Condeixa • Várzea - Pombal • Jardins do Lis - Leiria • Cantanhede	2007 • Olhalvas • Ourém • Alcanena
2008 • Viseu	2009 • Fig. dos Vinhos • Soure • Marinha da Guia	2010 • Minde	2011 • Lousã • Fig. da Foz - E.Leclerc • Entroncamento	2012 • Santarém • Torres Novas	2013 • Leiria • Tomar - Continente • Moscavide	2014 • Vila Real • Coimbra

Tabela 1: Linha do Tempo
Fonte: Elaboração Própria

¹ As informações referentes aos dados da empresa *Balvera Perfumarias* foram retiradas do *site* da mesma.

A *Balvera* proporciona aos seus clientes fiéis a possibilidade de usufruírem do seu Cartão de Cliente que dá descontos em quaisquer lojas do grupo, em conjunto com um atendimento preferencial.

A qualidade de atendimento representa para a *Balvera* a maior das prioridades e os clientes *Balvera* sabem que podem contar com um atendimento personalizado, com acompanhamento e interesse genuínos. A venda na *Balvera* é, antes de tudo, um serviço.

Os produtos cosméticos, sejam eles de tratamento ou de maquiagem, exigem conhecimentos e formação adequada, de forma a que qualquer dúvida possa ser esclarecida com seriedade e que as expectativas dos clientes encontrem sempre a resposta mais segura.

Há mais de dez anos foi criada a *revista Balvera*, uma revista periódica que carrega a intenção clara de estabelecer com os clientes uma comunicação aberta, fazendo-lhes chegar temas relacionados com a atividade das perfumarias, proporcionando-lhes uma informação atualizada sobre produtos e serviços.

Em 2010, e com a importância que têm hoje as novas tecnologias, a *Balvera* criou o *blog* balvera.blogspot.com onde os clientes podem ficar atentos a notícias/novidades pontuais. A *Balvera* também se encontra na rede social *Facebook* em facebook.com/balvera.perfumarias.

1.2. Localização Geográfica

A *Balvera* está sediada na Freguesia de Pombal, Concelho de Pombal, Distrito de Leiria (Imagem 1).

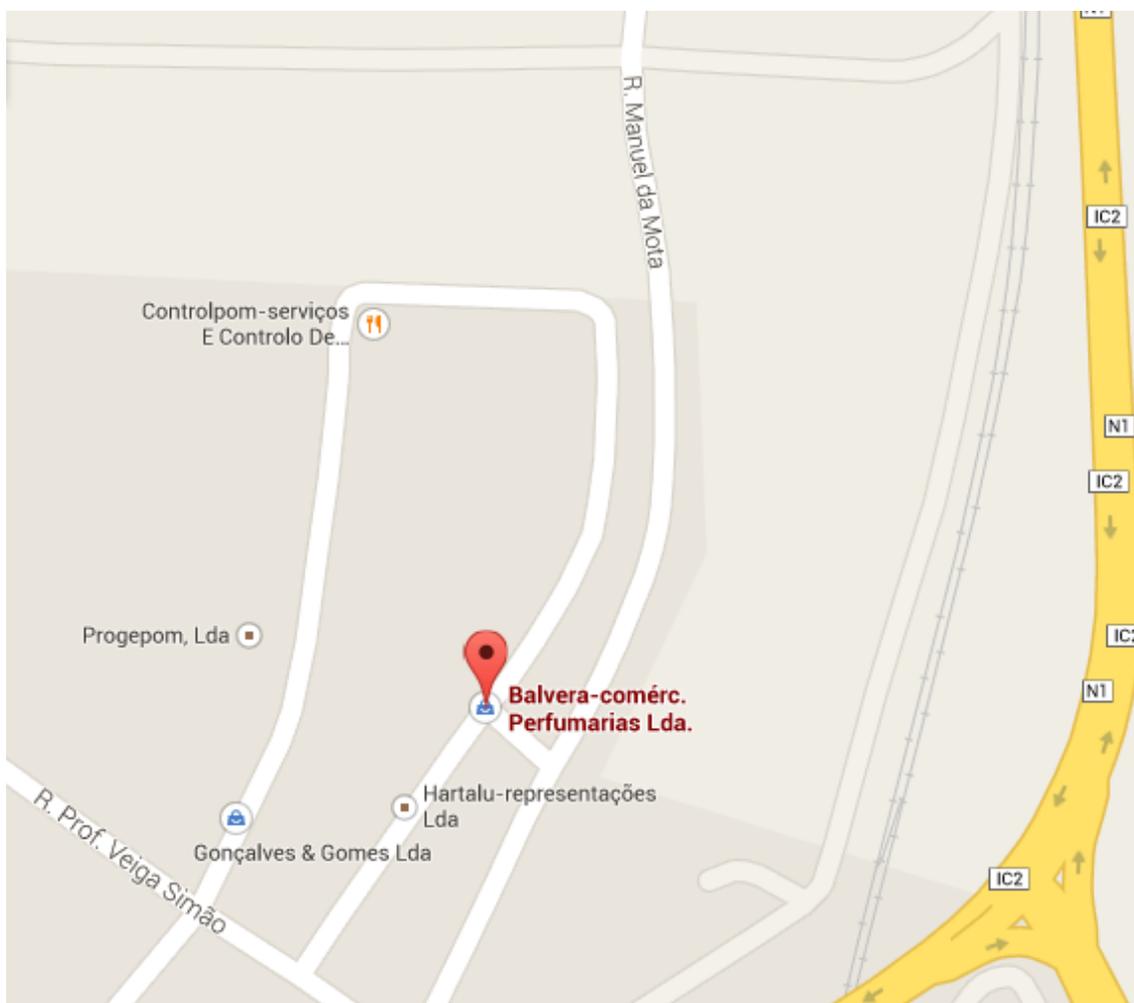


Imagem 1: Sede Balvera – Comércio de Perfumarias L.da

Fonte: <https://www.google.pt/maps/place/Balvera-com%C3%A9rc.+Perfumarias+Lda./@39.923589,-8.632261,17z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x0:0xacbfdc488fd23134>

Morada: Rua Manuel da Mota Nº 17, Zona Industrial da Formiga; 3100-516 Pombal

1.3. Missão²

A principal missão da *Balvera Perfumarias* “é fazer com que os nossos clientes se sintam privilegiados com os nossos serviços”.

A *Balvera* “acredita que a vida se torna mais fácil quando vivida em beleza”.

1.4. Estrutura Organizacional

A *Balvera* apresenta a seguinte estrutura organizacional:



Imagem 2: Organograma da Empresa

Fonte: Elaboração Própria

É esta estrutura que coordena o funcionamento de todas as lojas *Balvera*.

² In <http://www.balvera.pt/>

1.5. Análise SWOT³

A Análise SWOT é uma ferramenta utilizada para examinar uma empresa no mercado e os fatores que afetam o seu funcionamento. Esta ferramenta permite avaliar os pontos fortes e fracos da empresa, e as oportunidades e ameaças do mercado.

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	Diversidade de lojas; Diversidade de produtos; Boas instalações; Vasta carteira de clientes; Fornecedores de marcas reconhecidas e bem implementadas no mercado; Boa política de comunicação; Forte crescimento da empresa.	Pouca iluminação natural na sede da empresa; Envio das toalhas de gabinete para a Sede para serem limpas; Utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação; Gestão do Economato.
Oportunidades		
Tendências: importância crescente com cuidados estéticos.	Continuar a apostar em novos espaços de venda.	Apostar na iluminação natural nos vários departamentos da empresa. Utilizar novas ferramentas de Gestão.
Ameaças		
Concorrência; Crise económica.	Continuar a apostar numa Comunicação e Oferta eficaz e inovadora de modo a diferenciar-se da concorrência.	

Tabela 2: Análise SWOT

Fonte: Elaboração própria

³ S – Strengths (pontos fortes); W - Weaknesses (pontos fracos); O – Opportunities (oportunidades); T – Threats (ameaças)

CAPÍTULO II

O Estágio

2. Enquadramento Geral do Local de Estágio

Antes de iniciar as atividades de estágio deram-me a conhecer todos os departamentos da empresa e o local definido para o meu estágio foi no Departamento de Marketing, onde me proporcionaram todas as condições necessárias para a realização do mesmo.

2.1. Objetivos

O principal objetivo quando comecei a estagiar foi colocar em prática o que aprendi ao longo da minha Licenciatura. Outros objetivos foram:

- Desenvolver habilidades para a aquisição das competências profissionais;
- Incentivar o interesse pela pesquisa e pela aprendizagem;
- Proporcionar um campo de experiências e conhecimentos;
- Possibilidade de interação com profissionais experientes e o trabalho em equipa;
- Desenvolver hábitos de trabalho, espírito empreendedor e sentido de responsabilidade profissional.

2.2. O Estágio

O estágio começou no dia 4 de agosto e terminou no dia 11 de outubro de 2014. O horário de funcionamento da sede da empresa decorre de segunda a sábado das 9h às 19h, com hora de almoço das 13h às 15h. Todos os colaboradores da sede folgam ao domingo e têm uma folga semanal, sendo a mesma estipulada pela empresa.

Assim que iniciei o estágio informaram-me sobre os programas informáticos que iria utilizar, tais como Eticadata ERP Premium Certificado nº 0181/AT e Corel Draw X6, e como trabalhar com estes, pois eram programas informáticos com os quais nunca tinha trabalhado.

As atividades foram sendo desenvolvidas conforme o plano apresentado pela empresa.

As relações interpessoais na organização foram positivas, os funcionários foram simpáticos e acessíveis. Desde o início tentei estabelecer contacto com os colegas de trabalho e a confiança foi adquirida muito rapidamente.

Ao entrar na empresa a minha atitude foi a de não intervir nas decisões tomadas, mas sim sugerir novas ideias e ajudar no que fosse preciso.

2.3. Descrição das Atividades de Marketing e Comunicação

Ao longo dos dois meses e meio de estágio na empresa *Balvera – Comércio de Perfumarias L.da* foram desenvolvidas diversas atividades propostas pelo supervisor, as quais foram bastante enriquecedoras para o meu futuro profissional.

Assim sendo, passo a descrever as atividades que desenvolvi para uma melhor perceção do trabalho realizado.

2.3.1. Cartões de Cliente e Vales de 10€

Em todas as lojas da *Balvera* existe um pequeno formulário que os clientes podem preencher para usufruírem do desconto que a *Balvera* garante a quem possui este cartão de cliente. No cartão cada cliente possui um número individual. Os clientes também podem preencher esse formulário no *site* da *Balvera* que será recebido por *e-mail* no Departamento de Marketing. O desconto de cartão de cliente é de 15% em qualquer compra exceto serviços de gabinete e as compras vão acumulando no número do cliente. No Departamento de Marketing é elaborado todo o processo do Cartão de Cliente, ou seja, quando os formulários chegavam eu inseria no sistema os dados dos clientes, depois fazia a preparação e impressão das cartas que são enviadas aos clientes, fazia a elaboração dos cartões e por fim o cartão e a respetiva carta eram inseridos em envelopes e deixados nos CTT em Pombal (Anexo 1).

Os clientes que possuem Cartão de Cliente vão acumulando pontos no cartão, ao atingir pontos no valor de 1000€ o cliente recebe um vale de 10€ para descontar em qualquer loja da *Balvera*. Os clientes têm o prazo de um mês após a emissão do vale para o descontar e este não pode ser trocado por dinheiro (Anexo 1).

A *Balvera* segue esta estratégia de marketing de fidelização, que consiste em captar novos clientes e gerar volume de negócios pelos clientes atuais, evitando assim que estes sejam atraídos pela concorrência.

2.3.2. Cheques Oferta

Todas as lojas fazem pedidos de cheques oferta ao Departamento de Marketing, os cheques podem ser de 5, 15, 25 e/ou 50€. Cada loja segue uma numeração que vai descrito nos cheques e no relatório de cheques para estes serem inseridos no sistema. Os cheques são geralmente vendidos aos clientes que preferem não arriscar a comprar um produto para oferecer, então optam por este meio (Anexo 2). Eu tive de criar os cheques no computador, imprimir e enviar para as respetivas lojas.

2.3.3. Cheques de Gabinete, Cartões de Solário e de Marcações

Certas lojas da *Balvera* possuem gabinete de estética, sendo o Departamento de Marketing responsável por elaborar os cheques de gabinete (estes podem-se comprar em qualquer loja *Balvera*) em que o cliente escolhe um serviço de gabinete. Este é descrito no cheque e o cliente tem um mês para usufruir desse serviço. Os cartões de solário servem para que os clientes, que fazem solário, possam ir recebendo um carimbo em cada sessão e quando o cartão fica preenchido a última sessão é de oferta. Os cheques de gabinete, os cartões de solário e marcações já estavam elaborados no computador, eu só tinha de ter atenção qual era a loja que estava a fazer o pedido, imprimir e enviar para as lojas (Anexo 3).

2.3.4. Cartões de visita

Os cartões de visita servem para informar onde se situam as lojas. Geralmente na parte da frente está a morada e o telefone da respetiva loja e da parte de trás constam os contactos de todas as outras lojas da *Balvera* (Anexo 4). Eu só tinha de imprimir os cartões de visita e enviar para as lojas.

2.3.5. Distribuição de Flyers

Por norma quando a *Balvera* abre um novo espaço ou quando faz uma promoção especial (festas em vilas ou cidades onde existem lojas *Balvera*) a empresa contrata pessoas que façam a distribuição de *flyers*.

No dia 11 de agosto de 2014 a *Balvera* abriu mais uma loja em Coimbra. Tive o prazer de ajudar na elaboração dos *flyers* e na distribuição dos mesmos pela cidade de Coimbra (Imagem 3). Os *flyers* continham informação sobre a abertura da nova loja, onde se situava e quais as promoções que poderiam encontrar na loja. Na parte de trás do *flyer* estavam os campos necessários para preencher caso a pessoa pretendesse fazer o cartão de cliente.

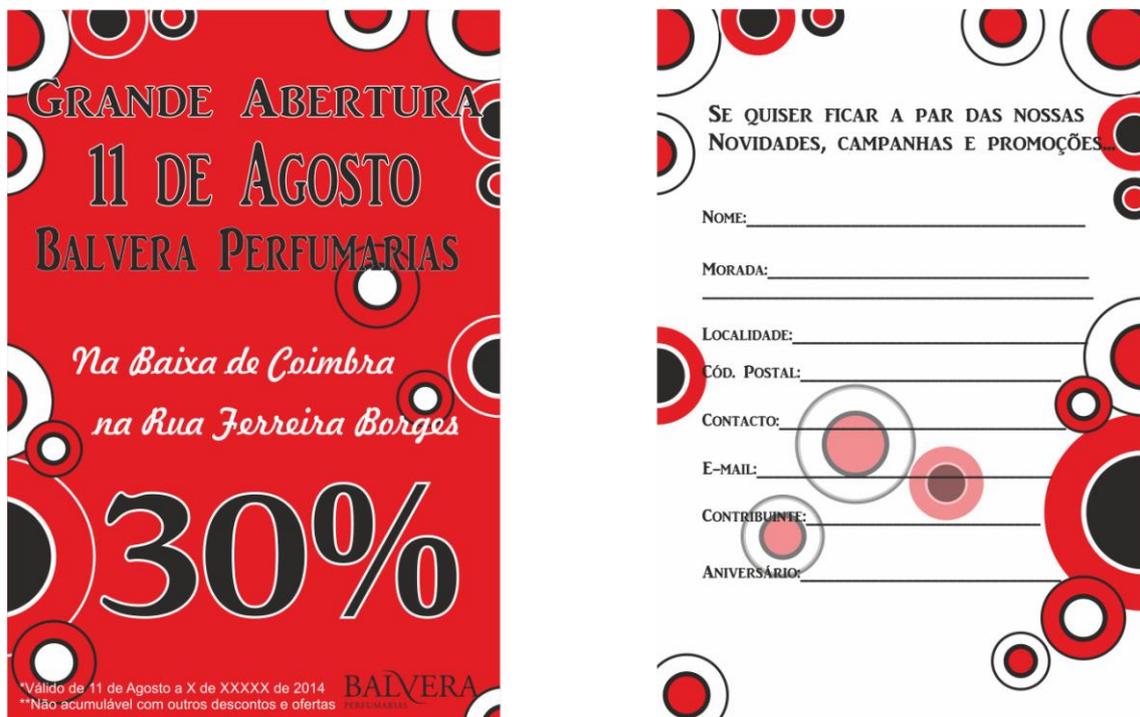


Imagem 3: Distribuição de Flyers

Fonte: Elaboração Própria

2.3.6. Distribuição de Mercadoria às Lojas

O Departamento de Marketing esporadicamente faz distribuição de mercadoria às lojas, pois assim têm a oportunidade de fotografar as montras das lojas para saber quais as publicidades e promoções que se encontram nas lojas, e assim mais tarde poder escolher novas imagens para colocar nas mesmas. Os colaboradores das lojas podem tirar dúvidas pessoalmente com os responsáveis do Departamento de Marketing quando

estes fazem a distribuição de mercadoria. Tive o prazer de fazer distribuição de mercadoria a algumas lojas da *Balvera*, assim também fui conhecendo as lojas e as colaboradoras da empresa.

2.3.7. Aniversário dos Clientes

O Departamento de Marketing é responsável por enviar mensagens aos clientes da *Balvera* para os felicitar no seu aniversário (exceto ao domingo pois a Sede encontra-se encerrada). A *Balvera* tem um programa informático que permite fazer a seleção dos clientes que fazem anos, por exemplo, no dia 1 de janeiro (o ano não é necessário), sendo essa seleção convertida em *excel* para posteriormente se enviar uma mensagem através da Internet no *site* da Vodafone com quem a *Balvera* tem contrato (Anexo 5).

2.3.8. Suplemento Comercial e Revista S. Mateus em Soure

Durante o meu estágio surgiu a oportunidade de realizar um suplemento comercial para a revista Portela Magazine em Moscavide, pois a *Balvera* conta com uma loja nesta cidade. Os meus colegas de trabalho decidiram deixar-me elaborar este trabalho sozinha para avaliar a execução do mesmo, mas podendo contar sempre com a ajuda deles. Apresentei dois exemplos de suplementos comerciais, ambos foram elogiados (Imagem 4). A chefia depois teve de optar por um (selecionando a imagem do lado esquerdo), que foi enviado para a revista.



Imagem 4: Suplemento Comercial

Fonte: Elaboração própria

Na vila de Soure, distrito de Coimbra, realizou-se a Feira de S. Mateus (FATACIS) entre os dias 18 a 23 de setembro, e a organização pôde contar com o apoio da *Balvera*. Os elementos da Associação Empresarial de Soure realizam uma revista todos os anos publicitando as lojas que os ajudam a patrocinar este evento. Eu, juntamente com a Diana Gameiro elaborámos uma publicação para promover a loja de Soure e para os clientes terem conhecimento dos descontos que poderiam encontrar na loja ao longo do período da festa de S. Mateus em Soure, esta publicação ocupava duas páginas A5 (Imagem 5). Aqui interagi mais com o programa informático Corel Draw X6, deu para explorar um pouco mais e tive algumas dificuldades mas a Diana Gameiro ajudou-me a ultrapassá-las.

BALVERA
PERFUMARIAS

35%

*Válido de 18 a 30 de Setembro de 2014
**Não acumulável com outros descontos e ofertas

**Venha conhecer os
descontos que temos
para lhe oferecer
nas melhores marcas de
perfumaria seletiva**

Soure
Avenida Conselheiro João Matoso

BALVERA
PERFUMARIAS

Alameda Casalhedo - Coimbra - Candeia-a-Nova-Entroncamento - Figueira-da-Foz
Figueiro dos Vinhos - Leiria - Lousã - Marinha da Guia - Marinha Grande
Moscouzelo - Ourém - Pombal - Santarém - Soure - Tomar - Torres Novas - Vila Real - Viseu

Imagem 5: Revista S. Mateus em Soure
Fonte: Elaboração Própria

Em ambos os casos o plano de trabalho criativo foi o seguinte:

Facto Principal	O mercado de perfumaria e cosméticos é elevado, existem empresas concorrentes que vendem os mesmos produtos que a <i>Balvera</i> .
Objetivo da Publicidade	Manter os clientes atuais e atrair novos clientes. Aumentar o volume de vendas e a quota de mercado.
Alvo	Clientes atuais e novos.
Estratégia Criativa	A Promessa: na <i>Balvera Perfumarias</i> o cliente encontra uma vasta carteira de produtos nos mais variados preços.

Tabela 3: Plano de Trabalho Criativo
Fonte: Elaboração Própria

2.3.9. Trabalhos no Programa *Corel Draw X6*

No meu primeiro dia de estágio os meus colegas ensinaram-me a trabalhar com o programa *Corel Draw X6*, pois é neste programa que o Departamento de Marketing faz quase todos os seus trabalhos, desde publicidades, promoções, vales de 10€, circulares, entre outros. Fui praticando ao realizar diversos trabalhos, alguns deles encontram-se nas imagens seguintes (Imagem 6).

BALVERA
PERFUMARIAS

Descontos

até

50%

CAMPAÑA VÁLIDA DE DE ATÉ DE 2014

Limitado ao stock existente. Descontos assinalados no interior da loja. Serviços de gabinete não são abrangidos por esta campanha. Não acumulável com outros descontos, ofertas ou promoções.

BALVERA
PERFUMARIAS

Descontos

até

50% 50% 50% 50%

Campanha válida de 01 a 31 de Setembro. Limitado ao stock existente. Descontos assinalados no interior da loja. Serviços de gabinete não são abrangidos por esta campanha. Não acumulável com outros descontos, ofertas ou promoções.

BALVERA
PERFUMARIAS

Descontos

até

50%

Campanha válida de 01 a 31 de Setembro. Limitado ao stock existente. Descontos assinalados no interior da loja. Serviços de gabinete não são abrangidos por esta campanha. Não acumulável com outros descontos, ofertas ou promoções.



Imagem 6: Trabalhos no Programa Corel X6
Fonte: Elaboração Própria

2.3.10. Eventos

Durante o meu estágio tive o prazer de participar em dois eventos para os quais a *Balvera* foi convidada. O primeiro foi o evento *Miss Sodicientro/Balvera*. A Sodicientro de Leiria solicitou o patrocínio da *Balvera* para a elaboração deste evento, que iria constar do lançamento do novo Mercedes-Benz C Station e em que os convidados poderiam disfrutar de um jantar *buffet* com o desfile de 15 *Misses*. A *Balvera* patrocinou este evento com o apoio de algumas marcas parceiras (*Burberry, Collistar, Cartier, Juvena, Procter & Gamble, Arié e Jacques Bogart*) com a oferta de uns “mimos” para as 15 *Misses* (Imagem 7). Quem contactou as marcas foram os meus colegas Diana Gameiro e Gonçalo Rodrigues, eu tive o prazer de participar no evento que se realizou no espaço Sodicientro de Leiria.



Imagem 7: Miss Sodicientro/Balvera

Fonte: Elaboração Própria

Outro evento onde tive o prazer de participar foi no “*Sunset*” de Moscavide. De forma a promover o comércio local, a Junta de Freguesia de Moscavide e Portela realizou este evento no dia 13 de setembro. O evento foi organizado para comemorar os 50 anos da Vila de Moscavide e proporcionou bastante animação e convívio. A Avenida de Moscavide foi transformada num centro comercial de céu aberto, com lojas, tasquinhas, espaços de saúde, espaços infantis, entre muitas outras atividades. A

Balvera foi convidada a participar e contámos com um *stand* onde as pessoas podiam contar com dicas de maquilhagem e alguma ofertas, informação sobre depilação a laser da *Depilclub* e com *Modelling*⁴ de novidades de perfumante (Imagem 8). Eu e os meus colegas equipámos e decorámos o *stand* ao nosso agrado. No decorrer do evento eu fiz *Modelling* e distribui ofertas às pessoas que passavam junto ao *stand*.



Imagem 8: “Sunset” de Moscavide
Fonte: Elaboração Própria

2.3.11. Revista Balvera

A *Balvera* ao longo do ano lança duas edições da sua revista, uma perto do Verão e outra pouco antes da época do Natal. Infelizmente não trabalhei muito na revista, o meu estágio terminou na altura em que o Departamento de Marketing estava a realizar este trabalho. Esta revista é realizada na Sede pelo Departamento de Marketing. A revista é dividida em várias partes, sendo elas, Sumário, Editorial, Mundo Balvera,

⁴ Chama-se *Modelling* quando uma empresa contrata uma pessoa para ir para a entrada de uma perfumaria divulgar um aroma de uma marca.

Estilos, Perfumes Senhora, Perfumes Homem, Top 5 para ele e para ela, À conversa com..., Maquilhagem, Dicas Make-Up, Beleza, Solares (na altura do Verão), Health&Care e Destinos.

Ainda tive oportunidade de fazer duas notícias, como se pode ler abaixo para o Mundo Balvera sobre os eventos em que participei ao longo do estágio que foram descritos anteriormente (Tabela 4).

<i>Miss Sodicentro/Balvera</i>	<i>“Sunset” de Moscavide</i>
No mês de setembro a Balvera Perfumarias foi convidada para a participação do Lançamento do Mercedes-Benz Classe C Station na Sodicentro de Leiria. Os convidados puderam contar com um jantar <i>buffet</i> , com um desfile de 15 <i>Misses</i> Internacionais e muita música e animação. A Balvera Perfumarias esteve presente e patrocinou este evento contando com o apoio de diversas marcas, tais como, <i>Burberry, Collistar, Cartier, Juvena, Procter & Gamble, Arié</i> e <i>Jacques Bogart</i> para presentear as <i>Miss</i> com uns mimos.	De forma a promover o comércio local, a Junta de Freguesia de Moscavide e Portela realizou no passado dia 13 de setembro o “ <i>Sunset Moscavide</i> ”. O evento foi organizado para comemorar os 50 anos da Vila de Moscavide e proporcionou bastante animação e pleno convívio. A Avenida de Moscavide foi transformada num centro comercial de céu aberto com lojas, tasquinhas, espaços de saúde, espaços infantis, entre muitas outras atividades. A Balvera Perfumarias foi convidada a participar neste evento e contamos com uma tasquinha onde as pessoas podiam contar com dicas de maquilhagem e algumas ofertas, informação sobre depilação a laser da <i>Depilclub</i> e com <i>Modelling</i> de novidades de perfumante.

Tabela 4: Notícias “Mundo Balvera”

Fonte: Elaboração Própria

2.4. Descrição das Atividades de Apoio à Gestão

2.4.1. Pedido de Extrato de Vendas

Os clientes não têm acesso direto aos pontos que possuem no cartão de cliente, mas têm o direito de o saber. Assim sendo, em todos os espaços *Balvera* existe um documento que o(a) colaborador(a) preenche com os dados do cliente e este é enviado

para o Departamento de Marketing (Anexo 6). Quando o documento chegava ao departamento eu verificava no sistema quantos pontos tinha o cliente e enviava uma mensagem para o telemóvel do cliente com essa informação.

2.4.2. Encomendas de Economato

O departamento de Marketing é responsável pelas faltas no economato da sede. Eu apontava num caderno o que estava em falta, como cadernos, lápis, borrachas, rolos térmicos, agrafadores, etc., e de seguida enviava um *e-mail* à empresa que fornece a *Balvera*, neste caso a empresa é a J. Ferreira & Melo, L.da. e posteriormente a encomenda era entregue na sede.

O Departamento de Marketing também é responsável por fazer pedidos de tinteiros e *toners* para servir todas as impressoras da Sede da empresa e das lojas *Balvera*. Sempre que necessário, eu enviava um *e-mail* para a Comsoftweb – Sistemas Informáticos L.da encomendando as referências e quantidades de tinteiros e *toners* necessários.

2.4.3. Atualização dos Calendários das Lojas

Cada loja possui um Calendário com todos os meses do ano, e neste o Departamento de Marketing tem a responsabilidade de o atualizar consoante o que fica acordado com as marcas relativamente à marcação de montras⁵, *modelling* e ações⁶. No fim de estar atualizado, eu abria a pasta e inseria na pasta das lojas o Calendário respetivo a cada uma delas (Anexo 7).

⁵ Quando as Montras das lojas são efetuadas por pessoas que as marcas contratam, ou então os funcionários das lojas terão de as efetuar eles mesmos.

⁶ Chama-se Ações quando uma assistente de uma marca vai para uma loja aplicar e ensinar os clientes a usar os produtos da marca.

2.4.4. Ações de Formação para os Colaboradores

A empresa tem como política desenvolver anualmente ações de formação sobre Técnicas de Venda e Higiene e Segurança no Trabalho. Os colaboradores têm também formação sobre Perfumante, Cosmética e Maquilhagem.

O Departamento de Marketing é responsável por informar os colaboradores quando se irá realizar a formação, o local e a hora da mesma. Quando uma formação se realiza na Sede da *Balvera* um elemento ou todos os elementos do Departamento de Marketing devem acompanhar o(a) formador(a) à sala e verificar se este(a) necessita de algum material. No final da formação também se deve acompanhar o(a) formador(a) à saída.

Durante o período do meu estágio realizou-se uma formação de Técnica de Vendas na Sede, como tal o meu papel foi apresentar-me à formadora, acompanhar a mesma até à sala onde se realizou a formação, perguntei se necessitava de algum material e no fim da formação conversei um pouco com a formadora e acompanhei-a à saída.

2.4.5. Circulares

Quando algum departamento da empresa precisa transmitir algo importante para as lojas estes dirigem-se ao Departamento de Marketing e pedem para elaborar uma Circular com a informação desejada. Após a elaboração da Circular, esta é colocada na pasta da respetiva loja e os colaboradores devem imprimir dois exemplares, um fica na loja e o outro é enviado para a Sede por correio interno com as assinaturas de todos os colaboradores das lojas (Anexo 8). Tive a oportunidade de elaborar algumas Circulares e enviar para todas as lojas.

Conclusão

Concluída a realização deste estágio, este relatório visou salientar toda a minha participação no Departamento de Marketing na empresa *Balvera Perfumarias*. Os dois meses e meio de estágio foram uma experiência bastante enriquecedora, tanto a nível profissional como a nível pessoal. Foi uma experiência muito gratificante para mim, pois assim consegui ter uma perceção sobre o mundo do trabalho e quais as dificuldades que posso enfrentar. Apesar de as dificuldades não terem sido muitas sei que nem sempre é fácil o mundo do trabalho.

O meu estágio foi uma mais-valia para mim, e este relatório mostra as atividades que desenvolvi, aplicando sempre os conhecimentos que adquiri ao longo da Licenciatura. Tive a oportunidade de ter uma participação bastante ativa na empresa e de poder desenvolver diversos trabalhos. Julgo ter atingido os objetivos que a empresa me propôs durante o estágio.

Bibliografia

Consultas na Internet

<https://www.google.pt/maps/place/Balvera-com%C3%A9rcio+Perfumarias+Lda./@39.923589,-8.632261,17z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x0:0xacbdc488fd23134>

<http://www.balvera.pt/>

Documentação

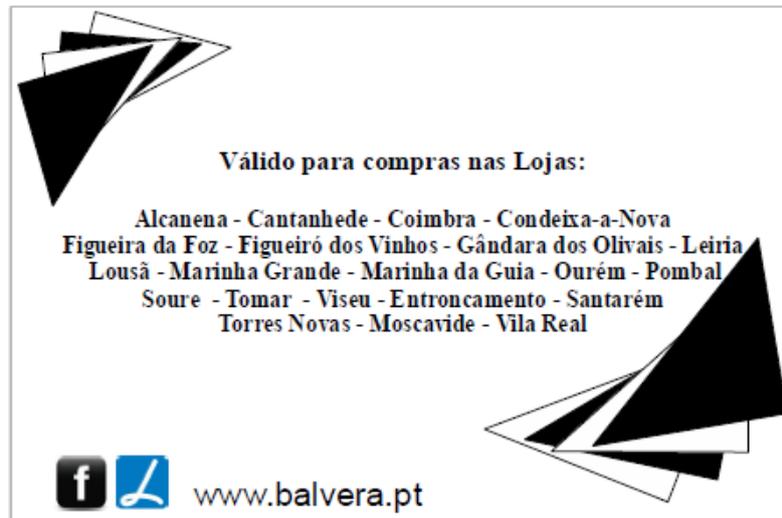
FELGUEIRA, Teresa, (2013) Conteúdos Programáticos da Disciplina de Gestão de Produtos e Marcas, IPG – ESTG, Curso de Marketing.

TEIXEIRA, Dina, (2014) Conteúdos Programáticos da Disciplina Comunicação em Marketing, IPG – ESTG, Curso de Marketing.

ANEXOS



Anexo 1: Cartão de Cliente e Vale de 10€



Anexo 3: Cheque de Gabinete, Cartão de Solário e de Marcações

BALVERA
PERFUMARIAS

Assinatura _____

Local de Emissão _____

Ano _____ *Mês* _____ *Dia* _____

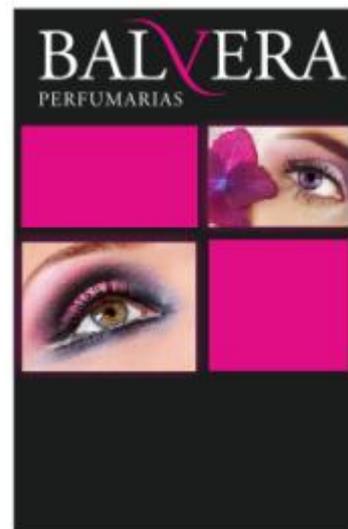
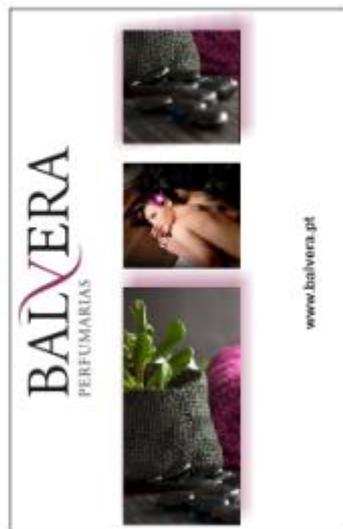
Cheque Gabinete

À Ordem de _____

Descrição _____

Número 1409090

Este cheque não pode ser trocado por dinheiro nem por outro produto, apenas pelo designado na descrição. A sua validade expira um mês após a data de emissão. A empresa não se responsabiliza pelo seu extravio ou danificação, reservando-se o direito de não aceitar cheques ilegíveis ou danificados.



Data	Hora

Nome _____
Nº cliente _____

Data	Hora

Nome _____
Nº cliente _____

Data	Hora

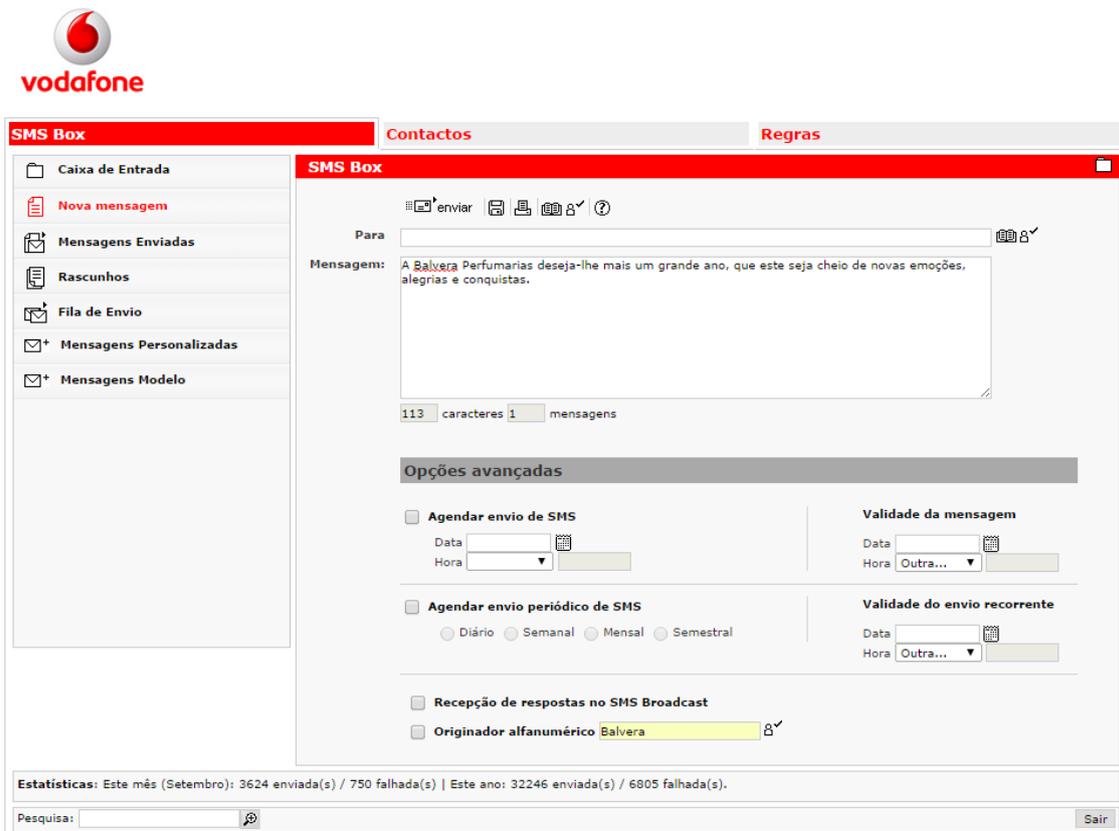
Nome _____
Nº cliente _____

Anexo 4: Cartão de Visita



Alcanena - 249 897 270
Avenida (Pombal) - 236 217 009
Cantanhede - 231 429 276
Coimbra F. Borges - 239 824 315
Coimbra Mercado - 239 821 251
Condeixa - 239 948 175
C.C. Maringá - 244 837 372
Entroncamento E.Leclerc - 249 728 177
Figueira da Foz - 233 424 516
Figueira E.Leclerc - 233 412 073
Figueiró dos Vinhos - 236 550 098
Gândara dos Olivais - 244 881 964
Heróis de Angola - 244 833 490
Jardins do Lis - 244 834 717
Lousã - 239 991 345
Marinha da Guia - 236 951 229
Marinha Grande - 244 569 326
Moscavide - 219 444 020
Olhalvas Park - 244 833 178
Ourém - 249 545 277
Santarém - 243 351 307
Shopping (Pombal) - 236 219 467
Soure - 239 507 494
Tomar - 249 327 421
Tomar Palhavã - 249 327 045
Torres Novas - 249 824 126
Várzea - 236 219 584
Viseu - 232 428 180
Vila Real - 259 322 355

Anexo 5: Mensagem de Aniversário dos Clientes



vodafone

SMS Box | Contactos | Regras

SMS Box

Caixa de Entrada
Nova mensagem
Mensagens Enviadas
Rascunhos
Fila de Envio
Mensagens Personalizadas
Mensagens Modelo

Para: _____

Mensagem: A Balvera Perfumarias deseja-lhe mais um grande ano, que este seja cheio de novas emoções, alegrias e conquistas.

113 caracteres 1 mensagens

Opções avançadas

Agendar envio de SMS
Data: _____
Hora: _____

Agendar envio periódico de SMS
 Diário Semanal Mensal Semestral

Recepção de respostas no SMS Broadcast

Originador alfanumérico Balvera

Validade da mensagem
Data: _____
Hora: Outra...

Validade do envio recorrente
Data: _____
Hora: Outra...

Estatísticas: Este mês (Setembro): 3624 enviada(s) / 750 falhada(s) | Este ano: 32246 enviada(s) / 6805 falhada(s).

Pesquisa: _____ Sair

Anexo 6: Pedido de Extrato de Vendas

Pedido de Extrato de Vendas Balvera

Nº de Cliente: _____

Loja: _____

Nome: _____

Telf: _____

Nº de Contribuinte: _____

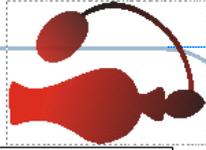
E-mail: _____

Data: __/__/__

Motivo: _____

BALVERA
PERFUMARIAS

Anexo 7: Calendário Loja



<p>Janeiro</p> <p>27 Valmont (belf 24.01.2014)</p> <p>31 Juvena (belf 14.01.2014)</p>	<p>Maio</p> <p>Montra Cartier até 12</p> <p>Montra 12 e 18 Escada Pr (email 11.02.2014)</p> <p>Montra 20 e 26 Hugo Boss Success (email 11.02.2014)</p> <p>Montra Cartier 30 e 1307 Déclaration L'Éau (email 28.04.2014)</p> <p>Modeling 2 Dolce (15h-18h)</p> <p>Modeling 03 Angé—Céris das 15h-18h</p> <p>Modeling 17 e 24 Escada das 17h-19h</p> <p>Modeling 31 DG Light Blue(17h-19h e das 17h-19h)</p> <p>14 e 15 Lauder e Clinique (belf 08.05.2014)</p> <p>19 Shiseido—Kobayashi (belf 01.04.2014)</p> <p>23 Céris (email 21.04.2014)</p>	<p>Junho</p> <p>Montra Hugo Boss Success até 8</p> <p>Montra Cartier até 13</p> <p>Modeling 2 DG Light Blue(17h-19h e das 17h-19h)</p> <p>Modeling 7, 21 e 28 Boss Soccer(17h-20h)</p> <p>03 Pure Altitude (sede 27.01.2014)</p> <p>05 Stendhal/J. Plaubert (email 10.01.2014)</p> <p>16 e 17 CHANEL (belf 24.02.2014)</p> <p>11 Agla Dierna Lancôme/Biotherm</p> <p>23 Shiseido (sede 21.12.2013)</p> <p>26 Valmont (email 02.05.2014)</p> <p>30 Valmont—maquina electronic eye (sede 21.12.2013)</p>	<p>Julho</p> <p>Montra 07 a 14—212 Vp Rose (email 05.06.2014) - DEC</p> <p>Montra 21 até 28 Cartier—Baiser Volé VS Rose—Félic pela loja (sede 30.06.2014)</p> <p>Montra 28 a 10 DG LB Pearl (email 11.02.2014)</p> <p>11 Clinis (email 08.07.2014)</p> <p>15 e 16 Lauder e Clinique (email 13.12.2013)</p> <p>21 Shiseido (sede 21.12.2013)</p>	<p>Agosto</p> <p>Montra 1 a 15 Enjoy Custo (email 04.07.2014)</p> <p>Montra 18 a 31 Lancoste (email 11.02.2014)</p> <p>Modeling 1 e 2 DG Light Blue (16h-19h)</p> <p>Modeling 24 e 25 Lancoste Live (16h-19h)</p> <p>08 La Prairie (email 22.04.2014)</p>	<p>Setembro</p> <p>Montra 14 a 29 Boss Ma Vie (email 26.08.2014)</p> <p>Montra 29 a 13/10 Dolce (email 26.08.2014)</p> <p>Modeling 20 e 26 Boss Ma Vie das 16h às 19h</p> <p>8 Shiseido (sede 21.12.2013)</p> <p>11 Stendhal/J. Plaubert (email 10.01.2014)</p> <p>22 Valmont (sede 21.12.2013)</p> <p>23 Pure Altitude (sede 27.01.2014)</p>	<p>Outubro</p> <p>Montra Dolce até 13</p> <p>Montra Platinum 13 a 19 (email 31.07.2014) Félic pela loja</p> <p>Montra 20 a 02/11 Hugo Boss (email 26.08.2014)</p> <p>17 Juvena (sede 25.11.2013)</p> <p>24 Prairie (sede 03.02.2014)</p> <p>28 CHANEL (email 26.02.2014)</p> <p>29 Shiseido (email 16.08.2014) agda especial com o manipulador da Shiseido André</p> <p>30 Lauder e Clinique (email 19.08.2014)</p>	<p>Novembro</p> <p>Montra Hugo Boss até 02</p> <p>Montra 3 a 16 Escada Joyful (email 15.07.2014)</p> <p>Montra 17 a 01/12—Fendi (email 04.08.2014)</p> <p>13 Stendhal/J. Plaubert (email 10.01.2014)</p> <p>14 Valmont (sede 21.12.2013)</p> <p>17 Shiseido (sede 21.12.2013)</p> <p>27 Pure Altitude (sede 27.01.2014)</p>	<p>Dezembro</p> <p>Montra Natal Procter 02 a 05/01 (email 26.08.2014)</p> <p>Montra Cartier 01 a 05/01/2015 (sede 15.09.2014)</p> <p>09 Shiseido (sede 21.12.2013)</p> <p>10 Valmont (sede 21.12.2013)</p> <p>11 e 12 Lauder e Clinique (email 13.12.2013)</p>	<p>Março</p> <p>Montra 04 09 a 09 Superchiffon (email 25.03.2014)</p> <p>Montra 10 a 23 Hugo Boss Da do Pai (email 11.02.2014)</p> <p>15h-18h</p> <p>Acção de vendas gaur Gaury Boss 2303 a 09/04</p> <p>06 Céris (belf 11.02.2014)</p> <p>12 Clinique (belf 11.03.2014)</p> <p>12 Valmont (belf 17.02.2014)</p> <p>13 Juvena (sede 25.11.2013)</p> <p>26 Prairie (belf 27.02.2014)</p> <p>27 e 28 Clinique/Lauder (email 18.12.2013)</p>	<p>Abri</p> <p>Montra 07 a 20 Lancoste (email 11.02.2014)</p> <p>Montra Cartier—21 a 12/05 (sede 21.12.2013)</p> <p>Montra 11 a 17 Tussard My Name (email 17.02.2014)</p> <p>Modeling 1 e 5 Gaur Gaury das 12h às 15h</p> <p>Modeling 12 e 19 Lancoste Sensitive das 15h às 18h</p> <p>Modeling 24 e 30 Dolce (15h-18h)</p> <p>02 Pure Altitude (sede 27.01.2014)</p> <p>04 Juvena (sede 25.11.2013)</p> <p>26 Prairie (belf 27.02.2014)</p> <p>21 Valmont (belf 01.04.2014)</p>	<p>Fevereiro</p> <p>13 Modeling—CA unforgettable</p> <p>10h-13h (email 07.02.2014)</p> <p>17 Shiseido (belf 24.01.2014)</p> <p>25 Pure Altitude (sede 27.01.2014)</p>	<p>Maio</p> <p>15.09.2014</p>	<p>Biotherm</p> <p>Chanel</p> <p>Clarins</p> <p>Clinique</p> <p>JPlaubert</p> <p>Juvena</p> <p>Kanebo</p> <p>Lancome</p> <p>Lauder</p> <p>Prairie</p> <p>Shiseido</p> <p>Stendhal</p> <p>Valmont</p> <p>L'Oréal</p> <p>Mavala</p> <p>Bourjois</p> <p>2 montras</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	---	--	---	--	--------------------------------------	--

Anexo 8: Circular

Circular 127_2014

Origem:

Marketing Balvera
__ de ____ de 2014



Assuntos:

Solicito o máximo de atenção para a seguinte informação:

Em caso de dúvida devem ligar para o Dept. Marketing.

Muito obrigado.

Loja

Sem mais, solicito que leiam atentamente e que assinem, todos os funcionários (nome completo e legível)
Indiquem a loja e posteriormente a devolvam à Sede A/C Marketing.
