

Relatório de Estágio

Maria Beatriz Ribeiro Ferreira

Marketing

nov | 2023

GUARDA
POLI
TÉCNICO



POLI TÉCNICO GUARDA

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

Maria Beatriz Ribeiro Ferreira

Novembro 2023

“Ainda guardo na saudade
O brilho do teu olhar
Dos momentos passados
De um trovador ao luar”

Trovador ao Luar-Copituna d’Oppidana

Ficha de identificação

Apresentação do Estagiário

Nome: Maria Beatriz Ribeiro Ferreira

Número do aluno: 1704746

Email: m.beatriz.r.ferreira@gmail.com

Curso: Licenciatura em Marketing

Escola: Instituto Politécnico da Guarda – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Apresentação da Empresa

Nome: Toyota Caetano Portugal, S.A. – Divisão de Equipamentos Industriais

Morada: Av. Vasco da Gama, 1410 4430-247 Vila Nova de Gaia

Contacto: 227 867 007

Site: www.empilhadores.toyota.pt

Supervisor

Nome: Ana Paula Correia Soares

Cargo/Função: Diretora do Departamento de Comunicação e Marketing

Habilitações Académicas: Licenciatura em Engenharia Mecânica

Email: ana.soares@toyotacaetano.pt

Dados acerca do Estágio

Início: 19/06/2023 Fim: 22/09/2023

Duração: 406 horas Regime: Presencial

Docente Orientador: Professora Teresa Paiva

Habilitações Académicas: Doutoramento em Gestão, especialidade em Marketing

Email: tpaiva@ipg.pt

Estabelecimento de Ensino

Nome: Instituto Politécnico da Guarda | Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Morada: Avenida Doutor Francisco Sá Carneiro, nº50, 6300-559 Guarda

Telefone: 271 220 120 Fax: 271 220 150

Site: www.ipg.pt | www.ipg.pt/estg

Agradecimentos

Um primeiro agradecimento para o Instituto Politécnico da Guarda, Escola Superior de Tecnologia e Gestão e respetivos docentes por todos os ensinamentos teóricos e práticos transmitidos.

Quero expressar a minha profunda gratidão a todos os que contribuíram para a realização deste estágio e a elaboração deste relatório. Este período foi enriquecedor, proporcionando não apenas crescimento profissional, mas também pessoal.

Agradecer à Professora Teresa Paiva, a minha orientadora de estágio, o seu apoio e orientação foram fundamentais na elaboração deste relatório, e também ao longo dos três anos de curso

É essencial agradecer à Toyota Caetano Portugal-Divisão de Equipamentos Industriais e também ao Grupo Salvador Caetano pela oportunidade concedida e por proporcionar um ambiente tão acolhedor para o desenvolvimento das minhas habilidades. Agradeço também à Engenheira Ana Paula pela sua orientação valiosa, paciência e por compartilhar o seu conhecimento de maneira tão inspiradora. Expresso a minha profunda gratidão à Raquel, Dona Cristina e Tiago, que estiveram ao meu lado diariamente e sempre me deram a mão para nunca me sentir desamparada. Quero reconhecer assim, todo o suporte que ofereceram e a profundidade de aprendizados que recebi durante esse período.

Agradeço também às amigas que compartilharam comigo a jornada em direção ao objetivo de nos tornarmos licenciadas em Marketing. Às minhas queridas amigas, Margarida Silva, Ana Caetano, Mariana Moreira e Patrícia Matias, o meu sincero agradecimento pelo constante apoio e incentivo em todos os momentos.

Por último, e mais importante, dedico um agradecimento especial à minha família. À minha irmã, prima Mariana, prima Rita, aos meus pais, minha madrinha e ao meu padrinho. Inês, Mariana e Rita, obrigada por estarem presentes nos momentos em que mais precisei, por incentivarem a busca dos meus sonhos e por contribuírem para a pessoa que sou hoje. Mãe e Pai, sem vocês nada disto teria sido possível. Vocês foram sempre o meu porto de abrigo, a voz da certeza e o meu ombro amigo. Sinceramente, agradeço por nunca desistirem de acreditar em mim e agarrarem os meus sonhos comigo.

Plano de Estágio Curricular

O Plano de Estágio Curricular foi desenvolvido para proporcionar à estagiária a oportunidade de explorar todas as etapas envolvidas na estratégia de Marketing da Toyota Caetano Portugal.

Por isso, as propostas de atividades que fazem parte do Plano de estágio, são as seguintes:

- *On boarding*/familiarização com a atividade, equipas, ferramentas e canais de comunicação;
- Materiais de apoio: criar processo para catalogação, bem como registo e devolução, pelas áreas operacionais;
- Corporativo: desenvolvimento/melhorias da apresentação da empresa (modo de slides e vídeos);
- Websites: desenvolvimento de proposta para comunicação e download de catálogos via website. Desenvolvimento de estrutura de relatório para acompanhamento de resultados. Desenvolvimento de conteúdos para site de usados.
- Redes Sociais: desenvolvimento de estratégia e plano de conteúdos para comunicação em LinkedIn. Otimização da página no canal YouTube.

Resumo

Este relatório é sobre o estágio realizado na Toyota Caetano Portugal, na Divisão de Equipamentos Industriais, em Vila Nova de Gaia. Teve início a 19 de junho, durou 406 horas, e terminou a 22 de setembro de 2023. Este documento tem como objetivo apresentar a empresa onde o estágio foi realizado, apresentando informações detalhadas, e caracterizar as atividades desenvolvidas nesse âmbito, na área de marketing e comunicação da Toyota Caetano e também da empresa Salvador Caetano. As atividades desenvolvidas variam desde organização e colocação dos catálogos no site, melhorias e desenvolvimento da apresentação da empresa de 2023, desenvolvimento de *banners* e folheto, soluções para YouTube, construção de vídeo de apresentação da empresa para YouTube, criação de site para requisitar material e tradução de artigos para colocar no site da empresa.

Durante a experiência vivida na Toyota Caetano a estagiária teve a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Marketing e a aquisição de conhecimentos, a vários níveis.

Palavras-chave: Marketing, Toyota Caetano, Comunicação,

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

Índice Geral

| | |
|--|-----|
| Ficha de identificação | iii |
| Agradecimentos | v |
| Plano de Estágio Curricular | vii |
| Resumo | ix |
| Índice de Figuras | xii |
| Índice de Tabelas | xii |
| Introdução | 1 |
| Capítulo 1 – A empresa..... | 4 |
| 1.1. História da Empresa | 4 |
| 1.2. Setor e Área de Atuação da Empresa | 5 |
| 1.3. Logótipo da Empresa | 6 |
| 1.4. Serviços e Produtos Oferecidos | 7 |
| 1.5. Visão, Missão e Valores | 9 |
| 1.6. Estrutura Organizacional | 10 |
| 1.7. Objetivos e Estratégia Geral da Divisão de Equipamentos Industriais..... | 11 |
| Capítulo 2-Atividades Desenvolvidas | 15 |
| 2.1. Enquadramento Geral do Local de Estágio | 15 |
| 2.2. Objetivos do Estágio | 16 |
| 2.3. Atividades desenvolvidas | 16 |
| 2.3.1. Formações online..... | 17 |
| 2.3.2. Tradução de artigos/conteúdos para colocar no <i>site</i> de usados | 18 |
| 2.3.3. Criação de ideia para colocar catálogos online | 20 |
| 2.3.4. Apresentação da Divisão de Equipamentos Industriais (2023)..... | 22 |
| 2.3.5. Folheto e <i>Banner</i> para campanha promocional | 23 |
| 2.3.6. <i>Banner</i> para mostrar a ferramenta de assistência técnica | 27 |
| 2.3.7. Inventário do material de marketing e atualização de ficheiro Excel..... | 29 |
| 2.3.8. Criação de <i>site</i> para requisição do material de marketing | 30 |
| 2.3.9. Soluções para YouTube da empresa | 32 |
| 2.3.10. Criação de legendas e Voz Off para vídeos a serem divulgados em Eventos | 35 |
| Reflexão Final | 37 |
| Referências Bibliográficas..... | 39 |
| Apêndices | 41 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1-Logótipo da Empresa DEI | 6 |
| Figura 2-Logótipo da Empresa Material Handling..... | 6 |
| Figura 3-Estrutura Organizacional | 11 |
| Figura 4-Artigo publicado no site usados..... | 19 |
| Figura 5-Proposta de Catalogação no site | 22 |
| Figura 6-Apresentação da Divisão | 23 |
| Figura 7-Banner de Campanha Promocional..... | 25 |
| Figura 8-Folheto (parte de trás)..... | 27 |
| Figura 9-Folheto (parte da frente) | 27 |
| Figura 10-Banner para assistência técnica..... | 29 |
| Figura 11-Site para requisição de material | 32 |
| Figura 12-Vídeo de apresentação para YouTube | 35 |
| Figura 13-Vídeo de apresentação para YouTube..... | 35 |
| Figura 14-Evento Automotive | 36 |

Índice de Tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1-Briefing para a Criação de Catálogos | 20 |
| Tabela 2-Estratégia Criativa do Catálogo | 21 |
| Tabela 3-Briefing para o Banner | 24 |
| Tabela 4-Estratégia Criativa do Banner..... | 24 |
| Tabela 5-Briefing para Folheto..... | 26 |
| Tabela 6-Estratégia Criativa para Folheto | 26 |
| Tabela 7-Briefing para Atividade Desenvolvida | 28 |
| Tabela 8-Estratégia Criativa para Atividade Desenvolvida..... | 28 |
| Tabela 9-Briefing para Vídeo | 33 |
| Tabela 10-Estratégia Criativa para Vídeo..... | 33 |

Introdução

Para concluir a Licenciatura em Marketing na Escola Superior de Tecnologia e Gestão no Instituto Politécnico da Guarda, os estudantes devem realizar um Estágio Curricular no último semestre do terceiro ano do curso. Esse estágio deve ter uma duração mínima de 400 horas e representa a finalização de uma importante etapa académica. Por outras palavras, o estágio é o capítulo final desse percurso de formação.

O estágio foi uma grande oportunidade que foi realizado na Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos Industriais. Esta é uma empresa reconhecida a nível nacional e internacional que faz parte do Grupo Salvador Caetano, e dedica-se à venda, aluguel e manutenção de uma variedade de equipamentos novos e usados, em contexto industrial. A empresa tem a sua sede no Norte de Portugal e outro centro de operações no Sul do país, onde conta com equipas de bons profissionais, com uma ética de trabalho que entusiasma desde o primeiro dia.

O presente relatório é composto por dois capítulos. No primeiro encontra-se a apresentação e caracterização da Toyota Caetano Portugal, descrevendo a sua história da empresa, as suas instalações e a explicação do seu logótipo, bem como a sua estrutura organizacional, visão, missão e valores.

O segundo capítulo apresenta as atividades desenvolvidas na empresa, ao longo de todo o estágio, e também a explicação de todas as ferramentas informáticas utilizadas para a sua realização.

O relatório também inclui uma análise final que aborda a experiência global do estágio, as lições aprendidas e uma perspetiva pessoal sobre a relevância do estágio curricular.

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Capítulo 1



Capítulo 1 – A empresa

A descrição da empresa aqui realizada tem por base informações recolhidas na empresa em documentos e website oficial¹.

1.1. História da Empresa

A Toyota Caetano Portugal é responsável pela importação e distribuição dos produtos e serviços da marca Toyota (empresa do setor automóvel e outros veículos motorizados) em Portugal, desde 1970. A parte da Divisão de Equipamentos Industriais existe para apoiar as necessidades logísticas dos clientes nacionais, oferece assim, uma vasta gama de empilhadores contrapesados e de equipamentos de armazém, assim como serviços e soluções de negócios, tais como aluguer, usados, assistência, gestão de frotas, entre outros.

No ano de 1946 nasce em Vila Nova de Gaia, a empresa Toyota Caetano Portugal, fundada por Salvador Fernandes Caetano. A Toyota Caetano Portugal, S.A, é a principal empresa do Grupo Salvador Caetano e tem desempenhado um papel fundamental na importação e distribuição da marca Toyota em Portugal.

Em 1971, a Divisão de Equipamentos Industriais iniciou as suas operações na sede da empresa, localizada em Vila Nova de Gaia. O reconhecimento da excelência da marca impulsionou um rápido crescimento nos negócios, levando à necessidade de estabelecer um segundo centro de operações no Carregado, com o objetivo de chegar aos clientes da região sul.

A Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos Industriais, faz parte de um grupo renomado e está associada à Toyota Material Handling Group, uma das maiores fabricantes de equipamentos de movimentação de materiais do mundo. A história dessa empresa está intrinsecamente ligada à sua dedicação, à qualidade, inovação e compromisso com os seus clientes. A história da Toyota Caetano Portugal começa quando se estabeleceu como o distribuidor oficial da Toyota Material Handling em Portugal. Isso ocorreu no início dos anos 80.

Ao longo dos anos, a Toyota Caetano Portugal solidificou uma parceria bem-sucedida com Toyota Material Handling Group, que se traduziu em décadas de

¹ <https://salvadorcaetano.pt/>

experiência na oferta de soluções de movimentação de materiais de alta qualidade para os clientes.

A empresa tem vindo a desenvolver uma ampla gama de produtos, que inclui empilhadores elétricos, porta paletes elétricos, empilhadores a combustão interna, entre outros equipamentos industriais. Além disso, oferece serviços de manutenção, assistência técnica e soluções de gestão de frotas.

A Toyota Caetano Portugal é conhecida pelo compromisso com a inovação e a sustentabilidade em todas as suas operações. A Toyota Material Handling Group é pioneira no desenvolvimento de empilhadores elétricos movidos a hidrogénio, uma alternativa ecológica aos empilhadores a combustão interna.

A Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos Industriais, construiu uma sólida reputação ao longo dos anos, baseada na qualidade, inovação e compromisso. Com base nesse legado, a empresa está posicionada para continuar a ser líder na indústria de equipamentos de movimentação de materiais e para enfrentar os desafios futuros com soluções inovadoras e sustentáveis.

Atualmente, a empresa desfruta de uma posição de destaque e liderança no mercado, dedicando todos os seus esforços para garantir a melhor experiência possível aos seus clientes. Esta empresa é um exemplo de sucesso na indústria de equipamentos de movimentação de materiais e tem uma história marcada pela excelência e compromisso com os seus clientes e o meio ambiente.

1.2. Setor e Área de Atuação da Empresa

A empresa Toyota Caetano Portugal, na sua Divisão de Equipamentos Industriais, atua no setor de equipamentos industriais e logística. A área de atuação envolve a importação, distribuição e fornecimento de uma ampla gama de empilhadores, equipamentos de armazém e soluções logísticas para atender às necessidades dos clientes no mercado português. Isso inclui empilhadores contrapesados, empilhadores retráteis, porta-paleta, sistemas de preparação de pedidos, entre outros equipamentos relacionados com a movimentação e armazenamento de materiais.

Além disso, a empresa oferece serviços, como aluguer, assistência técnica, gestão de frotas e outras soluções comerciais para melhor responder à procura do setor industrial e logístico em Portugal.

1.3. Logótipo da Empresa

O logótipo desempenha um papel fundamental na identidade de uma marca. É responsável por estabelecer o reconhecimento da marca, instilando a confiança nos consumidores em relação a um produto ou serviço específico e, por último, contribuindo para a fidelização dos clientes. (Wheeler, A., 2012)

Cada empresa deve investir na criação de um logótipo original e exclusivo, a fim de se destacar da concorrência e evitar possíveis questões legais. Quando um logótipo é acompanhado por uma narrativa coerente, isso torna-se, sem dúvida, uma das forças mais significativas da empresa. (Wheeler, A., 2012)

A Toyota Caetano Portugal segue uma abordagem consistente e coerente no design das suas divisões e marcas. A empresa utiliza o seu próprio nome, com cores específicas associadas, sempre a seguir um design uniforme. A Divisão de Equipamentos Industriais exhibe o nome da empresa, com destaque no Toyota na cor vermelha, que está relacionada à marca Toyota (ver figura 1). Algo semelhante ocorre com o logótipo da Toyota Material Handling, em que o nome da empresa é exibido com destaque, onde a Toyota continua a ser acompanhado da cor vermelha característica (ver figura 2).

Esta padronização no design ajuda a manter a identidade visual consistente e a reforçar o reconhecimento da marca por todos os países.

Toyota Caetano Portugal, SA

Divisão Equipamento Industrial

Figura 1-Logótipo da Empresa DEI

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Figura 2-Logótipo da Empresa Material Handling

1.4. Serviços e Produtos Oferecidos

A Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos, oferece uma variedade de serviços relacionados a empilhadores, equipamentos de armazém e soluções logísticas para atender às necessidades dos clientes no mercado português. Alguns dos serviços oferecidos podem incluir:

- Venda de Equipamentos: A empresa usufrui de uma gama de produtos diferenciada, fornece empilhadores, porta-paletes, empilhadores retráteis, preparadores de pedidos e outros equipamentos de movimentação de materiais da marca Toyota Material Handling.
- Aluguer de Equipamentos: Oferece opções de equipamentos, o que pode ser vantajoso para empresas que precisam de flexibilidade nas suas operações.
- Equipamentos Usados: Além de novos equipamentos, a Toyota Caetano Portugal pode oferecer equipamentos usados ou reconicionados, proporcionando opções acessíveis para empresas que procuram soluções de custo mais baixo.
- Assistência Técnica: A empresa pode fornecer serviços de manutenção, reparação e assistência técnica para garantir que os equipamentos estejam sempre em bom funcionamento.
- Gestão de Frotas: Ajuda a otimizar a gestão de frotas de empilhadores, o que pode incluir monitorização, manutenção programada e relatórios de desempenho.
- Treinamento: Oferece programas de treinamento para operadores de empilhadores e pessoal de armazém, garantindo operações seguras e eficientes.
- Soluções Personalizadas: Pode trabalhar com empresas para desenvolver soluções personalizadas que atendam às necessidades específicas das suas operações logísticas.

A empresa não só fornece produtos de alta qualidade, mas também um serviço de excelência. A satisfação do cliente é a prioridade número um e a Toyota faz tudo que tem ao seu alcance para atender às expectativas dos clientes. Por essa mesma razão, aplicam o Conceito Serviço Toyota, uma abordagem estruturada para otimizar o serviço, graças aos 12 valores-chave.

- Certificação: Através da certificação, a empresa consegue que todas as atividades de serviço estejam de acordo com os padrões da Toyota.

Toyota Caetano Portugal, S.A.

- Padronização: Não interessa onde os clientes se encontram porque, podem sempre confiar no alto padrão de serviço e nas garantias de precisão da empresa.
- Genchi Genbutsu: Significa “ir e ver”, de forma a conseguir realmente compreender e resolver cada problema separadamente.
- Eliminação de Resíduos: Concentram-se sempre em eliminar os desperdícios e minimizar o próprio impacto no meio ambiente.
- Heijunka: Nivelada a carga de tarefas e cria um fluxo de trabalho mais suave. É por isso que o planeamento e a programação de cada visita são o foco.
- Hoshin: Graças ao compromisso da empresa a longo prazo e ao planeamento estratégico, pode ter-se a certeza de que cumprem as expectativas sempre.
- Jidoka: Este fala de tornar os problemas visíveis. Levam todos os problemas dos clientes a sério e resolvem o mais rápido possível, com o maior nível de segurança garantido.
- Ajuste exato: O objetivo é ser o ajuste exato para as necessidades dos clientes. As pessoas certas, as habilidades certas, as peças certas e providenciar os melhores acordos.
- Poka yoke: É um mecanismo para evitar erros. Ao atualizar constantemente a qualidade das peças e ao verificá-las antes do envio, garantem que a peça correta será entregue a tempo.
- Capacidade de resposta: A capacidade de resposta é a grande prioridade, quando as operações estão inativas. Isto significa voltar a pôr o negócio em funcionamento, de forma rápida e eficiente.
- Informação em tempo real: Os técnicos têm acesso online a toda a informação que necessitam para realizar o serviço. Permitindo-o confiar no serviço da empresa eficiente e de alta qualidade.
- Kaizen: Ao confiar na filosofia de melhoria contínua da Toyota, pode ter a certeza de que estão sempre a trabalhar para melhorar a qualidade do serviço.

1.5. Visão, Missão e Valores

“A Visão, a Missão e os Valores são os princípios fundamentais que orientam uma organização, estes ajudam a perceber de que forma a empresa se pode posicionar no mercado de trabalho e desta forma ser reconhecida quer pelos seus clientes, quer pelos seus colaboradores e/ou parceiros. De uma forma geral, a Missão é definida com base naquilo que é a empresa; a Visão está relacionada com a intenção de alcance da empresa e os Valores são uma espécie de código que conduz a empresa durante a sua vida no mercado” (Rasquilha & Veras, 2017, p.23)

Em seguida, apresenta-se a Visão, a Missão e os Valores da Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos Industriais:

- Visão:

A Toyota Caetano Portugal será uma referência em todas as áreas em que atua pela sua capacidade de inovar, de responder a desafios e pela sua diversificação no serviço que oferece, na certeza da orientação para o cliente

- Missão:

Ser a primeira para todos os clientes que procuram soluções em equipamentos de movimentação de carga e ser amplamente reconhecida pelos produtos inovadores, bem como, pelo respeito pela sociedade. Construir relações de confiança com os clientes oferecendo produtos e serviços de qualidade que representem um real valor acrescentado para os seus negócios. Respeitar as expectativas e ambições dos funcionários, acionistas e fornecedores através da melhoria contínua.

- Valores:

O objetivo da Toyota é trazer eficiência excepcional para as suas operações de movimentação de cargas, e é por essa mesma razão que aplicam um conjunto de valores chamados Toyota Way. Todos os colaboradores da empresa aplicam estes valores a todos os níveis, nas suas tarefas diárias e nas suas relações com os outros

- Kaizen: Princípio de melhoria contínua. A Toyota busca constantemente aperfeiçoar os seus produtos e processos para atender melhor às necessidades dos clientes.

- Respeito pelas Pessoas: Valoriza o respeito pelas pessoas, tanto funcionários quanto clientes. Isso inclui a promoção de um ambiente de trabalho seguro e a satisfação das necessidades dos clientes.

- Desafio: Para manter uma visão a longo prazo e encarar todos os desafios com a coragem e criatividade necessárias.

- Trabalho de Equipa: A Toyota estimula o crescimento pessoal e profissional, partilha e respeito mútuo entre os membros da equipa.

- Genchi Genbutsu: Ir à fonte buscar os factos, tomar as decisões corretas, construir o consenso e atingir os objetivos.

1.6. Estrutura Organizacional

“A estrutura organizacional é a forma como uma organização está dividida e hierarquizada. Ela define como é feita a gestão das suas atividades e a comunicação entre os seus setores, visando atingir os objetivos estratégicos. A estrutura organizacional de uma empresa inclui a sua departamentalização, ou seja, a divisão por setores, mas também as relações hierárquicas entre eles. O conceito de estrutura organizacional não é, portanto, sinónimo nem de departamentalização nem de hierarquia isoladamente, mas sim uma combinação entre elas” (Sotomayor et al., 2021, p18)

A estrutura organizacional da Toyota Caetano Portugal, Divisão de Equipamentos Industriais demonstra a sua hierarquia, sendo utilizada com o intuito de facilitar a distribuição de responsabilidades, definindo as funções de cada departamento e permitindo a delegação de autoridade tanto dentro de cada departamento quanto entre eles.

Cada departamento possui indivíduos encarregados de áreas e tarefas específicas, desempenhando um papel crucial no funcionamento eficiente e no êxito da empresa. (Ver Figura 3)

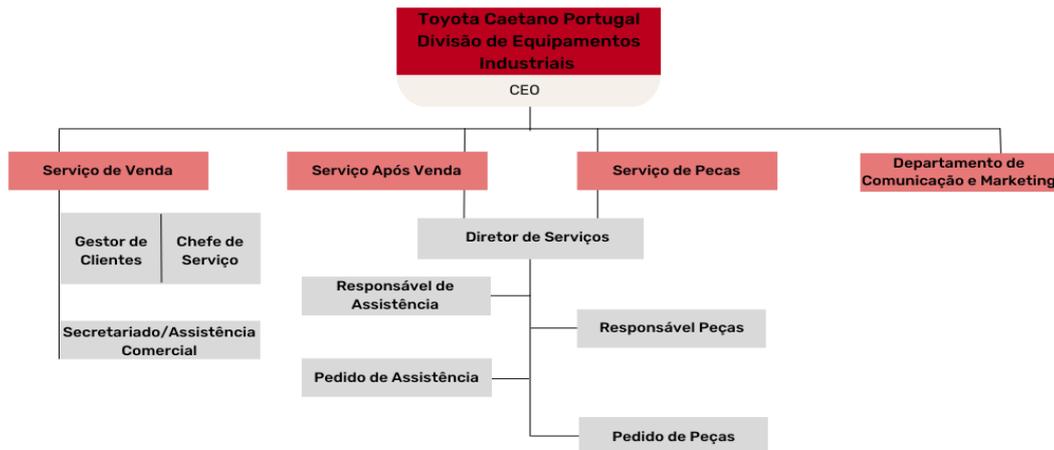


Figura 3-Estrutura Organizacional

Fonte: Elaboração Própria

1.7. Objetivos e Estratégia Geral da Divisão de Equipamentos Industriais

Objetivos:

- Crescimento de Vendas: Alcançar metas específicas de aumento nas vendas de equipamentos industriais da marca Toyota Material Handling em Portugal e, possivelmente, noutros mercados.
- Satisfação do Cliente: Manter altos índices de satisfação do cliente, medidos por meio de pesquisas de feedback e avaliações de qualidade.
- Eficiência Operacional: Melhorar a eficiência operacional, o que pode incluir redução de custos, otimização de processos e gestão eficaz de stocks.
- Desenvolvimento de Recursos Humanos: Investir na formação e desenvolvimento da equipa para garantir que eles estejam atualizados com as últimas tecnologias e práticas do setor.
- Responsabilidade Social e Ambiental: Estabelecer metas relacionadas com a responsabilidade social corporativa e o impacto ambiental das operações da empresa.

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Capítulo 2



Capítulo 2-Atividades Desenvolvidas

2.1. Enquadramento Geral do Local de Estágio

O estágio curricular teve início no dia 19 de junho de 2023 e terminou a 22 de setembro de 2023 nas instalações da Toyota Caetano Portugal, na parte da Divisão de Equipamentos Industriais. Esta funciona de segunda a sexta, das 8h às 17h30, com interrupção para almoço das 12h30 às 13h30, tendo sido o horário que a estagiária cumpriu durante o período de estágio.

No dia em que a estagiária iniciou o estágio, conheceu as instalações da empresa e também do Grupo Salvador Caetano bem como o local de trabalho. Depois também lhe foram fornecidas informações sobre a operação da empresa e uma visão geral das tarefas que esta iria desempenhar.

Com o início do estágio, houve a necessidade de criar contas de acesso a várias plataformas utilizadas, e assim integrar e promover uma comunicação eficaz com a equipa de trabalho.

Adicionalmente, um endereço de email pessoal foi configurado com o domínio da empresa, facilitando o acesso à plataforma Teams, usada por todos os colaboradores, também permitindo aceder à correspondência eletrónica. Esta plataforma também serviu para gestão de um calendário online, contribuindo para aprimorar a organização da agenda. Dentro desta plataforma, estava incorporado o conceito de “Kaizen”, que é um dos principais valores da Toyota. Nesta, havia quatro colunas com os seguintes tópicos: “Para fazer”, “Em Execução”, “Em Validação” e “Concluído”, permitindo o desenvolvimento de notas sobre ideias ou tarefas conforme surgem, com a capacidade de movê-las entre as colunas à medida que são resolvidas. Isto também incluía a realização de reuniões semanais, nas quais todos os colaboradores de cada departamento se reuniam para discutir as atividades realizadas e aquelas que ainda estavam por fazer.

Posteriormente a estagiária teve acesso à plataforma YouTube e ao canal da empresa, a fim de melhorar os seus conteúdos. Além disso, havia um grupo no Google Drive² chamado “Marketing e Comunicação”, que também tínhamos acesso no Teams³ a este grupo, onde todos os arquivos necessários para o bom andamento das atividades eram

² Plataforma de partilha de documentos da Google

³ Plataforma de comunicação e partilha de documentos da Microsoft

compartilhados. Nesse espaço, encontravam-se os ficheiros desenvolvidos pelos colaboradores da empresa, e todos tinham permissão de acesso.

A estagiária também participou em formações online obrigatórias, que são executadas por todos os colaboradores do Grupo Salvador Caetano. Essas formações visavam proporcionar uma compreensão mais aprofundada da dinâmica de trabalho no grupo e familiarizar os participantes com as ferramentas essenciais para o desempenho das atividades.

2.2. Objetivos do Estágio

O estágio tinha como principal finalidade a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de licenciatura.

Para além disso, visava o desenvolvimento de habilidades para a aquisição de competências profissionais, a expansão da experiência e do conhecimento, a oportunidade de interagir com profissionais experientes no campo, trabalhar em equipa, o estabelecimento de hábitos de trabalho e o cultivo de um senso de responsabilidade profissional.

2.3. Atividades desenvolvidas

Para atender ao Plano de Estágio estabelecido, várias atividades foram sugeridas à estagiária, detalhadas neste subponto. As atividades iniciais foram conduzidas em colaboração com os colegas do departamento de Gestão, Comunicação e Marketing, a fim de garantir que todas as orientações necessárias fossem devidamente transmitidas para a sua execução bem-sucedida.

Posteriormente, surgiram oportunidades para realizar tarefas de forma independente permitindo um aprofundamento das aprendizagens e o desenvolvimento de habilidades críticas e de pesquisa.

As atividades que foram executadas:

- Atividades de Integração:
 - Formações online;
 - Tradução de artigos dos outros países para colocar no site de empilhadores usados de Portugal;

- Apresentação da Divisão de Equipamentos Industriais, 2023;
- Comunicação em Marketing:
 - Folheto e *banner*⁴ para campanha promocional;
 - *Banner* para colocar no site para mostrar a ferramenta de assistência técnica;
 - Soluções para YouTube;
 - Legendar vídeos da Toyota para apresentar em eventos;
- Gestão de Marketing:
 - Criação de uma ideia para colocar catálogos para download no site;
 - Catalogação de todo o material de marketing existente;
 - Criação de ficheiro Excel sobre o material de marketing;
 - Criação de site para requisição de material de marketing.

2.3.1. Formações online

Conforme mencionado anteriormente, durante o estágio, foi facultado à estagiária a oportunidade de participar em formações online. Essas formações tinham como propósito proporcionar uma compreensão mais aprofundada das ferramentas utilizadas, do estilo de comunicação adotado pela empresa e dos valores do Grupo Salvador Caetano. Estas foram oferecidas a todos os colaboradores do Grupo e estavam acessíveis por meio de um *site* da Salvador Caetano.

Estas formações online estão acessíveis por meio da plataforma INTRA do Grupo Salvador Caetano, uma plataforma concebida para todos os colaboradores, proporcionando acesso a diversos recursos do Grupo, incluindo as formações, marcação de férias, informações sobre a empresa, informações sobre horários de trabalho e muito mais. Dentro da plataforma do Grupo, existe a “Academia Ser Caetano”, um recurso de grande importância, onde são disponibilizadas as formações para os colaboradores. A Academia Ser Caetano tem como missão primordial promover o desenvolvimento de todos os seus colaboradores e futuros colaboradores, assim como contribuir para o crescimento de todas as empresas do Grupo. Essa missão é cumprida por meio de métodos inovadores, tecnologias de ponta e soluções diferenciadas. A Academia elabora anualmente programas de formação que abrangem uma variedade de áreas, incluindo diretrizes estratégicas do Grupo, a cultura Ser Caetano, habilidades interpessoais e

⁴ Banner – uma peça gráfica geralmente usada para fins de publicidade ou promoção e é exibido em diferentes mídias.

também questões emergentes e disruptivas da atualidade. Além disso, são oferecidos programas de formação específicos que se concentram em conhecimentos técnicos necessários para funções específicas, bem como habilidades linguísticas.

A aprendizagem é digital e é valorizada, proporcionando assim, a flexibilidade para que os colaboradores possam aceder à formação a qualquer momento e em qualquer lugar.

Concluindo, todas as formações que a estagiária concluiu tinham como objetivo proporcionar um entendimento mais profundo da Academia Ser Caetano e do funcionamento típico de todas as empresas do grupo. Esses cursos mostraram-se benéficos para a estagiária, pois permitiu à mesma uma compreensão mais abrangente do Grupo Salvador Caetano, do qual a empresa Toyota Caetano Portugal faz parte, e, consequentemente, orientou-a sobre as práticas de trabalho esperadas na empresa.

2.3.2. Tradução de artigos/conteúdos para colocar no *site* de usados

A empresa possui um *site* próprio para os equipamentos usados no qual regularmente são publicados uma variedade de artigos/conteúdos que abordam temas com informações sobre diferentes conteúdos relevantes sobre os seus equipamentos, dicas e observações sobre os mesmos, depoimentos de clientes e empresários, entrevistas e atualidades relacionadas ao mundo da indústria.

Durante uma reunião com o departamento de Marketing, foi sugerido à estagiária que coletasse todos os artigos/conteúdos relevantes relacionados a equipamentos usados, com o objetivo de programar a sua publicação no blog. A frequência proposta para a publicação é de dois ou um artigo/conteúdo por mês no *site* dos usados.

A estagiária teve acesso a um documento em formato Excel contendo uma lista de artigos/conteúdos previamente publicados nos *sites* da Toyota Material Handling de outros países. A sua tarefa envolveu rever cada um desses conteúdos, carregar os mais recentes, atualizar o documento do Excel e selecionar quais deles considerava os mais relevantes para serem incluídos no *site* de equipamentos usados.

Esta selecionou os artigos/conteúdos que considerou mais importantes e relevantes para o *site* de equipamentos usados, priorizando aqueles que acreditava que atrairiam a atenção e o interesse do público. Em seguida, ela submetia essas escolhas à chefe de departamento para validação. Uma vez validados, os artigos/conteúdos eram

registados no ficheiro Excel e, nos meses seguintes, o colega de marketing publicava-os no *site* da empresa em Portugal.

Após a seleção dos conteúdos mais relevantes e estes estando para validação, a estagiária criou uma folha no documento já criado de Excel específica para o *site* dos usados. Nessa folha, ela registou os artigos, identificando de qual país foram retirados, a data de publicação, indicando se estavam ou não traduzidos, e em seguida, forneceu e inseriu os links para os conteúdos traduzidos no ficheiro Word.

Para a seleção e tradução dos artigos/conteúdos, as ferramentas utilizadas foram os ficheiros Excel e o Word e assim foi possível realizar-se a tradução e a organização do conteúdo, preparando-o para ser publicado no blogue.

Durante esse período, alguns artigos/conteúdos foram efetivamente publicados no *site* de equipamentos usados, como por exemplo, o artigo/conteúdo “5 boas razões para comprar um empilhador usado” (Ver Apêndice I). Esses artigos/conteúdos contêm informações valiosas destinadas a atrair as pessoas a considerar a opção de adquirir equipamentos usados e aprovados, destacando os benefícios dessa escolha.

A Figura 4 apresenta o artigo publicado no site.



01/09/2023

5 boas razões para comprar um empilhador usado

Precisa de um empilhador extra para o seu armazém? Já pensou que não precisa necessariamente de escolher um modelo novo? Dependendo da atividade e do uso esperado, um equipamento usado às vezes é uma solução mais inteligente. Descubra 5 boas razões para isso.

Ver mais >

Figura 4-Artigo publicado no site usados

2.3.3. Criação de ideia para colocar catálogos online

Os catálogos representam um benefício significativo para os clientes, pois fornecem informações detalhadas sobre os equipamentos, incluindo as suas características e funcionamento.

A chefe de departamento sugeriu à estagiária que elaborasse uma proposta para aprimorar a comunicação e disponibilizar o download de catálogos por meio do *site*, uma vez que a maioria dos países já havia implementado essa funcionalidade. Essa melhoria facilitaria a experiência dos atuais clientes e potenciais clientes (ver tabela 1).

Tabela 1-Briefing para a Criação de Catálogos

| | |
|---------------------------------|---|
| Objetivos de marketing | Conquista de quota de mercado |
| Mix da comunicação | Publicidade |
| Alvos publicitários | Clientes atuais e potenciais |
| Objetivos de publicidade | Informar e educar Facilidade em encontrar mais características sobre os produtos que o cliente quer adquirir e também os cuidados para a segurança de cada um. |
| Instrução e limitações | Não aplicável |

A estagiária estava interessada em encontrar uma abordagem mais prática e atrativa para disponibilizar os catálogos no *site*, de modo a garantir que a página tivesse um design apelativo e não sobrecarregasse de informação, o que poderia afastar os visitantes do site.

Esta desenvolveu a ideia de criar uma página com opções de cliques. Reconhecendo que não seria suficiente ter apenas um botão para aceder aos catálogos dos produtos, foi proposta uma organização por subtemas, incluindo manuais de segurança e outras soluções. Esta proposta foi validada e a estagiária implementou a sua ideia.

Com isto, a estagiária implementou a ideia de adicionar uma página ao menu intitulada “Catálogos” (ver Tabela 2 – Estratégia criativa do Catálogo). Ao clicar na palavra, os visitantes eram direcionados para uma página inicial com um *banner* atrativo, projetado para cativar e incentivar o *download* (descarregamento de ficheiros de *sites*) dos catálogos. Abaixo desse *banner*, havia quatro botões distintos, cada um relacionado

a uma categoria: produtos, soluções, segurança e contacte-nos. Ao clicar em cada um desses botões, uma nova página era aberta, apresentando uma breve explicação sobre o conteúdo disponível e disponibilização dos catálogos correspondentes com botões para *download* imediato. Isto simplificava a experiência dos visitantes e facilitava o acesso aos catálogos desejados.

Tabela 2-Estratégia Criativa do Catálogo

| | |
|----------------------------|---|
| Estratégia Criativa | Fazer com que o site fique mais completo e mais atrativo como nos países mais desenvolvidos |
| Suportes | Digital |
| Tom | Demonstrativo, racional, atrativo e criativo |

Concluindo, como a estagiária não tinha acesso às edições do *site* e para superar a limitação de não ter esse acesso, a estagiária preparou uma apresentação detalhada de como a ideia seria implementada. Ela utilizou várias ferramentas, como o Canva⁵ para criar o *banner*, uma aplicação chamada Photopea para criar as imagens dos catálogos e, finalmente, o Word para concluir a apresentação, destacando como a ideia seria incorporada no *site* (Ver Apêndice II). A apresentação da ideia pode ser visualizada na figura 5.

⁵ Canva – Plataforma online que fornece ferramentas de design gráfico acessíveis para usuários com diversos níveis de habilidade.

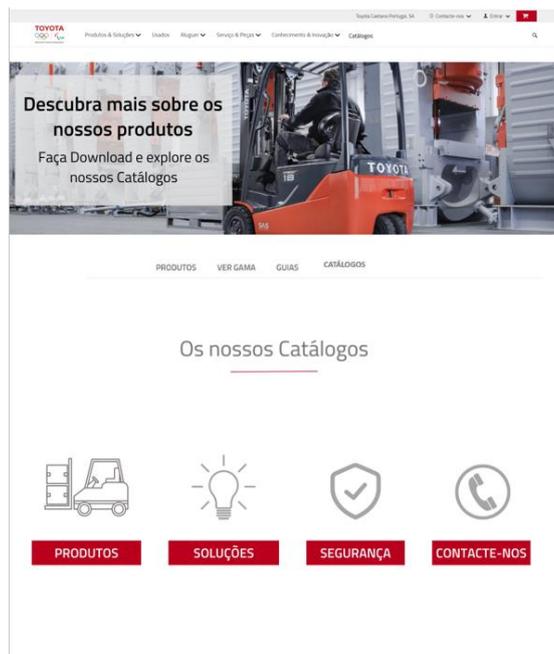


Figura 5-Proposta de Catalogação no site

2.3.4. Apresentação da Divisão de Equipamentos Industriais (2023)

A apresentação da empresa é uma prática que a mesma realiza anualmente para atualizar as informações sobre si mesma. Essa ação é de grande importância, uma vez que disponibiliza dados atualizados para todos os colaboradores, para o Grupo Salvador Caetano e também para qualquer evento ou participação futura que a empresa possa ter. Isso garante que todos tenham acesso às informações mais recentes e precisas sobre a empresa.

A tarefa de realizar a apresentação da empresa foi atribuída à estagiária com o objetivo de familiarizá-la com a mesma e, ao mesmo tempo, de proporcionar uma abordagem inovadora e mais envolvente. A empresa estava interessada numa proposta que fosse diferente e mais atrativa, com um toque mais jovem, a fim de criar um impacto positivo e diferenciador.

A estagiária optou por utilizar o Canva, sabendo que esta plataforma proporcionava maior flexibilidade no design da apresentação. Após receber todas as informações que deveriam ser incluídas na apresentação, ela desenvolveu o material na plataforma, utilizando as cores e tipos de letra consistentes com a identidade visual da empresa Toyota. Isto estava em conformidade com a regra da Toyota Material Handling de manter a consistência nas bases de design. (Ver Figura 6)

Após a conclusão da apresentação, a estagiária compartilhou-a durante uma das reuniões semanais com o departamento de marketing. A tarefa foi aprovada e foi partilhada na pasta de “Marketing e Comunicação” da empresa.



Figura 6-Apresentação da Divisão

2.3.5. Folheto e *Banner* para campanha promocional

Uma campanha promocional é uma estratégia de marketing temporária, geralmente direcionada a um público-alvo específico, com o objetivo de promover produtos, serviços ou eventos, incentivando a venda, o envolvimento do cliente ou a participação. Geralmente estas campanhas têm um período limitado de validade e são planeadas para gerar um aumento nas vendas ou no envolvimento do público durante esse período.

A estagiária foi desafiada a envolver-se nas campanhas promovidas pela empresa, apesar de não estar diretamente envolvida em todas as etapas. Foi solicitado que criasse um *banner* promocional para a campanha, a ser exibido na página inicial do *site* e também adicionado à assinatura de email de todos os colaboradores da empresa (Ver Apêndice III). Além disso, a estagiária recebeu a tarefa de elaborar o folheto publicitário para a campanha, demonstrando as suas habilidades e proporcionando uma visão do processo de campanhas promocionais nas empresas deste porte, incluindo o uso de folhetos que os vendedores entregam aos clientes para incentivá-los a adquirir um determinado produto, neste caso, o BT Tyro LHE130, um porta-paletes elétrico.

A empresa visava promover as vendas deste equipamento específico. Transmitiram à estagiária a mensagem que desejavam comunicar nessa campanha: incentivar os clientes a optarem por um porta-paletes elétrico em vez de um porta-paletes

manual, destacando os benefícios para a saúde (ver Tabela 3 – Briefing para o *Banner* e Tabela 4 – Estratégia Criativa do *Banner*).

Tabela 3-Briefing para o *Banner*

| | |
|-------------------------|--|
| Fatos Principais | Quanto ao equipamento escolhido, este é muito parecido com um dos que são mais vendidos, mas com características diferentes e melhor para os clientes. |
| Objetivo | Notoriedade do produto e fazer com que o produto seja o eleito das pessoas. |
| Alvo | Empresas |

Tabela 4-Estratégia Criativa do *Banner*

| | |
|----------------------------|--|
| Estratégia Criativa | Fazer com que o produto seja conhecido por fazer melhor à saúde das pessoas e mais eficiente do que o manual |
| Suportes | Ambiente industrial |
| Tom | Demonstrativo, cativante, promocional |

A mensagem escolhida pela estagiária e colaboradores foi “As suas costas agradecem”. Além disso, ela optou por exibir o preço original e o novo preço promocional, incentivando as pessoas a fazer a compra online. Para a campanha, foram selecionadas as cores base da identidade visual da Toyota Material Handling, incluindo o vermelho, que é uma cor muito associada à marca Toyota e também está presente no logótipo da marca, além do preto, cinza e amarelo, este último usado para destacar a parte da promoção de preço.

O *banner* criado apresenta a frase “Escolha BT Tyro LHE130 Porta-Paletes Elétrico, As suas costas agradecem” com o nome do equipamento destacado em vermelho e o restante em preto, além de uma frase adicional “Elimine problemas de saúde originados por movimentação de cargas”. A imagem do *banner* inclui uma pessoa a

empurrar um porta-paletes elétrico. Destaca-se a amarelo o preço anterior e o novo preço promocional, com um aviso que a promoção é limitada ao stock disponível. Isto proporciona uma mensagem clara e atrativa, destacando os benefícios da opção pelo porta-paletes elétrico e incentivando a ação por meio da promoção. Ainda um botão em vermelho com “Ver Mais” para incentivar ao clique e assim as pessoas irem diretas para o produto em questão, como se vê na Figura 7, e onde podem ver as respetivas características deste e vídeos do mesmo e onde podem comprar online.



Figura 7-Banner de Campanha Promocional

No folheto, Figura 8 e 9, foi decidido utilizar a mesma base do *banner*, tornando-o uma escolha eficiente e coerente. Algumas modificações foram feitas, incluindo a remoção da frase secundária, do botão (já que não havia link para clicar) e da figura amarela com os preços. Foi adicionada a frase “Compre online” para incentivar a compra via internet. (Ver Tabelas 5 e 6)

Na parte da frente do folheto, abaixo do *banner*, foram incluídas frases que motivam a compra do equipamento, enfatizando a preocupação com a saúde das pessoas para incentivar a escolha do equipamento elétrico. Uma imagem do equipamento em questão foi adicionada, seguida da figura amarela com os preços. Além disso, foi inserido na página um QRcode para direcionar as pessoas para a página online. Esta abordagem visa tornar a compra mais conveniente e direcionada, destacando os benefícios do produto.

Na parte de trás do folheto, foi criado um retângulo que destaca as características mais importantes do equipamento, com *stickers* (autocolantes) em tamanho pequeno associadas a cada característica apresentada. Por baixo dessas características, foram incluídas três imagens relativas a alguns dos aspetos do equipamento e ainda na mesma página, uma frase para incentivar as pessoas a assistir a vídeos sobre o equipamento no *site*, e um QRcode é fornecido para direcioná-las para esses vídeos. Isto fornece

informações detalhadas sobre as características do produto e incentiva a exploração adicional por meio de recursos visuais e conteúdo online. (Ver Apêndice IV)

Tabela 5-Briefing para Folheto

| | |
|-------------------------|--|
| Fatos Principais | Quanto ao equipamento escolhido, este é muito parecido com um dos que são mais vendidos, mas com características diferentes e melhor para os clientes. |
| Objetivo | Notoriedade do produto e fazer com que o produto seja o eleito das pessoas e assim ganhar notoriedade da marca. |
| Alvo | Empresas e Clientes Habituais |

Tabela 6-Estratégia Criativa para Folheto

| | |
|----------------------------|--|
| Estratégia Criativa | Fazer com que o produto seja conhecido por fazer melhor à saúde das pessoas e mais eficiente do que o manual. Fazer uma promoção do equipamento para incentivar à compra. |
| Suportes | Ambiente industrial |
| Tom | Demonstrativo, educacional, cativante, promocional |

Toyota Caetano Portugal, S.A.
www.empilhadores.toyota.pt

TOYOTA
MATERIAL HANDLING

Escolha
BT TYRO LHE130
Porta-Paletes Elétrico
As suas costas agradecem!

COMPRE ONLINE



Movimentar cargas pesadas com um porta-paletes manual, exige algum esforço físico, sobretudo no arranque e manobras em espaços apertados. A frequência destas operações, pode trazer-lhe problemas de saúde.

BT Tyro LHE130 é a alternativa elétrica que reduz drasticamente o esforço físico, simplificando o transporte e a manobra de cargas até 1300 kg. **Proteja a sua saúde!**

COMPRE ONLINE POR APENAS

2443€
1960€*

*Promoção limitada ao Stock




www.empilhadores.toyota.pt

Entregas gratuitas em Portugal Continental. Preços não incluem IVA

07/2023

Figura 9-Folheto (parte da frente)

Toyota Caetano Portugal, S.A.
www.empilhadores.toyota.pt

TOYOTA
MATERIAL HANDLING

- A bateria de iões de lítio isenta de manutenção pode ser facilmente substituída ou carregada diretamente no porta-paletes em 2 horas
- Código PIN para controlo de acessos
- Manobrabilidade sem esforço, leve e compacto
- Dimensões e peso reduzido
- Chassis de 5 rodas para excelente estabilidade do porta-paletes e cargas transportadas
- Combina os recursos de um porta-paletes elétrico com a flexibilidade de um porta-paletes manual










Consulte os nossos vídeos no site






Figura 8-Folheto (parte de trás)

2.3.6. Banner para mostrar a ferramenta de assistência técnica

A empresa desejava destacar o serviço de assistência técnica prestado pelos colaboradores da Toyota. Esta queria mostrar que os clientes têm à sua disposição assistência tanto pessoalmente quanto através do *site*, onde os colaboradores estão sempre disponíveis para ajudar. Para divulgar esta ferramenta disponível no *site*, a estagiária recebeu a sugestão de criar outro *banner* para a página inicial e para a assinatura de email dos colaboradores (Ver Apêndice III). Isto visa enfatizar o compromisso da empresa em fornecer suporte técnico acessível e eficaz aos clientes.

A estagiária iniciou o desenvolvimento do banner após compreender a proposta desejada. Ela escolheu utilizar o Canva, a ferramenta mais adequada para a tarefa. Dado que a empresa precisava seguir as diretrizes de design da Toyota Material Handling, que incluíam a padronização de fontes e cores, a estagiária concentrou-se principalmente na criação da mensagem, na seleção de imagens e na organização do conteúdo no banner. Isto assegurou a conformidade com as diretrizes de design da empresa-mãe.

Por isso, a estagiária adotou uma abordagem eficaz na criação do banner, utilizando a barra de ferramentas de assistência do site para ilustrar como pedir ajuda online. Ela organizou o *banner* de forma a destacar a mensagem, com a parte da escrita num lado, uma imagem associada na outra e a barra de assistência no meio. A mensagem principal, “Precisa assistir o seu empilhador?”, foi escolhida pela chefe de departamento,

bem como as frases secundárias, como “Agora pode fazer o seu pedido online. Em qualquer lugar e a qualquer hora”. Além disso, foi incluído um botão vermelho com a frase “Pedir Agora” para incentivar os visitantes a clicarem e serem direcionados para o chat de assistência, onde podem iniciar uma conversa com um dos colaboradores disponíveis a ajudar.

Tabela 7-Briefing para atividade desenvolvida

| | |
|-------------------------|---|
| Fatos Principais | A empresa tem à disposição dos seus clientes assistência técnica disponível sempre que os mesmos necessitarem que podem usufruir no <i>site</i> online. |
| Objetivo | Fazer com que os clientes cliquem e usem mais a ferramenta de assistência e assim também ganhar mais notoriedade da marca |
| Alvo | Empresas e Clientes Habituais |

Tabela 8-Estratégia Criativa para Atividade Desenvolvida

| | |
|----------------------------|---|
| Estratégia Criativa | Mostrar às pessoas que usam o site que têm à sua disposição uma assistência sempre para eles, sempre que necessitarem e que basta clicar na ferramenta que existe no site e têm um colaborador à disposição deles |
| Suportes | Ambiente industrial |
| Tom | Demonstrativo, criativo, preciso |

O *banner*, Figura 10, foi adotado como parte da assinatura de email de todos os colaboradores na divisão de empilhadores da Toyota, destacando a disponibilidade da assistência online.

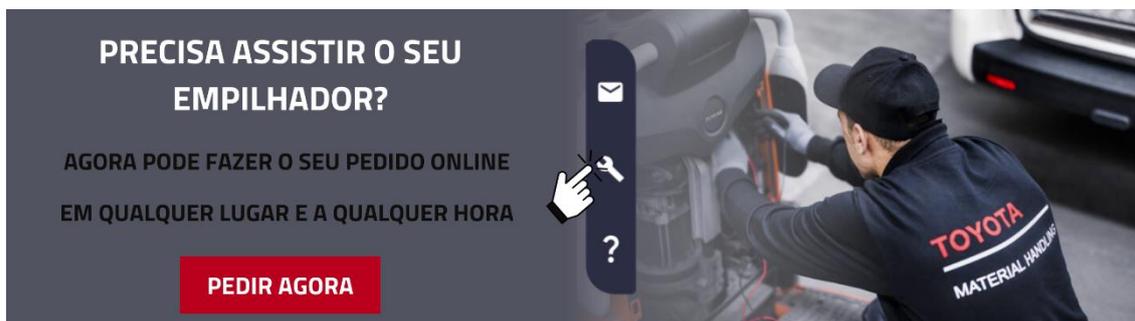


Figura 10-Banner para assistência técnica

2.3.7. Inventário do material de marketing e atualização de ficheiro Excel

A equipa de marketing divulgou à estagiária um arquivo Excel contendo um registo de todos os materiais que possuem, tanto da divisão Norte, como Sul, os quais estavam desatualizados e sem corresponder aos recursos existentes no showroom. Eles explicaram que frequentemente participam em eventos nos quais exibem a imagem da empresa com bandeiras, *roll ups*, posters e outros materiais de divulgação.

Propuseram então, que a estagiária realizasse a tarefa de catalogar todo o material presente no showroom, organizá-lo adequadamente e fotografar cada item. Isto permitiria organizar o ficheiro Excel, facilitando o acesso da equipa de marketing ao material de que precisam, bem como informações sobre a quantidade disponível.

Num dia, a estagiária e a colaboradora Raquel foram juntas para o *showroom* (espaço de exposição). Lá, elas identificaram o material disponível, contaram a quantidade de cada item, tiraram fotos e registaram todas as informações necessárias. De seguida, a estagiária organizou um Excel categorizando os materiais, listando os nomes, indicando a quantidade em stock, especificando a localização no showroom e anexando a foto correspondente de cada material. Isto resultou num registo completo e organizado de todo o material de marketing disponível na empresa.

A tarefa de catalogar e organizar os materiais de marketing foi importante para a estagiária, pois permitiu que ela entendesse como empresas participam em diversos tipos de eventos, compreendesse o funcionamento desses eventos e a posição que a empresa ocupa neles. Para além disso, a experiência ajudou a estagiária a aprender quais materiais são comumente usados em eventos e a compreender o processo de planeamento e

preparação dos mesmos. Isto enriqueceu o conhecimento da estagiária em relação aos materiais de marketing de eventos e à dinâmica envolvida na participação da empresa nesses eventos.

Após a atualização completa do Excel, a estagiária colocou-o na pasta de Marketing e Comunicação, permitindo que todos os membros da equipa tenham acesso a ele quando necessário. Isto garante que a empresa possa facilmente consultar o registo dos materiais de marketing disponíveis sempre que precisarem.

2.3.8. Criação de *site* para requisição do material de marketing

Um *site* é uma plataforma online composta por páginas web que podem conter informações, imagens, vídeos, links e outros recursos interativos. Ele é acedido por meio de um navegador da web e geralmente é identificado por um endereço URL exclusivo. Os *sites* podem servir para diversos propósitos, desde apresentar informações sobre uma empresa ou organização até fornecer serviços, vendas online, blogs e muito mais. Em resumo, um *site* desempenha um papel fundamental na construção da presença online de uma empresa, na comunicação com o público e no crescimento dos negócios. É uma ferramenta versátil que oferece uma ampla gama de benefícios para as empresas.

A iniciativa da engenheira Ana Paula de garantir que todos os membros da empresa Toyota Caetano da divisão de equipamentos industriais tenham acesso ao material de marketing catalogado e organizado foi uma abordagem muito eficiente. Isto garantiu que o material fosse facilmente acessível a todos, tanto na divisão Norte como no Sul, garantindo que todos soubessem onde encontrar o material quando fosse necessário. Para mais, isto ajuda a rastrear o material e a localização deste, o que é importante para evitar danos e perdas, bem como responsabilizar quem o tem. Em resumo, esta iniciativa visa otimizar o acesso ao material de marketing, mantendo-o organizado e protegido.

Assim, surgiu a proposta para a estagiária encontrar uma solução que permitisse a todos os colaboradores fazerem solicitações internas de material da empresa. A estagiária estava ciente das limitações financeiras para implementar uma solução sofisticada, uma vez que se tratava apenas de um estágio de mais ou menos três meses. Portanto, ela teve de conceber uma ideia que fosse eficiente e acessível para todos os colaboradores, tornando mais fácil o acesso e a solicitação do material necessário para eventos e outras necessidades.

Neste sentido, a estagiária e a equipa tiveram a ideia de criar um *site* interno exclusivo para os colaboradores da empresa, na qual estes poderiam solicitar material, e a equipa de marketing teria acesso aos dados das solicitações. Como o objetivo era a solicitação de material, sem a necessidade de efetuar compras, optou-se por desenvolver o *site* de requisições no SharePoint, que permitia um acesso fácil para o grupo.

Após a discussão, a estagiária começou a trabalhar na criação do *site* no SharePoint. Começando pela escolha do modelo da página inicial, esta optou por um modelo vermelho, em conformidade com a marca Toyota. A página inicial contava com um *banner* contendo uma foto de um evento anterior da empresa, seguido então por quatro opções que permitiam aos colaboradores escolher o tipo de material desejado: Material de Eventos, Material Antigo, Catálogos e Brindes. Na parte inferior da página, eram exibidas imagens de eventos anteriores em que a empresa havia participado. Além disso, na página inicial, havia informações adicionais sobre o site.

A estrutura do site era organizada de forma a facilitar a requisição de materiais. Havia as opções principais na página inicial, incluindo “Material de Eventos”, “Material Antigo” e “Catálogos” (Ver Figura 11). Quando se clicava numa dessas opções, uma nova página era aberta com mais opções específicas, como “Exposição”, “*Roll Ups*”, “Faixas” e “Outros”. Em cada uma dessas opções, estavam disponíveis todos os materiais que podiam ser requisitados, juntamente com uma descrição de cada produto.

Para conseguirem tornar o acesso mais fácil aos dados para a equipa, foi criado um formulário em que os colaboradores deveriam destacar o número do produto desejado ao fazer a solicitação. Portanto, as imagens dos produtos foram numeradas para referência, tornando o acesso mais eficiente.

Para gerenciar as solicitações de material de forma eficiente, a estagiária criou um formulário separado para cada página de materiais no Microsoft Forms. Cada formulário tinha questões específicas, e as respostas seriam direcionadas para a caixa de email do membro da equipa de marketing responsável. O formulário continha as seguintes perguntas:

1. Nome do Colaborador
2. Email de contacto
3. Se fazia parte da Divisão Norte ou Sul da empresa
4. O material a requisitar
5. Período de utilização
6. Necessidade de transporte para o material

7. Para que propósito precisava do material

Estas informações eram fundamentais para garantir que as solicitações fossem atendidas de forma eficaz e para que a equipa de marketing pudesse gerir as entregas e o controlo de stock de forma adequada.

Posto isto, a estagiária apresentou a sua proposta na reunião semanal da equipa, e após a discussão e a realização de vários testes para ver se funcionava corretamente, a proposta foi aprovada pela chefe de departamento. Posteriormente, a ideia foi proposta à empresa como uma iniciativa Kaizen, que é uma abordagem japonesa de melhoria contínua. Isto demonstra que a empresa reconheceu o valor da ideia e estava disposta a implementá-la como parte dos seus esforços de melhoria e eficiência interna.

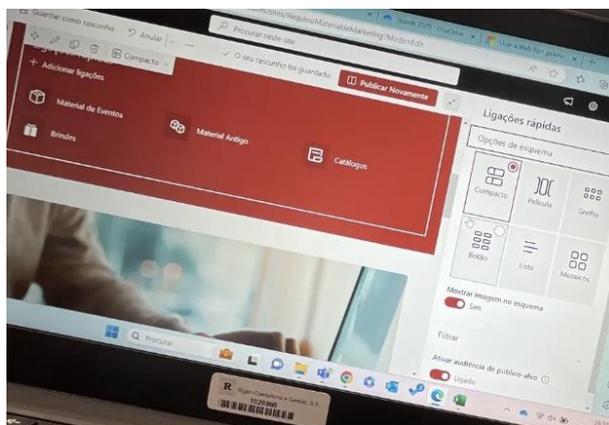


Figura 11-Site para requisição de material

2.3.9. Soluções para YouTube da empresa

A empresa Toyota Caetano, a divisão de empilhadores tem um canal de YouTube onde tinha vários vídeos. Para melhorar a presença no canal de YouTube da Toyota Caetano e otimizar a forma como os vídeos eram organizados e apresentados, a estagiária recebeu a tarefa de fazer algumas melhorias. A situação anterior mostrava que o canal tinha vídeos, mas a organização e a atualização não estavam a ser eficientes (Ver Apêndice V). Portanto, a estagiária precisou de trabalhar nesses aspetos para tornar o canal mais funcional e atrativo para os clientes e outros utilizadores interessados (ver tabela 9 – briefing para vídeo).

Tabela 9-Briefing para vídeo

| | |
|-------------------------------|--|
| Objetivos de marketing | Aumentar o Reconhecimento da Marca |
| Alvos publicitários | Clientes atuais e potenciais Empresas e Organizações Industriais |
| Objetivos | Informar e educar Estabelecer uma conexão duradoura com os espectadores Aumentar a visibilidade dos vídeos nos resultados de pesquisa do YouTube e inscrições no canal Reforçar a identidade da marca e comunicar os seus valores |

A estagiária iniciou o seu trabalho analisando o canal do YouTube da empresa e identificou várias áreas de melhoria. Notou que o canal continha muitos vídeos, com conteúdo não atrativo e de qualidade inferior. Além disso, o canal precisava de organização e não tinha um vídeo de apresentação, algo comum em canais do YouTube. Essa análise inicial ajudou a identificar as áreas que precisavam de melhorias.

Decidiu começar o seu trabalho otimizando o canal do YouTube tomando algumas medidas iniciais. Primeiro, avaliou os vídeos existentes no canal para determinar quais poderiam ser removidos e quais deveriam ser destacados devido ao seu apelo e relevância. A estagiária fez uma seleção dos vídeos a serem destacados e compartilhou esta proposta com a equipa, pois era necessário obter aprovação para realizar alterações no canal. Para além disso, a estagiária propôs a criação de playlists para organizar melhor o conteúdo do canal, tornando-o mais fácil de navegar para os espectadores. Essas propostas foram discutidas em reuniões e aguardavam aprovação.

Paralelamente, a estagiária começou a trabalhar na criação de um vídeo de apresentação (trailer) para o canal, algo que faltava e que seria importante para dar uma boa impressão aos visitantes do canal (ver tabela 10 – Estratégia criativa para Vídeo).

Tabela 10-Estratégia Criativa para Vídeo

| | |
|----------------------------|---|
| Estratégia Criativa | Manter a atenção do espectador. Tornar o YouTube mais apelativo para gerar mais tráfego. |
| Suportes | Digital |
| Tom | Criativo, Informativo, Atrativo |

Iniciou-se o processo de criação do vídeo de apresentação do canal do YouTube para o efeito a estagiária recorre à base de dados da Toyota Material Handling. Esses vídeos eram provenientes de diferentes países e abordavam uma variedade de tópicos. A estagiária selecionou os vídeos que considerava interessantes e relevantes para o vídeo de apresentação e “baixou-os” para o computador.

De seguida, precisou de encontrar uma ferramenta de edição de vídeo adequada para criar o *trailer* (pequeno vídeo de apresentação) do canal. Após alguma pesquisa, optou por utilizar o ClipChamp⁶, uma aplicação gratuita e online que oferecia as funcionalidades necessárias para a edição de vídeo. Com o ClipChamp, começou a montar o vídeo de apresentação.

O processo de criação do vídeo de apresentação consistiu em recortar os vídeos selecionados e a organizar as partes relevantes de cada um. A estagiária assistiu a cada vídeo para identificar as secções que poderiam ser aproveitadas para o vídeo de apresentação e, em seguida, recortou essas partes específicas.

Depois disso, a estagiária elaborou um guião para o vídeo, na qual reuniu informações relevantes no *site* oficial da empresa, o guião serviu como um guia para o conteúdo que seria incluído no vídeo. Escreveu o texto que seria usado no vídeo, detalhando as informações que precisavam de ser comunicadas, isso proporcionou uma estrutura clara para o vídeo e permitiu que esta trabalhasse de forma mais eficaz na montagem das imagens e do áudio.

Posteriormente, começou a montar o vídeo, reunindo as várias peças para criar uma apresentação coesa da empresa. A estagiária focou-se em destacar o funcionamento da empresa, a localização, equipa, equipamentos e as melhores características da mesma. Para adicionar uma narração de fundo, utilizou a ferramenta online Vídeo Cutter para inserir um texto falado. Escreveu o texto desejado e escolheu uma voz para narrar o vídeo nos pontos desejados, dando ao vídeo um toque profissional e semelhante a um trailer.

A estagiária produziu dois/três vídeos de apresentação, como se pode ver nas figuras 12 e 13, e apresentou-os à equipa de marketing numa reunião para obter aprovação da chefe de departamento. Embora os vídeos tenham sido aprovados pela Engenheira Ana Paula, eles ainda não foram publicados, pois a empresa estava focada noutras prioridades, como campanhas e eventos em andamento, pelo menos até a estagiária ter concluído o estágio.

⁶ ClipChamp: Plataforma online que oferece ferramentas de edição de vídeo, compressão de vídeo e criação de conteúdo multimídia.



Figura 12-Vídeo de apresentação para YouTube



Figura 13-Vídeo de apresentação para YouTube

2.3.10. Criação de legendas e Voz Off⁷ para vídeos a serem divulgados em Eventos

A empresa participa em vários eventos ao longo do ano e costuma ter um espaço dedicado à exposição de produtos relacionados com a empresa (Ver Figura 14). No mês de setembro, a empresa tinha planeado participar em dois eventos: o Automotive e o Pharma, (conferências e congressos), nos quais desejavam destacar a empresa, especialmente a campanha do BT Tyro.

A estagiária foi informada de que desejavam mostrar vídeos durante esses eventos, já que tinham disponível um televisor. No entanto, surgiu um desafio, pois os vídeos disponíveis estavam em inglês, o que poderia não cativar tanto o público-alvo local.

⁷ Gravação de voz sem imagem a passar com as imagens do vídeo não associadas ao transmissor de voz

A engenheira forneceu os dois vídeos que ela desejava que a estagiária acrescentasse legendas e uma narração em português. Desta forma, os vídeos seriam mais atrativos e compreensíveis para o público presente nesses eventos.

Após assistir aos vídeos, a estagiária anotou as legendas e os momentos em que aparecem para depois traduzir para português. Utilizando a ferramenta CapCut, adicionou as legendas aos vídeos, que precisavam de cobrir as legendas originais em inglês. Após concluir esse passo, a estagiária criou a narração nos vídeos usando a ferramenta online Video Cutter, escolheu vozes que ficavam adequadas às pessoas que apareciam no vídeo e, assim, finalizou a tarefa.

Posteriormente à conclusão da tarefa, a estagiária submeteu os vídeos no quadro Kaizen para aprovação. Após a aprovação, os vídeos foram exibidos no televisor nos respectivos eventos (Ver Apêndice VI).



Figura 14-Evento Automotivo

Reflexão Final

O Estágio Curricular proporciona ao estudante a oportunidade inicial de se inserir no universo profissional. Após três anos imersos de aprendizagem, absorvendo uma gama diversificada de conhecimentos teóricos e práticos, enfrentando desafios e momentos de reflexão, chega o momento crucial, o terminar da licenciatura. Ao término do curso, abre-se uma significativa janela de aproximadamente três meses para vivenciar a realidade de uma empresa, colocando em prática tudo o que foi aprendido, mas, acima de tudo, adquirindo ainda mais conhecimento.

A oportunidade de aprender com profissionais da área, que possuem todas as ferramentas para compartilhar as estratégias empregadas pela empresa, é um privilégio valioso.

O estágio curricular na empresa Toyota Caetano Portugal-Divisão de Equipamentos Industriais foi uma experiência extremamente enriquecedora para a estagiária, oferecendo-lhe valiosos insights tanto no campo do marketing digital quanto no ambiente de trabalho. Durante o estágio, a estagiária teve a oportunidade de aprofundar os seus conhecimentos e adquirir experiência prática em diversas tarefas que já havia experimentado durante os três anos de estudos no politécnico.

Além disso, essa experiência contribuiu significativamente para o desenvolvimento da sua autonomia e uma motivação contínua para aprender e assimilar novos conceitos. Essa mentalidade mostra-se crucial para alcançar o sucesso no mundo profissional.

Referências Bibliográficas

Rasquilha, L., & Veras, M. , Primeira Edição INOVA: São Paulo (2017). Strategic Building Blocks.

Wheeler, A. Quarta Edição John Wiley and Sons. (2012). Designing Brand Identity: Na Essential Guide for the whole Branding Team.

Sotomayor, Rodrigues, Duarte, Quarta Edição Rei dos Livros. (2021). Princípios de Gestão das Organizações.

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndices



Apêndices

Apêndice I – Artigo “5 boas razões para comprar um empilhador usado”

Apêndice II – Proposta de Catalogação no site

Apêndice III – *Banners* (Assinatura de Email)

Apêndice IV – Folheto da Campanha

Apêndice V – Canal de YouTube

Apêndice VI – Vídeo apresentado em Eventos

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice I

Artigo: “5 boas razões para comprar um empilhador usado”





5 boas razões para comprar um empilhador usado

Precisa de um empilhador extra para o seu armazém? Já pensou que não precisa necessariamente de escolher um modelo novo? Dependendo da atividade e do uso esperado, um equipamento usado às vezes é uma solução mais inteligente. Descubra 5 boas razões para isso.

1. Usado ou 'em segunda mão' pressupõe 'Poupança'

Se a sua empresa não pretende investir de imediato na compra de um equipamento novo, um empilhador em segunda mão é uma boa alternativa, passando a beneficiar de mais flexibilidade a nível financeiro. Opte por comprar um usado de um parceiro confiável que lhe assegure uma máquina de elevada qualidade a um preço mais baixo, para assim conseguir obter 'poupança'.

Os equipamentos usados Toyota oferecem-lhe a confiança que procura. São selecionados em função das características iniciais e submetidos a um rigoroso recondicionamento.

2. Pode usar o empilhador mais rapidamente

Uma grande vantagem dos equipamentos usados é que estão mais rapidamente disponíveis após a encomenda. Ideal para lidar com períodos movimentados na empresa, quando se depara com uma escassez de máquinas. Ou quando a sua operação está a mudar e não está ainda estabilizada. Desta forma, o seu planeamento e o dos seus clientes não fica comprometido.

3. Ideal como backup para as suas máquinas atuais

Há certas situações em que um equipamento novo não é realmente necessário, como por exemplo se pretender ter um backup para a sua frota principal ou se o empilhador for usado ocasionalmente - para um único serviço ou apenas algumas horas por dia. Nestes casos, um empilhador em segunda mão oferece-lhe o apoio que necessita a um preço mais baixo.

4. Um empilhador usado pode oferecer elevada qualidade

Se comprar um equipamento usado, é importante procurar um parceiro de confiança. Certifique-se de perguntar sobre a vida útil e garantia, se as revisões foram todas efetuadas, se ocorreram avarias e se foram utilizadas peças originais nas reparações.

Os equipamentos usados da Toyota provêm da frota de aluguer contratada, onde apenas os melhores são seleccionados para venda ou aluguer. Todos os equipamentos seleccionados foram preservados com peças genuínas, por técnicos treinados da Toyota, significando que se conhece toda a história do equipamento a ser recondicionado.

5. A oferta é grande

Encontrar um empilhador usado que se adapte perfeitamente às suas necessidades não tem de ser uma longa procura.

Na Toyota oferecemos uma ampla gama, com vários tipos de equipamentos e alternativas para o mesmo modelo. Dessa forma, tem sempre um usado à sua disposição. Rapidamente e sem grandes investimentos.



Toyota Caetano Portugal - Empilhadores
Gestão de Produto

Se está interessado em acompanhar o setor siga-nos nas redes sociais /Subscreva a nossa newsletter:
[Linkedin](#) | [Facebook](#) | [Youtube](#)

[Subscrever Newsletter](#)

Sobre a Toyota

Toyota Caetano Portugal, SA
Onde estamos
Porquê escolher Toyota
Design
Notícias e PR

Valores Toyota

Sistema de Produção Toyota (TPS)
Sustentabilidade
Conceito de Serviço Toyota

Conteúdos e Dicas

Guias
Biblioteca de Conteúdos
Estudos de Caso
Blogs

Apoio ao cliente

Contacte-nos
Transportes & Entregas
Pagamentos
Garantia
Como comprar online?

[Chat agora](#)



TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice II

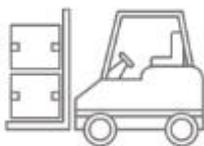
Proposta de Catalogação no site





[PRODUTOS](#) [VER GAMA](#) [GUIAS](#) [CATÁLOGOS](#)

Os nossos Catálogos



PRODUTOS



SOLUÇÕES



SEGURANÇA



CONTACTE-NOS

Produtos

Nesta secção encontra os catálogos comerciais das gamas de produto comercializadas pela Toyota Caetano Portugal, SA. **O que pode encontrar em cada catálogo?** Uma visão geral da gama, especificações, detalhes sobre o que está incluído de série em cada modelo, opções disponíveis e ainda fotos de aplicações e detalhes do produto.



Porta-Paletes Manuais

Interessado em encontrar o Porta Paletes manual certo para as suas necessidades? Descubra a gama **BT LIFTER** completa neste catálogo.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Porta-Paletes Elétrico

Prepare-se para aumentar a produtividade no transporte horizontal de mercadorias com esta gama **BT LEVIO**

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Stackers Elétricos

Gama **BT STAXIO** de **stackers** versáteis, para operações leves a pesadas, com empilhamento seguro de mercadorias em armazém.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Order Pickers

Preparadores de encomendas da gama **BT OPTIK**, compactos e compatíveis com variados transportadores de carga.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Empilhadores Retrótilt

Da cabine basculante à direção 360°, da travagem regenerativa ao controlo de elevação de transição, da telemática integrada... Tudo é inovador na gama **BT REFLEX**

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Empilhadores Elétricos

Descubra todas as vantagens dos empilhadores elétricos da gama **TRAIKO**. Disponíveis com tecnologia **Li-Ion**, grande ergonomia e robustez para trabalhos no interior e exterior.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Empilhadores Diesel e Gás/Gasolina

Visivelmente potentes com motor de combustão, industrial, Toyota. A gama **TONERO** consegue transportar cargas pesadas em longas distâncias no exterior

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Tratores de Reboque

Precisa ser mais eficiente na sua operação de e-commerce ou abastecimento de linhas de produção? A gama **BT TRACTO** "sem garfos" pode ser uma solução.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Empilhadores VNA

Esta gama **BT VECTOR** é usada para separação de pedidos e manuseamento de paletes completas em níveis altos e em corredores estreitos. Guiamento automático no corredor, por carril ou fio magnético.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)

Soluções

Escolher um produto comercializado pela Toyota Caetano Portugal, SA pode não ser suficiente. Se tem esta dúvida: **Qual a melhor solução para a minha operação?** Está no sítio certo. Nesta secção pretendemos fornecer informação adicional sobre áreas e soluções específicas que ajudem à decisão.



Armazenamento Frio

Armazenamento em frio é um dos ambientes de trabalho mais duros para operadores e equipamentos. Neste catálogo pretendemos esclarecer dúvidas e oferecer soluções para ultrapassar dificuldades.

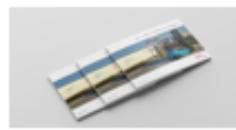
[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Baterias Iões de Lítio

As baterias de Iões de lítio podem apoiar as operações de forma mais eficiente. Será vantajoso para a sua operação passar a usar esta tecnologia?

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Baterias Célula de Combustível - hidrogénio

Como pode a tecnologia de células de combustível ajudar as operações de logística? Quais são os benefícios e implicações das baterias de hidrogénio?

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Gestão de Frotas

Deseja mais informações sobre a sua frota de empilhadores? Descubra o pack i_Site ideal para as suas necessidades, o que pode obter com cada pack e quais as vantagens.

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)

Segurança

Pensar Segurança, é pensar Toyota! Aqui oferecemos regras e dicas úteis para utilizar os seus equipamentos de movimentação de cargas de forma segura, contribuindo igualmente para uma maior vida dos mesmos. Faça o download destes posters e afixe-os nos locais de operação.



Trabalho Seguro com Baterias e Carregadores Iões de Lítio

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Trabalho Seguro com Baterias e Carregadores chumbo-ácido

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Trabalho Seguro com Empilhadores Elétricos

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Trabalho Seguro com Porta-Paletes Elétricos

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Trabalho Seguro com Empilhadores Retrâteis

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)



Trabalho Seguro com Empilhadores Elétricos

[FAÇA DOWNLOAD AQUI](#)

Ainda tem dúvidas? Estamos aqui para isso. [Contacte-nos](#)

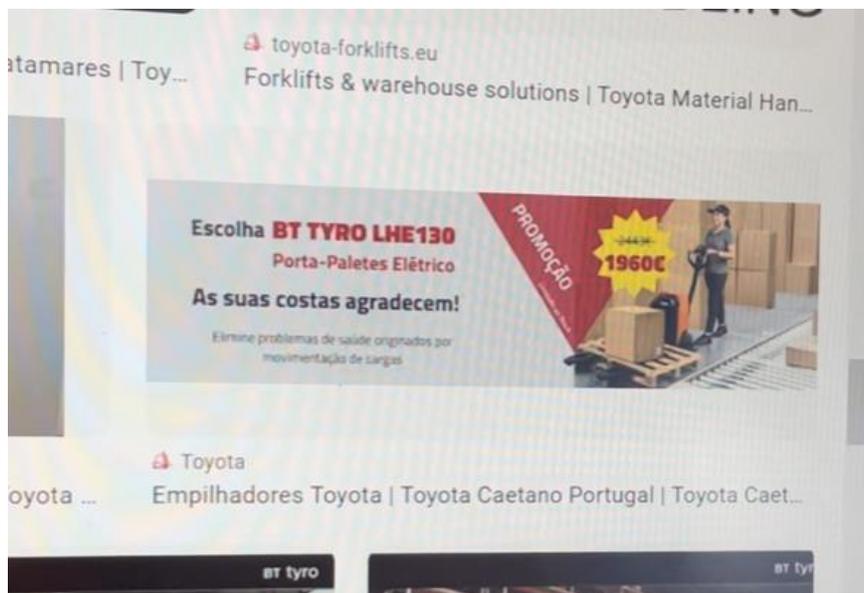
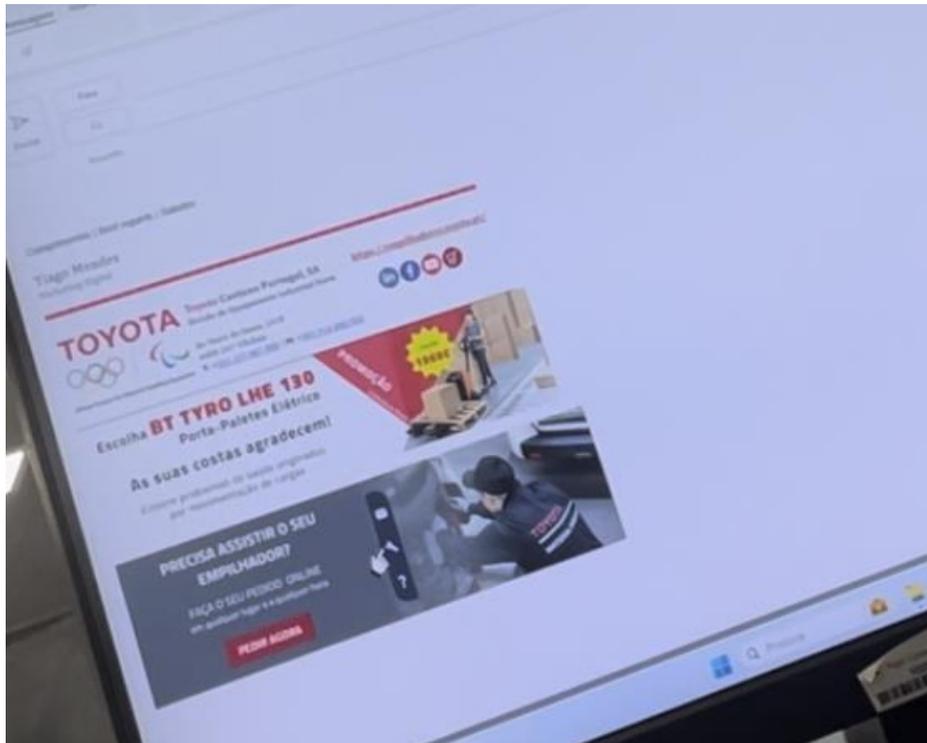
TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice III

Banners (Assinatura de Email)





TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice IV

Folheto da Campanha Promocional





Toyota Caetano Portugal, S.A.
www.empilhadores.toyota.pt

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Escolha
BT TYRO LHE130
Porta-Paletes Elétrico
As suas costas
agradecem!

COMPRE ONLINE



Movimentar cargas pesadas com um porta-paletes manual, exige algum esforço físico, sobretudo no arranque e manobras em espaços apertados. A frequência destas operações, pode trazer-lhe problemas de saúde.

BT Tyro LHE130 é a alternativa elétrica que reduz drasticamente o esforço físico, simplificando o transporte e a manobra de cargas até 1300 kg. **Proteja a sua saúde!**

COMPRE ONLINE POR APENAS

2443€
1960€*

*Promoção limitada ao Stock



www.empilhadores.toyota.pt

Entregas gratuitas em Portugal Continental. Preços não incluem IVA

07/2023



A bateria de iões de lítio isenta de manutenção pode ser facilmente substituída ou carregada diretamente no porta-paletes em 2 horas



Código PIN para controlo de acessos



Manobrabilidade sem esforço, leve e compacto



Dimensões e peso reduzido



Chassis de 5 rodas para excelente estabilidade do porta-paletes e cargas transportadas



Combina os recursos de um porta-paletes elétrico com a flexibilidade de um porta-paletes manual



Consulte os nossos vídeos no site



TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice V

Canal de YouTube





Empilhadores Toyota - Toyota Caetano Portugal

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

PORTUGAL

@empilhadoretoyota-toyotac1985 · 313 subscritores · 117 vídeos

Especialista na resposta aos desafios atuais na área da logística, oferece uma gama com... >

empilhadores.toyota.pt

Subscrever

Início Vídeos Shorts Playlists Comunidade Canais 🔍

▶ Equipamentos Adaptados ao seu Negócio



Carga e descarga - Empilhadores contrabalançados



Transporte horizontal



Armazenagem - empilhamento



Tratores de reboque e Picking



Preparação de encomendas

Início Vídeos Shorts Playlists Comunidade Canais 🔍

▶ Soluções e Serviços ▶ Reproduzir todos



Toyota I_Site - Gestão de frotas

Empilhadores Toyota - Toyota Ca...
255 visualizações · há 7 anos



Soluções Toyota Equipamento Industrial

Empilhadores Toyota - Toyota Ca...
885 visualizações · há 8 anos



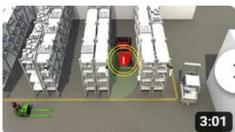
Formação de operadores - Empilhadores Toyota

Empilhadores Toyota - Toyota Ca...
2,2 mil visualizações · há 6 anos



SpotMe - Componentes e instalação

Empilhadores Toyota - Toyota Ca...
74 visualizações · há 7 anos



SpotMe - Sistema de Aviso para Armazéns Mais Seguros

Empilhadores Toyota - Toyota Ca...
500 visualizações · há 7 anos

▶ Sobre Nós



Clientes - testemunhos

Empilhadores Toyota - Toyota Caetano |
Ver playlist completa



Logística Inteligente Toyota

Empilhadores Toyota - Toyota Caetano |
Ver playlist completa



Eventos

Empilhadores Toyota - Toyota Caetano |
Ver playlist completa



Conceito de Serviço Toyota

Empilhadores Toyota - Toyota Caetano |
Ver playlist completa

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

Apêndice VI

Vídeo apresentado em Evento



