



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Carvas, David Xavier Santos
Tavares, Luís Guilherme Alves

**Estratégia e implementação de comunicação no
design : caso de estudo Serralharia Valente**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3737>

Metadados

Data de Publicação	2021
Resumo	O projeto final seguinte surge no âmbito da Licenciatura em Comunicação e Audiovisual na Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco, e tem como principal meio intuitivo dar a conhecer o trabalho produzido na Serralharia Valente, de forma a gerar uma relação próxima com os clientes que assistem ao conteúdo criado para a empresa, divulgando através do web site estruturado, com a nova marca gráfica desenhada, e complementando com estratégia de comunicação implementada, quais são os objeti...
Editor	IPCB. ESART
Palavras Chave	Criar, Projetar, Desafiar, Diferenciar, Agradecer
Tipo	report
Revisão de Pares	Não
Coleções	ESART - Design de Comunicação e Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-29T22:37:09Z com
informação proveniente do Repositório

Relatório de Projeto Final de Curso Estratégia e Implementação de Comunicação no Design: Caso de estudo Serralharia Valente

David Carvas 20170939

Luís Tavares 2060754

Orientadores

Docente Ana Sabino

Docente Madalena Ribeiro

Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Audiovisual, realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Ana Sabino e Professora Doutora Madalena Ribeiro, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Julho de 2021

Composição do júri

Presidente do júri

Especialista Pedro Guilherme de Carvalho Baptista Mota da Silva

Vogais

Doutor João Vasco Matos Neves

Professor Adjunto, Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

Doutora Maria Madalena Gonçalves Ribeiro

Professor Adjunto, Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

Doutora Ana Maria da Silva Alves Sabino Domingues

Professor Adjunto, Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

Agradecimentos

Como alunos do Instituto Politécnico de Castelo Branco queremos em primeiro lugar agradecer à instituição e à Escola Superior de Artes Aplicadas por as aprendizagens que nos proporcionaram ao longo dos três anos de licenciatura, pelas variadas ofertas formativas que o Instituto Politécnico de Castelo Branco nos oferece e pela diversidade de habilitações que a Licenciatura em Design de Comunicação nos consegue oferecer, de forma a preparar-nos como trabalhadores polivalentes no mercado.

Logo de seguida, agradece-mos de forma geral a todos os professores que acompanharam o nosso percurso desde o início até ao fim do curso, pois sem eles nada disto seria possível. Cada professor teve um papel importante no nosso acompanhamento escolar e profissional, de modo a valorizar o curso que temos e a mostrar-nos que basta querer-mos, e podemos alcançar tudo o que estiver no nosso caminho, e mesmo que não esteja, nós procuramos estar no caminho desse “tudo”. São estes pequenos pormenores que os professores da escola de artes nos transmitem e que fazem toda a diferença para estar aqui hoje a apresentar um projeto final, e desta forma concluir mais uma etapa.

Houve um professor que certo dia nos disse numa aula: “Estão a ver aqueles nomes que estão a passar em fundo preto de baixo para cima? Assistam até ao fim, um dia vão ser vocês a estar nesse fundo.” E de forma geral, é este tipo de mensagens que nos levamos da escola, por isso, um enorme obrigado a todos vocês professores.

Agradecemos também às nossas professoras e orientadoras Ana Sabino e Madalena Ribeiro, por terem a capacidade de nos conseguir guiar e ajudar ao longo de todo o nosso projeto final. Foram um dos nossos maiores e mais fortes focos, pois foram o nosso braço direito para conseguir-mos executar de forma profissional todos os nossos trabalhos.

Sem faltar, agradecemos ao Sr. Miguel Valente pelas inúmeras aprendizagens que nos facultou na execução do nosso projeto final, e na maneira como nos recebeu todos os dias que trabalhamos na sua empresa, de forma a dar-nos o seu ponto de vista nos produtos que apresentamos a dispor da empresa. Agradecemos também por este senhor e os restantes funcionários nos terem dado a conhecer o mundo da serralharia civil, e como ele por de trás de cada produto se torna um mundo surpreendente e fascinante aos olhos de quem o quer realmente apreciar.

Por fim, sem ser de menor importância, agradecemos aos nossos familiares e amigos que se tornaram ao longo destes três anos um grande pilar, e nos acompanharam sempre que precisamos no nosso percurso académico e na vida pessoal, dando-nos a força que precisávamos.

Resumo

O projeto final seguinte surge no âmbito da Licenciatura em Comunicação e Audiovisual na Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco, e tem como principal meio intuitivo dar a conhecer o trabalho produzido na Serralharia Valente, de forma a gerar uma relação próxima com os clientes que assistem ao conteúdo criado para a empresa, divulgando através do web site estruturado, com a nova marca gráfica desenhada, e complementando com estratégia de comunicação implementada, quais são os objetivos da serralharia e que valores a mesma transmite ao seu público-alvo.

Uma das maiores razões que nos fez optar pela escolha desta empresa foi por ser um ramo que pouco ou nada investidor no que toca a conteúdo gráfico e de multimédia. Desta forma, torna o trabalho que iríamos fazer para o cliente de alguma maneira desafiante e diferente dos trabalhos que fomos desenvolvendo ao longo do curso.

A Serralharia Valente está situada em Vale de Prazeres, mais propriamente em Monte Leal, e pertence ao Distrito de Castelo Branco.

Palavras-chave

Criar

Projetar

Desafiar

Diferenciar

Agradecer

Abstract

The next final project comes within the scope of the Degree in Communication and Audiovisual at Escola superior de artes aplicadas de Castelo Branco, and the main intuitive means is to make known the work produced at Serralharia Valente, in order to generate a close relationship with customers, where they can see the content created at the company, and disseminate through the structured web site, the new graphic brand designed, and the communication strategy implemented, what are the goals of the metalwork and what values it transmits to their customers.

One of the biggest reasons that made us choose this company, was because it is a field that invests little or nothing in graphic and multimedia content. In this way, it makes the work that we were going to do in some way challenging and different from the work we were developing throughout the course.

Serralharia Valente is located in Vale de Prazeres, more specifically in Monte Leal, and belongs to the Castelo Branco district.

Keywords

Create

Project

Challenge

Differentiate

To Thank

Índice geral

Conteúdo

1	Introdução.....	1
1.1	Motivação.....	1
1.2	Contextualização.....	2
1.3	Objetivos	2
1.4	Metodologia	3
1.5	Objeto de Estudo.....	5
1.6	Organograma.....	7
2	Fundamentação Teórica	8
3	Pesquisa e Análise.....	9
3.1	Estudo de Casos.....	9
4	Desenvolvimento.....	13
4.1	Criação do Conceito	13
4.2	Design.....	14
4.2.1	Rebranding da Identidade visual	14
4.2.2	Processo de criação/ Maquetes.....	15
4.3	Fotografia e Vídeo.....	16
4.3.1	Captação de Imagem	16
4.3.2	Edição e Pós-Produção.....	17
4.4	Web Site.....	18
4.4.1	Enquadramento	18

4.4.2	Objetivos.....	18
4.4.3	Fases de trabalho	18
4.4.4	Organização.....	19
4.4.5	Público-alvo	19
4.4.6	Propósito.....	19
4.4.7	Metas.....	19
4.4.8	Material Seleccionado	20
4.4.9	Prevalência de Conteúdos	20
4.4.10	Estudo de Cores.....	20
4.4.11	Mapa do Site	21
4.4.12	Wireframes	22
4.4.13	Cores e Tipografia	23
4.4.14	Uso de frameworks.....	24
4.4.15	Resultado final (Mockups).....	24
4.5	Estratégia de Comunicação	26
4.5.1	Pré Promoção da marca	27
4.5.2	Promoção de Produtos	36
4.5.3	Autopromoção	40
5	Conclusão	44
6	Referências Bibliográficas	45

Índice de figuras

Figura 1	Página Inicial do Web site Serralharia FF	10
Figura 2	Site Serralharia Metalgarve.....	11
Figura 3	Site Serralharia Lusomab	12
Figura 4	Banner divulgado na criação da página Serralharia Civil Valente.....	13
Figura 5	Rebranding da identidade visual (Serralharia Valente).....	14
Figura 6	Logotipo original Serralharia Valente	14
Figura 7	Paleta de cores da marca Serralharia Valente.....	15
Figura 8	Desmontagem da identidade visual.....	15
Figura 9	Captação de imagem e vídeo.....	16
Figura 10	Página “Inicio” do Web Site.....	24
Figura 11	Página “Equipa” do Web Site.....	25
Figura 12	Página "Serviços" do Web Site.....	25
Figura 13	Página "Equipa" do Web Site.....	25
Figura 14	Cartaz de divulgação da localização da Serralharia Valente	27
Figura 16	Animação Rodas Dentadas	29
Figura 15	Animação Gradeamento.....	29
Figura 17	Revelação logotipo Serralharia Valente.....	29
Figura 18	Publicação da animação criada para a divulgação do logotipo	30
Figura 19	Vídeo Promocional Serralharia valente.....	31
Figura 20	Grafismo criado para o Vídeo Promocional.....	32

Figura 21 Animação de galeria para representação dos Mockups da empresa	33
Figura 22 Publicação da Galeria de Mockups.....	33
Figura 23 Vídeo de apresentação correspondente à equipa de trabalho.....	34
Figura 24 Oráculo criado para o vídeo de apresentação da equipa	35
Figura 25 Cartaz de divulgação dos produtos e serviços da empresa	36
Figura 26 Publicação do Album de Fotografias.....	37
Figura 27 Grafismo criado para o vídeo promocional do serviço em questão.....	38
Figura 28 Publicação referente à montagem do portão de 2 folhas.....	38
Figura 29 Publicação do vídeo da Obra Completa.....	39
Figura 30 Oráculo criado para descrever o tipo de produto	39
Figura 31 Cartaz do alcance dos 100 seguidores no Facebook e Instagram	40
Figura 32 Cartaz dos 3000 alcances e 200 seguidores no Facebook.....	41
Figura 33 Última publicação da campanha.....	42
Figura 34 Mockup da página inicial do site Serralharia Valente	43

Índice de ilustrações

Ilustração 1 Esquema e Metodologia de trabalho abordada	4
Ilustração 2 Análise SWOT	6
Ilustração 3 Mapa de navegação do Web Site Serralharia Valente.....	21
Ilustração 4 Layout de baixa fidelidade do site Serralharia Valente	22
Ilustração 5 Paleta de cores do Web Site.....	23
Ilustração 6 Tipografia usada no Web Site Serralharia Valente.....	23

Lista de tabelas

Tabela 1 Organograma Projeto Final	7
Tabela 2 Cronograma da campanha de comunicação	26

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

- FF – Fernando Ferreira
- Escola das artes – Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco
- ESART – Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco
- SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Treats

1 Introdução

O presente projeto final foi desenvolvido pelos alunos Luís Tavares e David Carvas, sob orientação das docentes Ana Sabino e Madalena Ribeiro, com a finalidade de apresentar e introduzir o trabalho desenvolvido ao longo de todo o tempo disponibilizado para o projeto.

Para a aplicação dos nossos conhecimentos optamos por desenvolver este projeto em torno da empresa Serralharia Civil Valente, que já conta aproximadamente com dez anos de história, pertencente ao Distrito de Castelo Branco, localizando-se mais propriamente em Vale de Prazeres, Monte leal. A empresa produz serviços para todo o país, embora os seus principais clientes abranjam a área do Fundão e da Covilhã.

A temática desenvolvida neste projeto vai de encontro ao aprendizado nos três anos de licenciatura na ESART, e está centralizada em torno de três técnicas de comunicação:

- Rebranding da Identidade Visual;
- Criação e Implementação de uma Estratégia de Comunicação;
- Criação do Web Site.

Desta forma tencionamos conseguir interligar as três técnicas de design entre si de modo a obter um projeto gráfico e audiovisual completo, que possa ser apresentado ao nosso cliente, com a finalidade de recriar a marca gráfica da empresa a fim de encontrar uma identidade visual mais moderna e apelativa, criar uma estratégia de comunicação que promove a serralharia no mercado digital, assim como construir um Web Site para que a empresa possa ser encontrada mais facilmente no meio online.

1.1 Motivação

De igual modo que a Escola Superior de Artes Aplicadas se encontra na cidade de Castelo Branco, optamos também por ir ao encontro de uma empresa que se situa no mesmo distrito, com a intenção de promover os diversos serviços que a mesma disponibiliza na região, expondo a área da serralharia civil como uma profissão que visa aumentar a sua notabilidade, de forma a ceder às pessoas em geral o que empresas como esta conseguem produzir na região de Castelo Branco.

Um dos nossos maiores incentivos em promover esta empresa no mercado foi por ser uma área que pouco ou nada investe em produtos que a publicitem, sendo assim a Serralharia Civil Valente uma firma que tem a mesma identidade visual desde a sua inscrição na conservatória do registo comercial em Portugal, e que atualmente não tem redes sociais, web site, ou qualquer uma das plataformas digitais mais correntes no mercado publicitário.

1.2 Contextualização

Contextualizando, para este projeto final tencionamos alterar a identidade visual da empresa para que se torne mais notável e representativa, com o intuito de ganhar uma nova cara, assim como aumentar a sua visibilidade no que toca a marca gráfica da empresa no mercado em que atua, desta forma segue-se de uma campanha publicitária feita em duas plataformas digitais que permitem chegar a um maior público-alvo no meio online a fim de divulgar os serviços da empresa, e com o objetivo de estrategicamente conseguirmos lançar a identidade visual criada para abranger um maior número de pessoas, e assim alcançarmos potenciais clientes.

Olhando para o futuro do mercado não podemos esquecer de complementar todas estas informações com a planificação e estruturação de um web site que irá ao encontro de todos os conteúdos criados até a sua data de lançamento, com o propósito de oferecer confiança e segurança aos atuais e futuros clientes da Serralharia Civil Valente.

1.3 Objetivos

As nossas principais metas para a execução deste projeto estão divididas em dois tipos de objetivos: objetivos gerais e objetivos específicos. Em que os objetivos gerais correspondem à visão ampla do tema e à forma como vamos solucionar o problema do objeto em estudo, e os objetivos específicos demonstram por etapas o que vamos fazer para chegar aos nossos objetivos gerais.

Objetivos Gerais: Temos a intenção de melhorar a procura da empresa no mercado online, que atualmente não dispõe de nenhuma plataforma que facilite aos clientes a procura de serviços no âmbito da serralharia civil, assim como não conta com qualquer tipo de informação da empresa na internet. Para solucionar este problema iremos recriar a sua marca gráfica, criar uma página profissional nas redes sociais Facebook e Instagram, para que possamos aplicar uma estratégia de comunicação que visa demonstrar aos clientes que tipo de produtos a empresa fabrica, que serviços presta, quem faz parte da equipa de trabalho, que contactos os clientes devem obter para orçamentação ou outras solicitações, e onde podemos encontrar a empresa fisicamente. Ainda assim, para combater este problema no meio digital, iremos criar um web site que contém toda a informação necessária para as pessoas ficarem a conhecer mais sobre a Serralharia Civil Valente, assim tencionamos conseguir ganhar uma maior credibilidade no que toca o mercado online.

Objetivos Específicos:

- Conhecer melhor a empresa;
- Pesquisar empresas de serralharia que trabalhem o mercado digital;
- Analisar o nosso público-alvo;
- Escolher as plataformas que iremos usar no meio online;
- Recriar a Identidade Visual da empresa;
- Aplicação da estratégia de comunicação e lançamento da marca;
- Criação do Web Site.

1.4 Metodologia

Para conseguirmos ter os resultados e as respostas que pretendíamos em relação à problematização encontrada no nosso objeto de estudo, escolhemos um método de pesquisa, que tem como principal intenção perceber se o mercado online e digital é ou não é um fator importante a ser trabalhado pelas empresas portuguesas. Para isso avaliamos não só diferentes tipos de mercados em Portugal, como também pesquisamos de que forma é que as empresas concorrentes na área da serralharia investiam para a promoção dos seus produtos, e que meios usavam nas suas divulgações.

Ao obtermos estas pesquisas notamos que grande parte das serralharias aposta muito na criação de web sites como o principal meio de divulgação dos seus contactos, e a maior parte delas não conta com outro recurso que lhes permita abranger o público-alvo nos meios digitais correntes do mercado.

Com isso, desenvolvemos várias etapas de trabalho que tencionam mudar a forma como as pessoas olham para a marca Serralharia Civil Valente, em que na primeira etapa contamos com a criação de uma nova identidade visual, de forma a oferecer à empresa uma cara mais atual e modernizada. A segunda etapa consiste na implementação da nova marca nas redes sociais Facebook e Instagram, com o intuito de podermos dar a conhecer aos clientes, os serviços e os contactos da empresa, de modo que todas as pessoas possam em menos de um minuto encontrar a serralharia nas suas plataformas digitais. Por fim, a terça etapa, que tal como observamos nas pesquisas, a criação do web site da Serralharia Civil Valente, que conta como um meio forte de divulgação em grande parte das empresas nacionais.

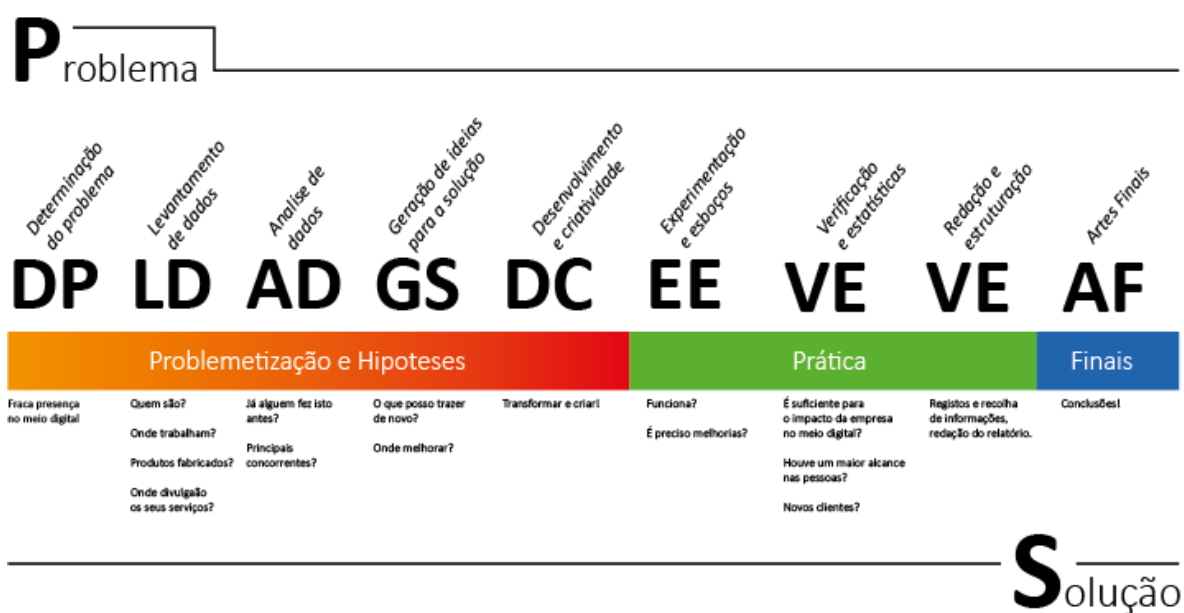


Ilustração 1 Esquema e Metodologia de trabalho abordada

1.5 Objeto de Estudo

A Serralharia Valente é uma empresa que está localizada na União de Freguesias de Vale de Prazeres e Mata da Rainha, mais propriamente em Monte leal, pertencente ao distrito de Castelo Branco.

Atualmente conta com uma equipa composta por três elementos, em que o cargo de proprietário é representado pelo Senhor Miguel Valente, que gere toda a equipa e desempenha um trabalho fundamental neste meio por ser o membro com maior conhecimento na área da serralharia, por ter dado o primeiro passo neste mundo. De seguida, como funcionário da empresa encontra-mos o Senhor Bruno Nogueira que foi contratado para desempenhar uma função polivalente, que corresponde à realização dos trabalhos que impliquem cortar, soldar e pintar ferro, obtendo através das suas aptidões e do seu profissionalismo um produto completo e pronto a montar. A sua especialidade neste meio é encontrada no serviço correspondente à montagem de fechaduras, assim como outros tipos de automatismos. Como terceiro membro da equipa, contamos com o Senhor Alexandre Cavalheiro, que embora tenha ingressado neste ramo aproximadamente há cinco anos, sendo o membro mais novo, desempenha consequentemente um trabalho polivalente no que toca a construção e montagem dos produtos realizados na empresa.

Estes produtos que são fabricados pela equipa são todos eles realizados somente à base de ferro sem a ajuda de qualquer tipo de máquina industrial. Através do formato inicial do ferro do ferro (em barra) são produzidos coberturas e telhados, portas de serviço e escadarias, gradeamentos e janelas, assim como portões que são realizados com três tipos de automatismos, de nomeados como: automatismos de duas folhas, automatismos de correr e automatismos de teto.

Como todas as empresas, existem pontos fortes e pontos menos fortes que as caracterizam no mercado em que atuam, como tal, a Serralharia Valente não fica atrás, desse forma desenvolvemos uma pesquisa que consiste em analisar os pontos fortes da empresa, que servem como uma mais-valia na área em que trabalham, e os pontos menos fortes, em que nós iremos atuar de forma a corresponder ao que a empresa necessita.

Para uma melhor perceção dos pontos fortes e menos fortes da empresa desenvolvemos uma análise SWOT, com o intuito de conseguirmos criar um planeamento estratégico através de dados recolhidos que caracterizam o desenvolvimento dentro da empresa (forças e fraquezas) e fora da empresa (oportunidades e ameaças). A nível de “forças” a empresa pretende satisfazer os seus clientes e explorar formas de obter novos clientes afirmando a região centro de Portugal a nível nacional, conseguindo prestar serviços o mais personalizado possível ao cliente, tornando único o produto que dispõem. De seguida, desenvolvemos o ponto

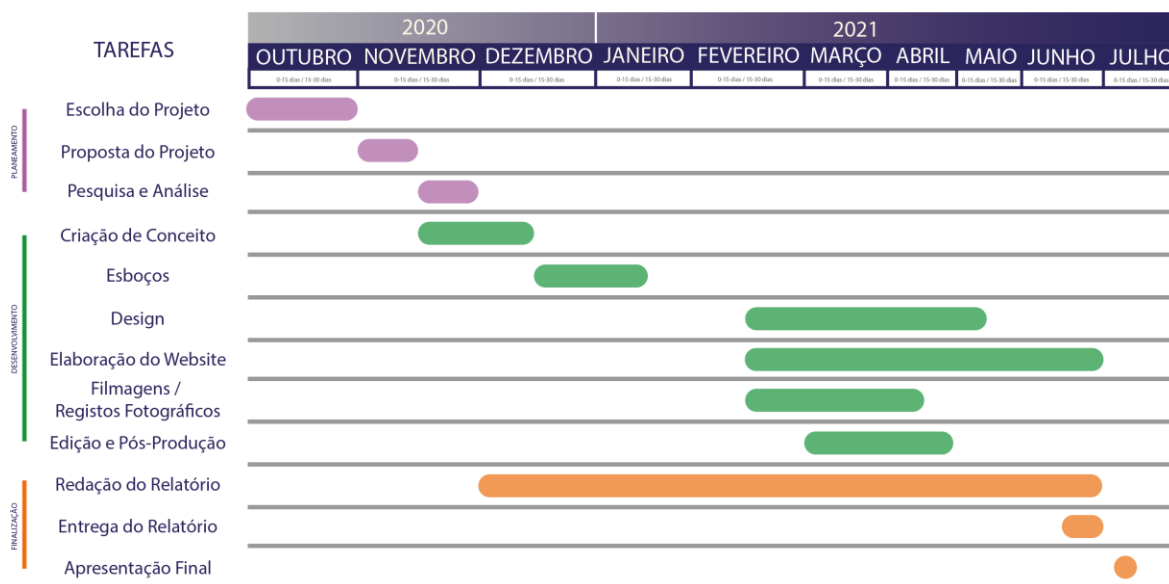
“fraquezas” em que um dos principais obstáculos encontrados é a fraca presença da empresa no meio digital, não tendo redes sociais, website e publicidade que facilite o aumento de orçamentos e serviços a realizar. Por sua vez, obtemos o parâmetro “ameaças”, que conforme as pesquisas efetuadas repara-mos em algum impedimento da serralharia realizar orçamentos mais altos por estar localizada numa zona do país em que o custo de vida é mais baixo. Contudo, através das “oportunidades” é possível abrir mais portas à empresa trabalhando a mesma no mercado online.



Ilustração 2 Análise SWOT

1.6 Organograma

Tabela 1 Organograma Projeto Final



2 Fundamentação Teórica

O presente trabalho consiste num conjunto de elementos gráficos e audiovisuais desenhados com o propósito de criar uma imagem mais atual e moderna para a empresa, com o intuito de aumentar o leque de conhecimento das pessoas do distrito de Castelo Branco em relação à Serralharia Civil Valente no mercado online.

Nos dias que decorrem é cada vez mais importante investir em conteúdos promocionais de formato online através das diversificadas ferramentas digitais que temos ao nosso dispor, tal como é inevitável as empresa não prescindirem de um web site bem estruturado e uma forte divulgação dos seus produtos e serviços através de plataformas disponíveis como: o LinkedIn, as redes sociais Facebook e Instagram, o Twitter, entre outras inúmeras formas que nos permitem criar anúncios pagos e não pagos que cheguem ao público-alvo pretendido.

Claro que este tipo de análises não são conseguidas do nada, existe sempre uma fundamentação baseada em dados recolhidos por nós mesmos, que formatam as nossas ideologias e nos dão a perceção natural do que é melhor para o nosso objeto de estudo. Por exemplo, em Junho foi divulgado pelo Jornal Dinheiro Vivo que a empresa Auchan investiu um milhão de euros num novo web site e que planeia até 2025 investir mais 30 milhões de modo a obter melhorias na experiência da compra de produtos online dos seus consumidores. Claro que isto é a análise de uma única empresa que atua no mercado português, se quisermos ter uma noção do ponto de vista nacional basta olhar para os gráficos e perceber-mos que 47% das empresas em Portugal já investiram no marketing digital, e muitas dessas empresas encontraram essa forma como um meio de contorno à pandemia do covid-19, aumentando assim os seus rendimentos. Deste modo podemos olhar para o futuro de uma forma generalizada e ver que as empresas têm cada vez mais necessidade em apostar neste tipo de meios digitais, assim como em produtos de marketing, e também na forte divulgação de conteúdos gráficos e audiovisuais que as promovem e lhes dão a credibilidade que procuram.

Com base em todos os estudos e pesquisas efetuadas consideramos que a Serralharia Civil Valente deve ir ao encontro do que o mercado procura com o propósito de se destacar em relação às distintas empresas praticantes da mesma área, apostando assim nos meios online e digitais como ferramentas a favor da sua autopromoção.

3 Pesquisa e Análise

3.1 Estudo de Casos

Entre diversas empresas da área da serralharia civil no mercado português, apontámos três, que nos apresentam aspetos positivos e menos positivos, podendo analisar estes dados e usá-los como uma forte força de inspiração no nosso projeto final, oferecendo assim algumas bases conforme as pesquisas feitas de como atua cada uma das empresas no mercado digital.

Apresentamos assim, a Serralharia Fernando Ferreira, empresa esta que entrou no mercado no ano de 1999, situada na Zona Industrial da Varzea, Lote 1 – Fração A em Santo Tirso. Fabrica produtos á base de ferro, alumínio e inox, nomeadamente na criação de estruturas metálicas, desde portas, portões, escadas, caixilharias, corrimões, grades, entre outros serviços que prestam. Trabalham internacionalmente, tendo a França como o principal mercado de exportação.

Em relação ao mercado online, a Serralharia FF conta com web site e página Facebook, em que no site percebemos que principalmente na página inicial existe uma boa aparência no que toca a disposição de conteúdos gráficos, a qual nos seguimos um formato parecido na criação do nosso web site. Este site apresenta cores baseadas no azul-escuro e nos cinzentos, acompanhado de cores mais claras em torno de tons brancos nas letras. Um aspeto menos positivo que teremos em consideração neste site é de que a distribuição das cores e a disposição das imagens, tornam o site um pouco monótono e cansativo.

No que toca a procura de produtos, neste website a empresa apresenta-nos bastantes produtos já realizados, assim como a respetiva referência para que o cliente possa escolher e decidir questões de estética com a empresa.

Seguidamente, olhando para a página de Facebook a empresa conta com bastantes fotografias dos seus produtos e serviços, embora não tenha mais nenhum conteúdo audiovisual, atualmente tem 966 seguidores. A sua última publicação foi realizada a 17 de Maio de 2021, o que prova que é uma empresa que atualmente não dá o devido uso à plataforma que tem em mão para obter mais clientes.

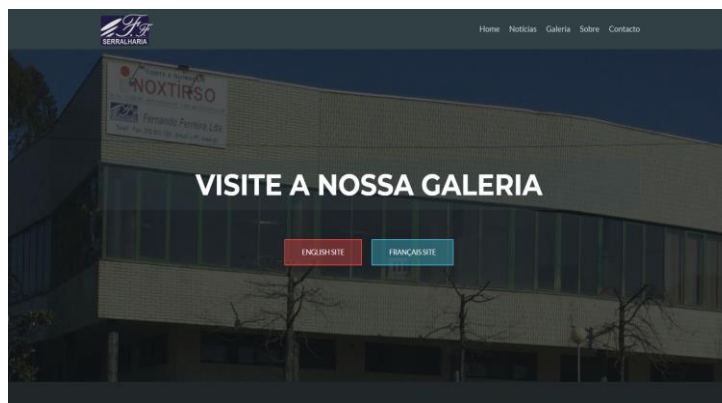


Figura 1 Página Inicial do Web site Serralharia FF

Outra empresa lançada no âmbito da serralharia e que achamos interessante estudar, foi a Serralharia Metalgarve, que ao contrário da Serralharia FF, dispõem de cores mais vivas com um texto mais legível e fotografias mais amplas.

Criada em Portugal situada no Algarve, perto de Faro mais propriamente em Bordeira, atua na área da serralharia desde 1993, partilhado a paixão pelo seu trabalho com clientes nomeadamente da zona do Algarve. Também participou em obras importantes no Iraque e no aeroporto de Gabão. Obras estas que dão uma ótima credibilidade ao seu trabalho. Joaquim António Gago Nunes, criador da empresa, teve participação ao longo de mais de 20 anos em trabalhos para 2 empresas Francesas, a Sitraba – Groupe Genest Industries e a Spie Batignolle.

A serralharia Metalgarve conta com um website. Tem um menu subdividido por “Quem somos?”, “Realizações e News”, “Serviços”, “Galeria” e “Contactos”. No entanto, encontramos diversos problemas na forma como dispõem o texto com as imagens. No submenu “Realizações e News” observamos que a página está muito confusa por não existir nada que separe o texto da fotografia, a fotografia da data de publicação, e a data de publicação com o título da notícia. Além disso, torna-se difícil perceber onde começa e acaba cada um dos tópicos apresentados pela razão de o espaçamento entre eles ser reduzido e também por não haver nenhum elemento visual que os separe e que assim ajude neste aspeto. Apesar destes pontos menos positivos, o website apresenta-se relativamente bem, sendo fácil chegar à informação que se procura e também ao seu formato de disposição no ecrã.

À semelhança da serralharia FF, o Website da serralharia Metalgarve, usa uma paleta de cores composta por tons de azul usada no menu, títulos/subtítulos/elementos gráficos que ajudam à navegação na página. A cor branca é aplicada nomeadamente para o fundo, também usa alguns tons de cinzento para zonas com carisma secundários. O vermelho aparece no menu, usado para dar destaque à página em que o visualizador se situa.

Um aspeto que teremos em atenção no nosso website, é não misturar palavras inglesas com portuguesas, como podemos ver no menu do website. O ponto positivo que levamos do menu, é o destaque da página onde o visualizador se encontra, por ser algo que facilita o visualizador de se situar, levamos também este aspeto visual para o website da serralharia valente. Outro aspeto que se verifica no presente website da serralharia Metalgarve é que todas as páginas do mesmo têm um pequeno banner com uma fotografia ilustrativa ao tema, levamos também esta aplicação para o website da serralharia Valente.

Acerca da marca gráfica apresentada pela serralharia Metalgarve, é simples e tipográfica. É composta então pelo nome da empresa “METALGARVE” em caixa alta. Apresenta-se no Website com esse mesmo formato, situa-se no canto superior esquerdo da mesma, estando distante do menu, dando-lhe o merecido destaque.

Além do Website, esta serralharia tem também em sua posse uma página no Facebook onde partilham vários dos seus trabalhos, processo de criação e alguns comunicados aos clientes. Fazem-no através de fotografias, vídeos e também algumas informações de parcerias que tiveram em certas obras. No momento, a última publicação feita nesta rede social foi dia 2 de julho. Conta com 317 seguidores, que para além de ser um bom número, podia crescer ainda mais se melhora-se a sua apresentação, tanto a nível de qualidade dos conteúdos, como a nível de seleção e comunicação que fazem.

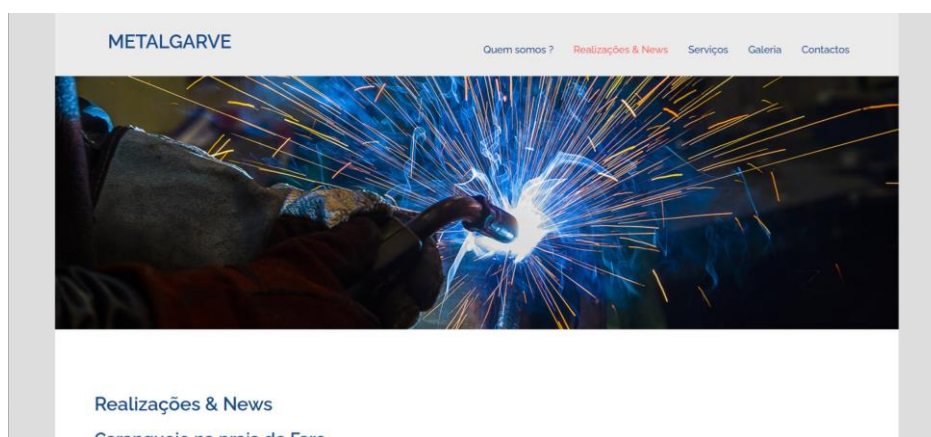


Figura 2 Site Serralharia Metalgarve

Como último caso de estudo, analisamos a Serralharia Lusomab.

A serralharia Lusomad é especializada em ferro inox e alumínio. Foi fundada em 2001 pelo seu sócio fundador Manuel Alves Bento que já nessa altura contava com 35 anos de experiência na área da serralharia civil. Está situada em Valongo – Coimbra.

A sua marca gráfica é antiquada, tal como tudo o que verificamos no website. É composta por um símbolo e lettering. O nome da empresa é apresentado a duas cores no lettering da marca gráfica, são usados dois tons de azul, as cores vermelhas, branco para o contorno e ainda uma sombra. Todos estes efeitos tornam-se excessivos e criam demasiado ruído visual, dá uma aparência amadora à empresa.

Pelo que verificámos dá a sensação de que o website foi criado há mais de 20 anos, e atualmente já ninguém o gere. Este website parece-nos muito pouco cuidado, pois apresenta só cores muito claras, tanto a página principal como as outras, são todas iguais, e apresentam todas o mesmo formato, desta forma a empresa torna-se pouco apelativa no que toca ao mercado da comunicação audiovisual. A falta de manutenção, atualização e abandono do website demonstra o pouco interesse de expandir o negócio no mercado online. Para além disto, não tem qualquer rede social onde partilhe qualquer tipo de comunicação informativa e audiovisual.

Em suma, é um website que serve de exemplo do que não devemos levar para o website da serralharia valente. Desde o seu formato de página centrado e sem preencher toda a largura do ecrã, até ao ruído visual que se verifica com informação mal localizada. A nível de Estratégia de Design e Comunicação Audiovisual é um mau exemplo, ajuda-nos a perceber as decisões certas a tomar. É assim um bom exemplo do que não queremos para a serralharia valente.



Figura 3 Site Serralharia Lusomab

4 Desenvolvimento

4.1 Criação do Conceito

Para a criação de qualquer produto neste ramo tivemos que desenvolver o nosso próprio conceito, de modo a obter uma fundamentação credível que fosse ao encontro da viabilidade da marca que iríamos desenvolver para o mercado da serralharia civil. Deste modo começamos por abordar questões óbvias, como “o que?”, que neste caso corresponde à ideia ou símbolo que teríamos que desenvolver para retratar toda a credibilidade da empresa. De seguida, encontramos o “porquê?”, que muito mais do que uma mera questão, representa: quais os benefícios que a serralharia oferece? quais as oportunidades que dispõe? e que valores esta marca transmite? Como terceiro tópico, surge-nos “para quem?”, que vai ao encontro do nosso público-alvo de forma a perceber para que tipo de pessoas estamos a trabalhar, qual o serviço ou tipo de produto que essas pessoas necessitam e como é que identificamos o nosso público.

Assim sendo, depois de toda essa análise ser abordada e implementada nos trabalhos que iríamos desenvolver, chegamos ao ponto mais forte do nosso conceito, que surge da ligação que os nossos produtos criaram com os clientes de forma a dar uma perceção positivamente diferente de quem procura esta marca, com o objetivo final de poder: projetar, criar e agradecer.



Figura 4 Banner divulgado na criação da página Serralharia Civil Valente

4.2 Design

As marcas têm uma personalidade tal como todos nós. Ela expressa-se na forma como se apresenta, fala e naquilo em que acreditam, seja em meios de comunicação, a forma como exerce o seu trabalho ou até mesmo o seu produto final. Acerca da comunicação da Serralharia Civil Valente, tem sido uma empresa que se sabe adaptar à evolução do mundo em seu redor, procurando sempre inovar e seguir as tendências. Falando do Design da marca e de toda análise feita, chegámos à conclusão da necessidade de implementar um rebranding, alterando a sua marca gráfica, criando um conceito e um estilo próprio.

4.2.1 Rebranding da Identidade visual

Para o rebranding da marca houve o cuidado redobrado de alterar o símbolo, tendo sempre em conta que teria de manter alguma ligação com o símbolo antigo. Esta decisão foi tomada pelo tempo de atividade da empresa e do conhecimento visual que os clientes têm sobre ela na antiga marca gráfica. As cores principais mantêm-se da anterior para a nova marca gráfica. Por isso, foram escolhidas com o intuito de dar continuidade e criar uma ligação entre elas. Seguindo a ideia final obtida por nós, o símbolo vai ao encontro de retratar peças de metal, bem como ter linhas arredondadas referentes às curvaturas das peças e produtos realizados pela empresa.



Figura 6 Logotipo original Serralharia Valente



Figura 5 Rebranding da identidade visual (Serralharia Valente)

A cor vermelha foi selecionada também alusivamente a um dos produtos usados na área de atuação da empresa. A paleta de cores secundárias apresenta duas cores complementares. É, por isso, composta pelo cinzento e o branco que permite a sua utilização com a marca Serralharia Civil Valente e com a paleta de cores principais.

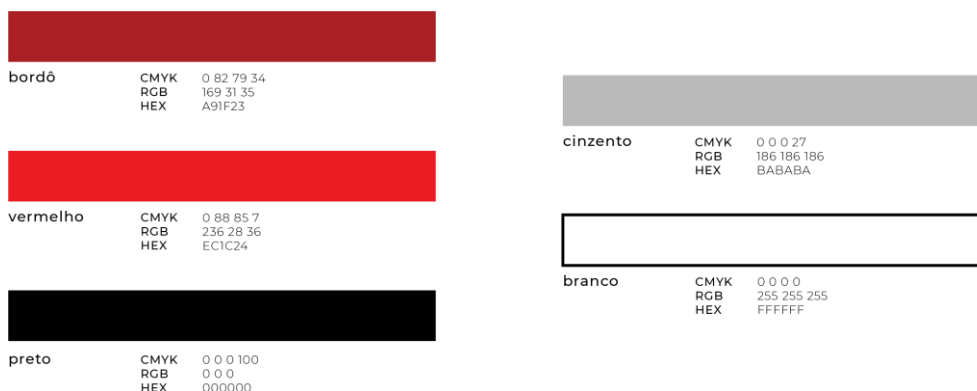


Figura 7 Paleta de cores da marca Serralharia Valente

4.2.2 Processo de criação/ Maquetes

Foi criada uma junção de três elementos principais, o “S” (Serralharia), o “V” (Valente) e uma forma triangular. A forma geométrica triângulo aparece pela semelhança com a forma do “V” e também pela semelhança com peças incorporadas nos portões e gradeamentos. Os três elementos foram combinados para formarem um símbolo uniforme que para além de simbolizar as duas iniciais também representa estruturas de ferro em vários pedaços. Estes elementos têm a forma arredonda para simbolizar as formas suaves dos produtos e às suas curvaturas efetuadas no ferro dos mesmos. Com esta montagem de elementos, a marca torna-se mais sólida e coerente, sendo assim a cara do trabalho realizado por esta serralharia.

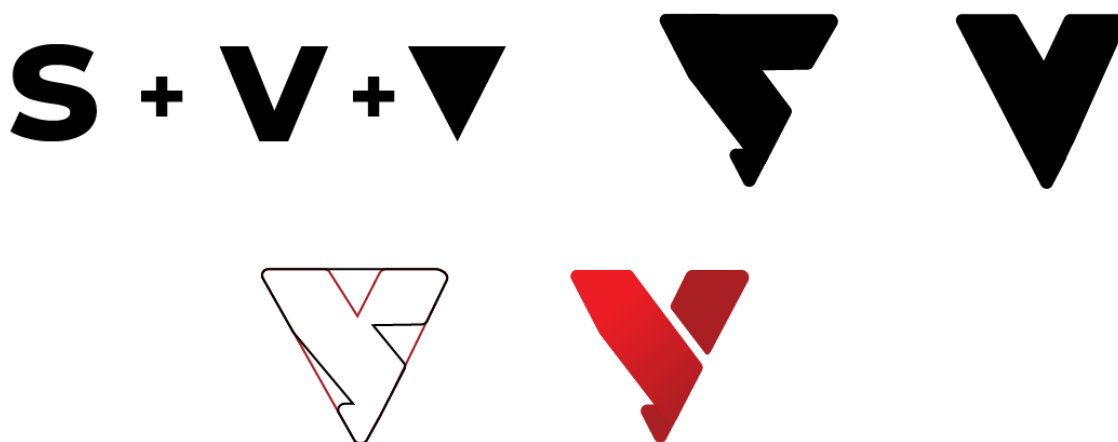


Figura 8 Desmontagem da identidade visual

4.3 Fotografia e Vídeo

4.3.1 Captação de Imagem

Na recolha das imagens que pretendíamos usar no nosso projeto decidimos em conjunto com o cliente os melhores dias para essa captação, assim como os trabalhos elaborados pela empresa mais interessantes e mais intuitivos para mostrar aos atuais e futuros clientes.

Dividimos este trabalho entre nós os dois para que uma das máquinas só recolhesse fotografias e a outra só realizasse vídeo, deste modo encaramos esta fase como uma das mais importantes, pois seria a base de toda a nossa campanha publicitária, e dessa forma naturalmente encaramos a etapa com máximo rigor possível, para termos conteúdo audiovisual suficiente para trabalhar no nosso projeto e não correremos o risco de ter que ir gravar mais um dia com o cliente.

Nos dias que fomos captar imagens trabalhamos sempre a tempo interior, tal como estava estipulado no horário da empresa (09h00 às 17h00), para conseguirmos interiorizar todos os pequenos pormenores desta profissão, de forma a conhecermos um pouco mais o que se produz na área da serralharia civil, e quais os caminhos que essas produções necessitam até estarem finalizadas.

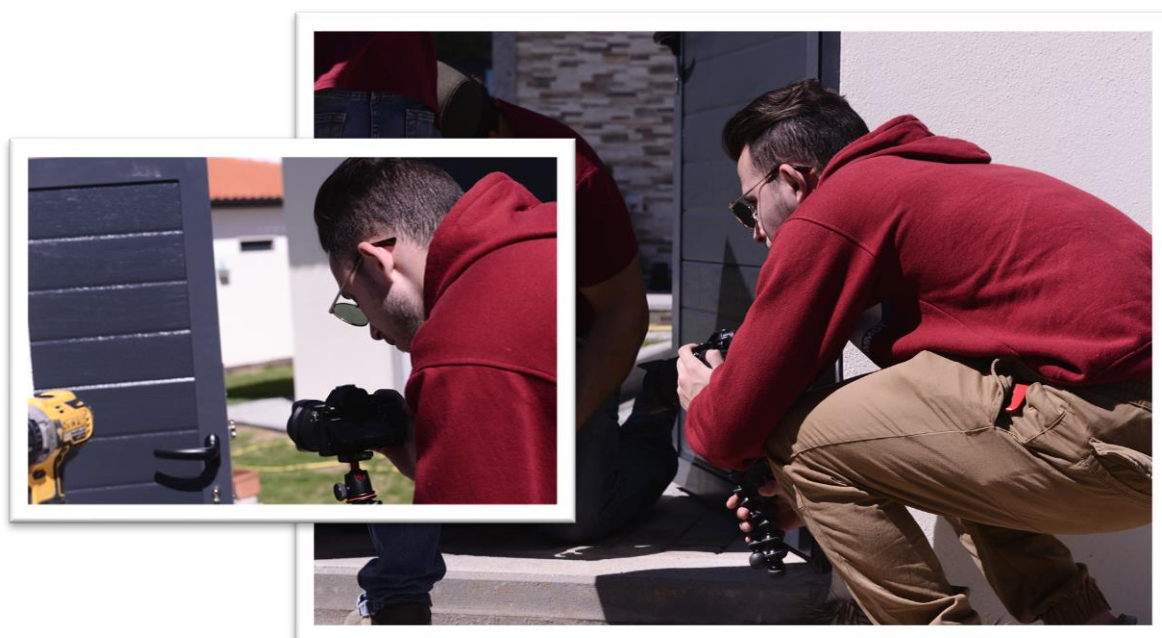


Figura 9 Captação de imagem e vídeo

4.3.2 Edição e Pós-Produção

Depois da captação de imagens segui-mos para a parte da edição e pós-produção, que representa o momento em que selecionamos a imagens que achamos que têm potencial para se usar no projeto e arquivamos as outras que podem não ser tão boas, mas que por outro lado é conveniente guardá-las ainda assim não sejam necessárias

A nível fotográfico usa-mos as fotografias de diversos produtos para que estes estivessem disponíveis no site da empresa, e na sua edição retiramos o fundo de cada um para que no momento da sua visualização fosse mais perceptível. Ainda no Web Site usa-mos uma das fotografias que mais caracteriza a empresa para a página inicial, e escolhemos uma fotografia de cada elemento da Serralharia Valente para representar a equipa.

No que toca á campanha publicitária usamos imagens fotográficas e de vídeo para representar as publicações que íamos criando ao longo dos dias.

As fotografias foram importantes pois a nível gráfico ajudaram-nos a criar padrões e diversos estilos nas nossas publicações, como é o caso dos oráculos que utilizam muito as linhas, representando assim o rigor e o delineamento que é preciso ao fazer estes produtos.

A Edição de vídeo foi feita toda para a campanha publicitária, em que optamos por escolher vídeos com a duração máxima de um minuto, para que as pessoas não achem o conteúdo cansativo e assistam até ao fim. Nesta parte onde tivemos uma maior atenção foi na recolha das músicas, pois esforçamo-nos para conseguir produto de áudio que fosse ao encontro das imagens e principalmente sem direitos de autor.

Para a edição e pós-produção usamos o Adobe Photoshop para o tratamento de imagem, criamos os cartazes no Adobe Illustrator, trabalhamos a animação gráfica no Adobe After Effects, e usamos o Adobe Premiere para a edição final dos vídeos.

4.4 Web Site

4.4.1 Enquadramento

Este site foi desenvolvido para complementar toda a campanha implementada na Serralharia Civil, como forma de criar um projeto mais sustentável e coeso.

Optamos por escolher esta plataforma para a serralharia, pois é uma das ferramentas que consideramos mais importantes em qualquer empresa no mundo do trabalho. Com a criação deste web site, a empresa ganha uma nova cara e uma nova credibilidade juntamente com a marca desenhada.

4.4.2 Objetivos

Neste projeto trazemos em mente abordar alguns temas que consideramos importantes, como informações sobre a empresa, qual o trabalho que eles facultam ao cliente, um pouco da história da empresa, entre outros pontos que serão fundamentais para quem desconhece esta profissão, e para quem procura algum destes serviços.

Um dos nossos principais objetivos abordados neste site, é o reconhecimento desta profissão em formato online, pois desempenha um papel fundamental no nosso mercado sem nos apercebermos.

Ao pesquisarmos por outras empresas desta área, reparamos que a nível publicitário e no aspeto da comunicação audiovisual, é uma área que investe muito pouco, daí estar muito ligada à divulgação dos seus trabalhos através do chamado “boca a boca”.

4.4.3 Fases de trabalho

Este trabalho foi desenvolvido em 3 fases.

Na 1ª fase corresponde à recolha de informação

Na 2ª fase corresponde ao planeamento

Na 3ª fase corresponde à criação do design do site e o seu desenvolvimento

4.4.4 Organização

Após o capítulo da introdução (Enquadramento; Objetivos), no capítulo 2 é apresentada a fase de Recolha de Informação (Público-alvo; Propósito; Metas; Material Seleccionado; Prevalência de Conteúdos; Estudo de Cores), no capítulo 3 encontramos tudo o que corresponde ao planeamento (Mapa do Site; Wireframes), e no capítulo 4 consta o design do site (Cores e Tipografia), assim como o seu desenvolvimento.

No capítulo 5, encontramos o desenvolvimento do site (Uso de Frameworks; Resultado Final) que corresponde à colocação dos ícones, à estrutura da página, entre outros aspetos.

Por fim, são apresentadas as conclusões no capítulo 6.

4.4.5 Público-alvo

Na recolha de informação que fizemos, concluímos que a Serralharia Valente funciona muito na divulgação da “boca a boca” tal como nomeamos acima, e assim sendo, grande parte do seu conhecimento deriva das pessoas da aldeia de Vale de Prazeres, do concelho Fundão e da cidade da Covilhã, que comentam com outras pessoas os serviços que a empresa presta.

Embora sejam pessoas mais velhas a requisitar esta profissão, consideramos que o nosso público-alvo remete-se a pessoas dos 25 anos para cima, pois qualquer pessoa que já possa prestar contas e ter uma habitação, consegue requisitar este tipo de serviços, que se baseiam na fabricação de portões, janelas, gradeamentos, coberturas, telhados, entre outros produtos.

4.4.6 Propósito

Este website tem como propósito fornecer informações acerca dos produtos e serviços que a empresa dispõe, bem como a localização e dar uma maior amplitude de comunicação e acessibilidade à área da serralharia.

4.4.7 Metas

Temos como expectativas aumentar a afluência de clientes, dispor ao potencial cliente maior facilidade em encontrar o produto ou serviço que procura, sem ter que se deslocar ao local físico, poupando assim algum tempo e dinheiro. Queremos também promover o ramo da serralharia, dando-lhe mais visibilidade online.

Como já referido, este site tem o propósito de aumentar as suas vendas a médio/longo prazo, tendo a opção de fazer pedidos de orçamentos, tal como, esclarecer dúvidas que surjam aos clientes, através do contacto telefónico e do email que estarão disponíveis no site.

4.4.8 Material Selecionado

Para o nosso site temos definido usar mais imagens e do que texto, para não se tornar num site cansativo e qualquer utilizador encontrar aquilo que procura. Em cada submenu teremos imagens que vão ao encontro da informação apresentada ao longo da página. Por exemplo, no submenu “Serviços” teremos fotografias de produtos já realizados pela empresa, como portões, gradeamentos, janelas entre outros.

4.4.9 Prevalência de Conteúdos

O site irá conter diversas imagens com média e alta qualidade para demonstração de produtos e dos diversos trabalhos prestados. Irá conter muitas das vezes texto de legenda, para completar a imagem, como é o caso da aba que apresenta a equipa que realiza a produção dos diversificados produtos.

A informação será apresentada intuitivamente, de modo a não cansar o leitor que está a navegar pelo site, e fazer com que este permaneça mais tempo.

4.4.10 Estudo de Cores

Para o nosso site estudamos diversos casos que fossem de acordo com a nossa serralharia, e a opção que acordamos foi o uso do cinzento, branco e preto como cores neutras e o vermelho para causar destaque e contraste, de forma a ligar esta cor com a marca gráfica apresentada.

O cinzento-escuro será usado somente para a barra superior onde estarão dispostos os submenus, e o cinzento-claro serve para as caixas de informação no site estarem diferenciadas do fundo. Este fundo será representado em todo o site pelo branco e será usado também no texto do menu quando o mesmo de forma a mostrar ao utilizador e qual das páginas se encontra.

O vermelho servirá para informação com maior destaque, como é o caso dos títulos, e também para a representação de diversas linhas que separam a informação.

Por fim, o uso do preto será usado numa barra lateral que foi criada com o intuito de facilitar o acesso dos utilizadores às redes sociais da empresa. Esta cor foi utilizada também em todo o texto apresentado nas páginas web.

4.4.11 Mapa do Site

Aqui encontramos a representação hierárquica da estrutura do nosso site, de forma a permitir que se perceba quais são as páginas desta plataforma, assim como o seu conteúdo.

Este esquema foi realizado com o objetivo de conseguirmos explicar ao cliente como iria funcionar toda a estruturação do site, e de que forma os conteúdos iriam estar dispostos.

No site teremos um menu dividido em 4 secções: “Início”, “Serviços”, “Equipa” e “Contáctos”.

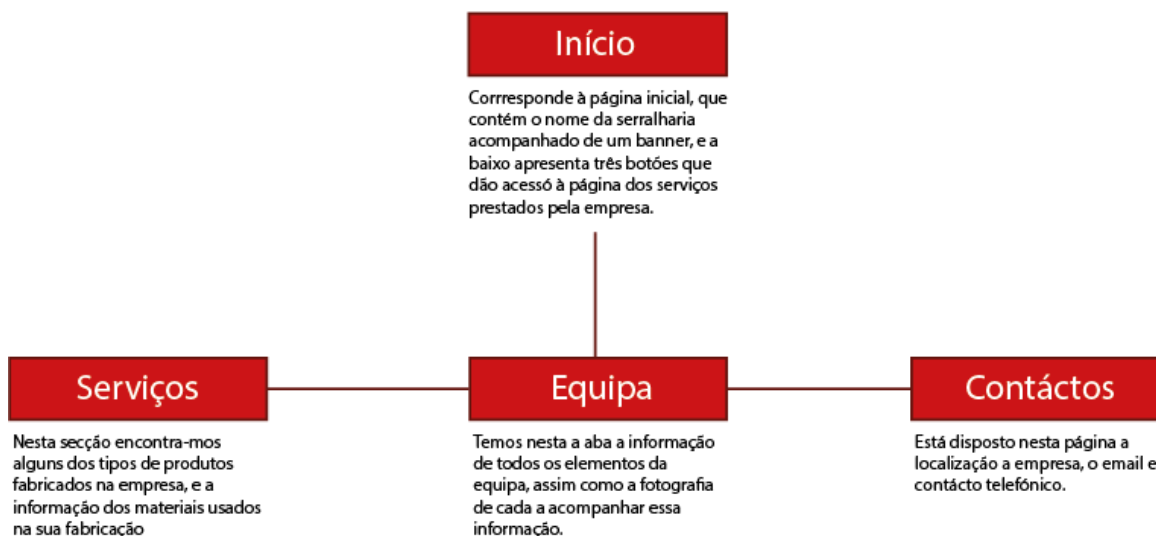


Ilustração 3 Mapa de navegação do Web Site Serralharia Valente

4.4.12 Wireframes

Neste layout de baixa fidelidade está definida a estrutura principal do site, com pequenas descrições de como tudo vai funcionar e relacionar-se entre si, de forma simples, clara e específica.

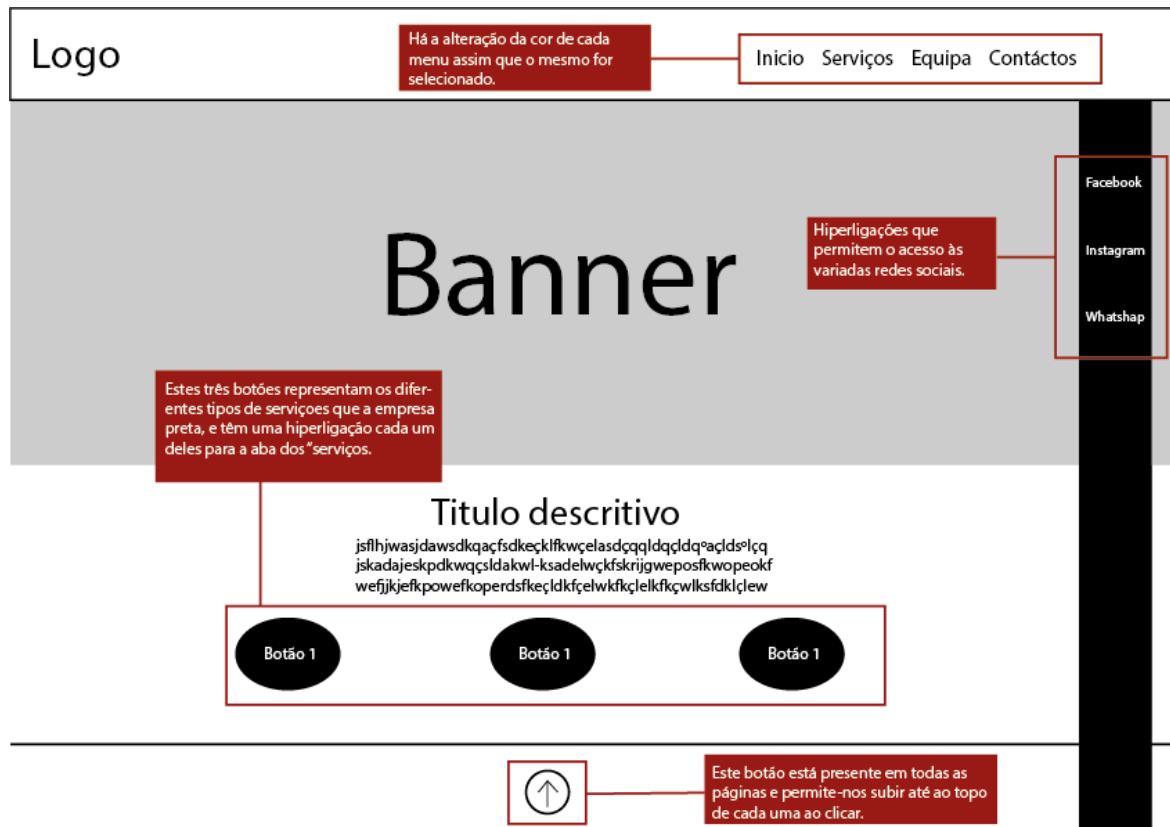


Ilustração 4 Layout de baixa fidelidade do site Serralharia Valente

4.4.13 Cores e Tipografia

Na escolha das cores optamos pela cor vermelha, cinza-claro, cinza-escuro e o preto. Escolhemos o preto como uma cor que irá ser fácil de usar por ter um carácter universal, de forma a combinar com qualquer uma das outras cores. Para termos uma aproximação dessa cor, usaremos tons de cinza-claro e escuros, o que nos remete para uma empresa já com estatuto profissional e com alguma influência na área da serralharia.



Ilustração 5 Paleta de cores do Web Site

Como última cor, resolvemos escolher o vermelho por ser uma cor quente com um forte carácter, e que irá contrastar de certa forma com todos os tons pretos e cinzas.

Na tipografia usamos o tipo de letra “Gill Sans”, por única e exclusivamente ser um tipo de letra que nos dá uma enorme facilidade na realização do site, assim como na sua visualização final, pois apresenta-nos diversas preferências que nos ajudam a distinguir um texto de um título, ou até mesmo o conteúdo das páginas do menu. Neste tópico o nosso principal objetivo é usar o “bold”, “semibold”, “light” e “extralight” da tipografia para contrastar de forma hierárquica os textos que iremos ver, e assim com um tipo de letra construirmos o nosso site.



Ilustração 6 Tipografia usada no Web Site Serralharia Valente

4.4.14 Uso de frameworks

No uso dos códigos html do nosso site optamos por usar o w3.CSS por estarmos mais familiarizados com este estilo de código, e também porque para nos será mais fácil seguir a sua compreensão ao escrevermos as nossas linhas no Dreamweaver quando construimos o site.

Achamos que o uso do CSS é quase uma obrigação, assim como a regra fundamental, pois ajuda-nos a otimizar o aspeto visual das páginas de uma maneira mais organizada. O CSS é uma linguagem de estilo para personalizar a parte visual do site, de modo a permitir uma apresentação mais amigável e embelezada ao utilizador.

4.4.15 Resultado final (Mockups)

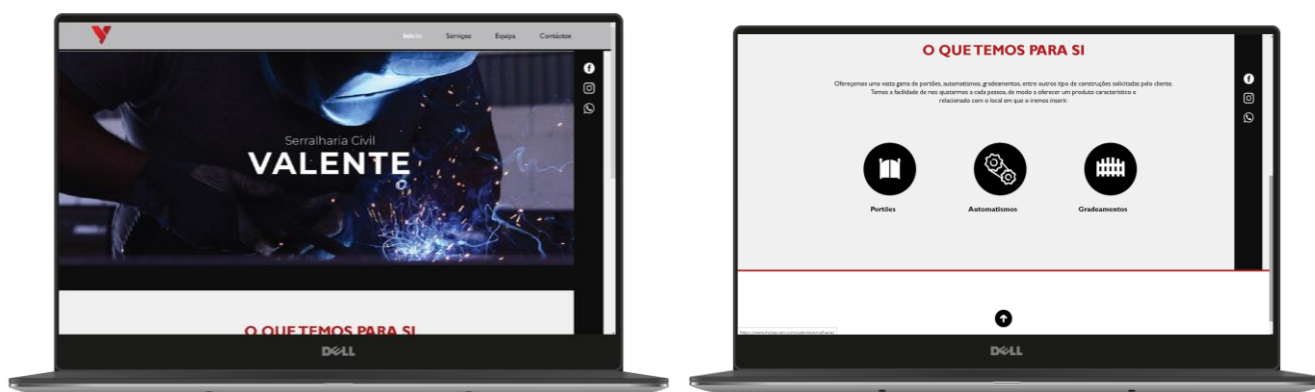


Figura 10 Página “Inicio” do Web Site

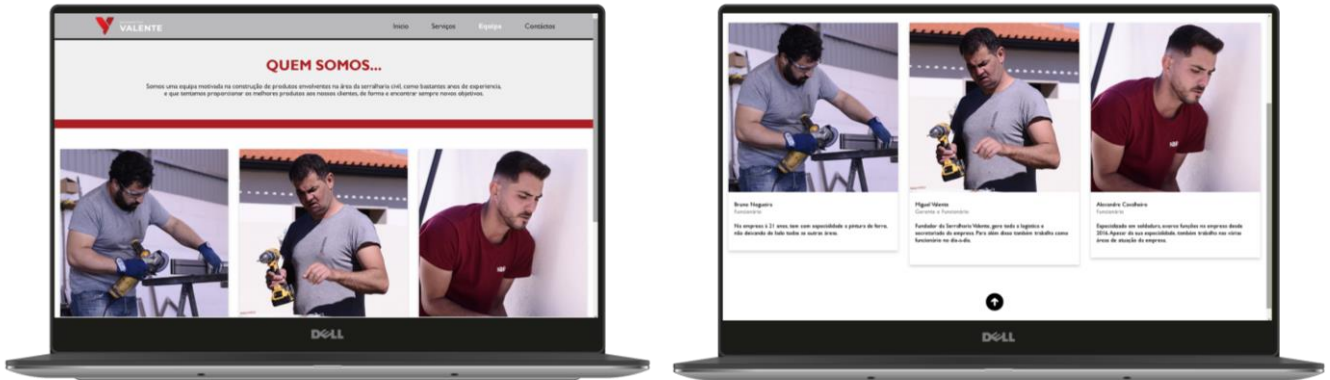


Figura 11 Página "Equipa" do Web Site

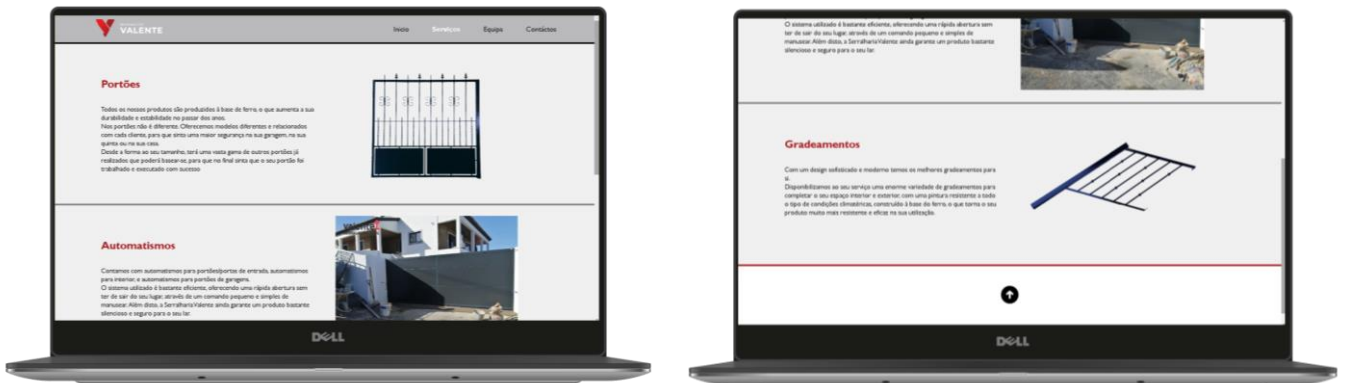


Figura 12 Página "Serviços" do Web Site

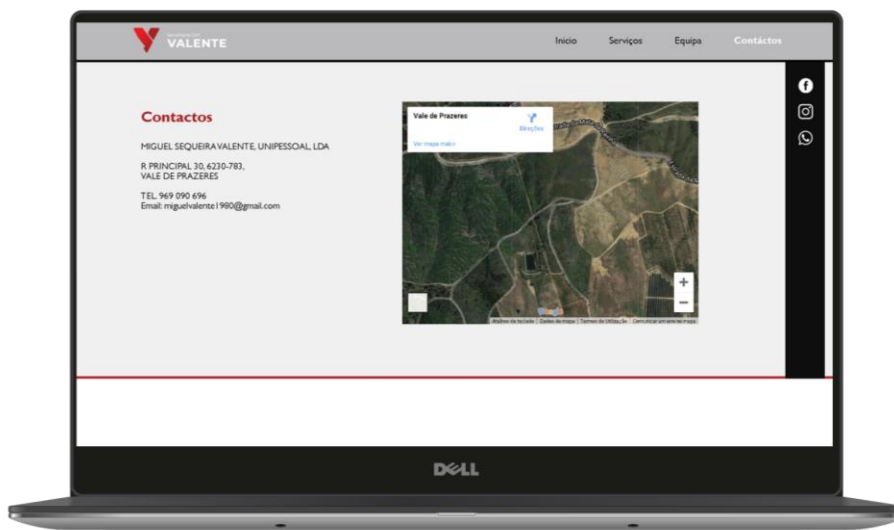


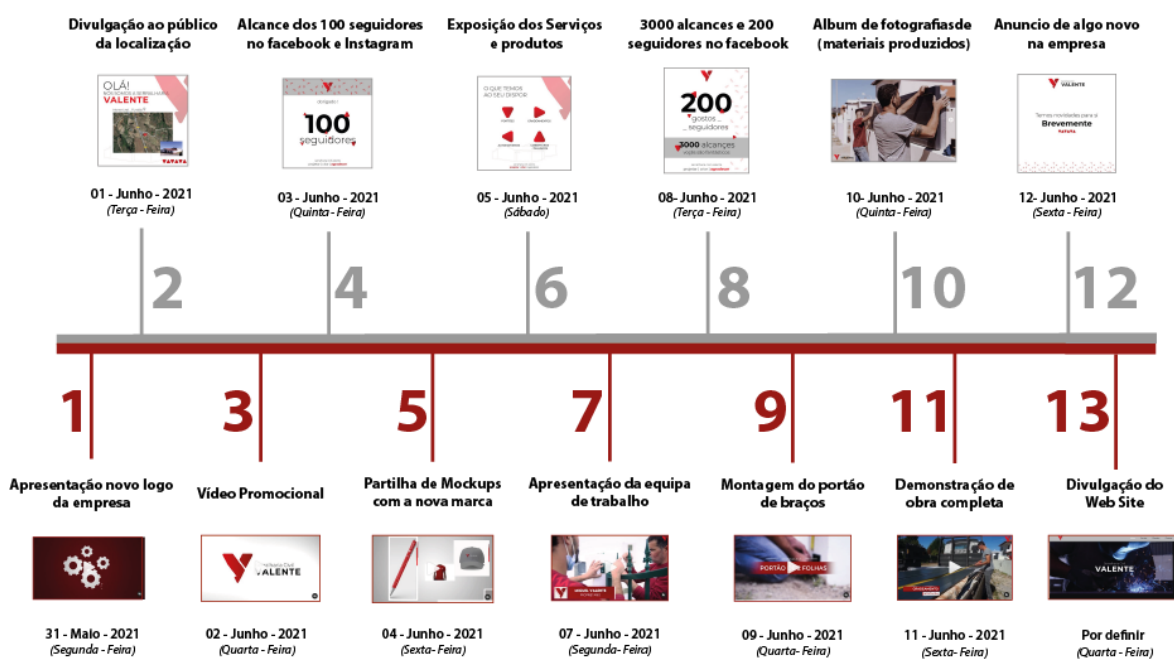
Figura 13 Página "Equipa" do Web Site

4.5 Estratégia de Comunicação

Para o lançamento da marca através da campanha publicitária tivemos que dividir a mesma em três partes, para que as publicações de autopromoção fizessem sentido entre elas e tivessem um propósito. Encontramos assim a primeira fase que corresponde à pré-promoção da marca, a segunda fase que diz respeito à promoção e divulgação dos produtos/serviços, e a terceira e última fase que aborda a autopromoção da empresa em questão.

O gráfico abaixo ajuda-nos a ter noção do tempo que a campanha de comunicação necessitou para ser implementada, em que dias foram partilhados todos os conteúdos e qual a numeração da publicação, desde a primeira até à última.

Tabela 2 Cronograma da campanha de comunicação



4.5.1 Pré Promoção da marca

4.5.1.1 Divulgação da localização ao público

Criámos um cartaz que desse as boas-vindas ao visualizador para que quem chegue à página se sinta em casa e bem recebido. Nesta mesma publicação, é também mostrada a localização da oficina através de um mapa, uma foto da mesma e de uma pequena legenda do sítio.

Seguindo as normas estipuladas para a marca, Usamos a fonte tipográfica Montserrat em três espessuras diferentes para que houvesse uma hierarquia clara da importância de cada palavra ou frase.



Figura 14 Cartaz de divulgação da localização da Serralharia Valente

“Olá” é apresentado em primeiro lugar para que seja a primeira impressão que o visualizador/cliente tenha assim que veja o cartaz. Seguidamente surge a frase de apresentação “Nós somos a Serralharia Valente”, sendo que valente tem destaque pela cor vermelha da marca e pela espessura mais grossa. Temos ainda o “Monte Leal _ Fundão” que indica o local onde situa a oficina da serralharia, esta encontra-se a cinzento, com uma espessura fina e com um tamanho mais reduzido, pois é uma informação secundária. Para ajudar à perceção do que representa, tem junto a si um pictograma simbolizando a localização.

O símbolo da marca está também presente no cartaz em forma de marca d’água no canto superior direito, parcialmente cortado. Para além do símbolo estão também presentes alguns elementos gráficos pertencentes a uma parte do dele. Têm o papel de indiretamente representar o mesmo e simultaneamente enriquecer e equilibrar visualmente o cartaz.

Por fim, temos a oficina representada em vetor com as principais linhas delimitadoras do edifício. Apresenta-se a cinzento de maneira a passar despercebido e ao mesmo tempo servir como cenário.

4.5.1.2 Apresentação do novo logotipo da empresa

Como primeiro conteúdo da campanha publicitária foi feito uma pequena animação de 15 segundos que retrata os valores que a empresa transmite aos clientes, com o meio intuitivo principal de dar a conhecer a nova marca da empresa.

Esta animação está estruturada em quatro partes, onde a primeira parte corresponde ao surgimento de várias rodas dentadas que representam o sistema de automatismos na empresa, de seguida encontra-mos a segunda parte desta animação que surge no centro do ecrã simulando a construção de um gradeamento, o qual se transforma em formato de portão, dando início a terceira parte desta obra gráfica.



Figura 15 Animação Rodas Dentadas

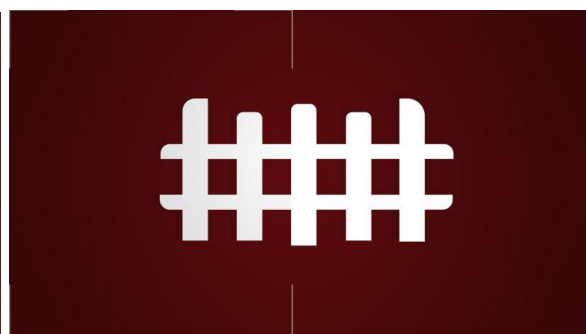


Figura 16 Animação Gradeamento

Para finalizar temos a última parte que é composta pelo movimento das portas do portão a abrir, e dessa forma encontra-mos assim a revelação do novo logotipo ao público.



Figura 17 Revelação logotipo Serralharia Valente

Esta publicação é muito importante na nossa campanha, porque além de marcar o início da mesma, retrata o começo da Serralharia Valente nas redes sociais Facebook e Instagram.

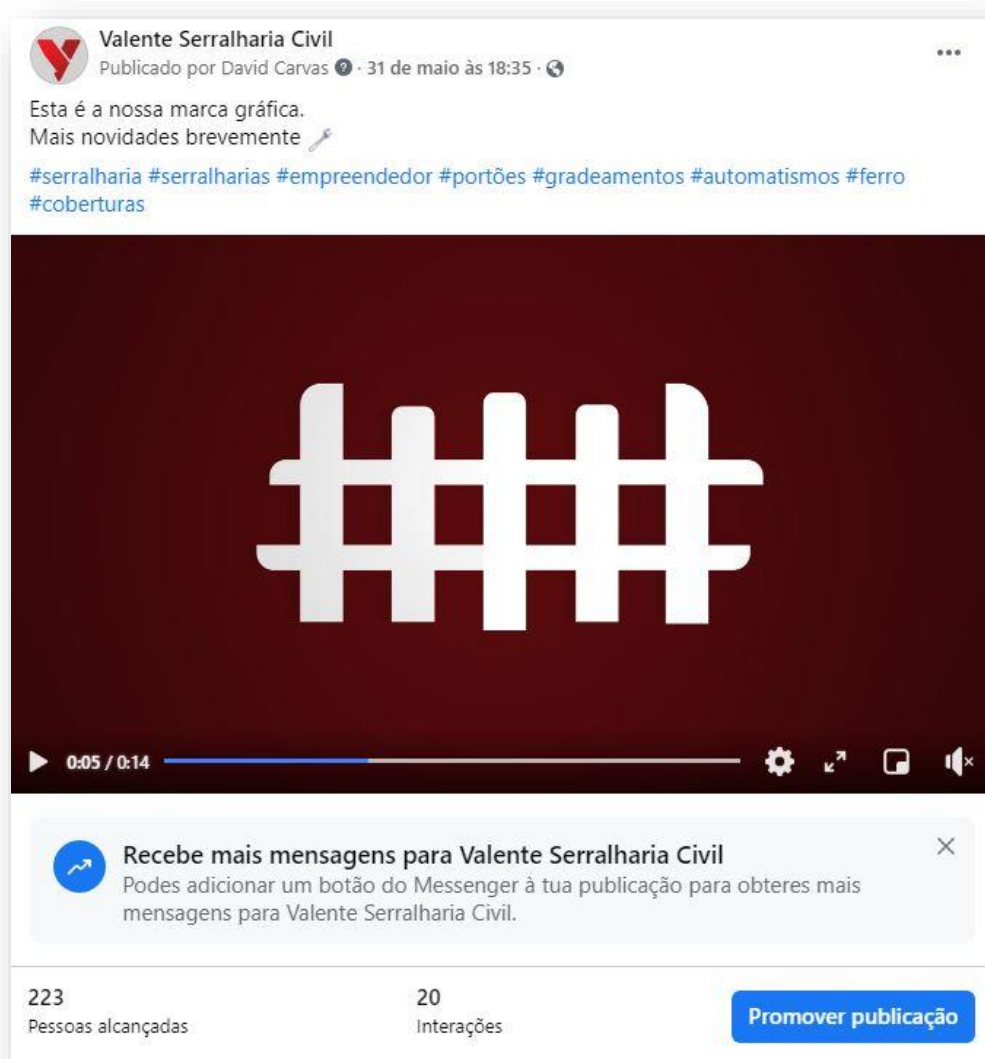


Figura 18 Publicação da animação criada para a divulgação do logotipo

4.5.1.3 Vídeo Promocional

Para o vídeo promocional tivemos o cuidado na recolha de imagens, pois queríamos demonstrar em 1 minuto às pessoas o que esta empresa consegue criar, o que produz, como produz e de que forma consegue encarar esta profissão o mais profissional possível. Para salientar o profissionalismo da empresa escolhemos as palavras-chaves, rigor, credibilidade, diversidade, qualidade e detalhe, as quais criamos pequenos grafismos para aparecer ao longo do vídeo com o objetivo de dar ênfase a esses adjetivos.

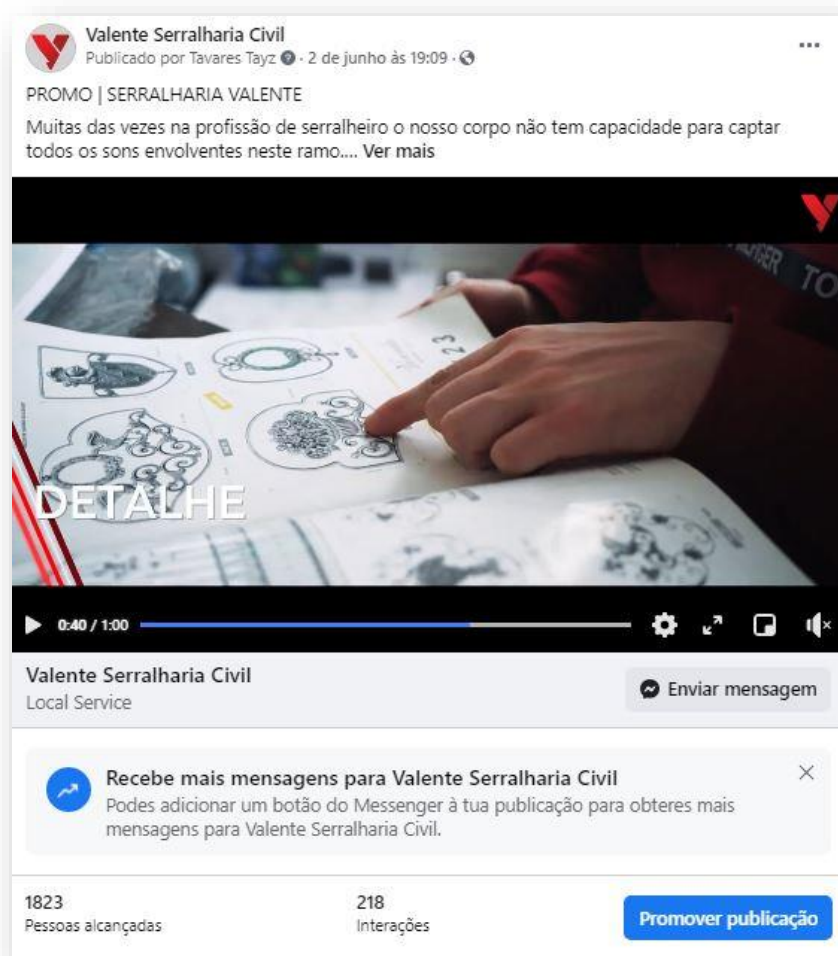


Figura 19 Vídeo Promocional Serralharia valente

Os grafismos são compostos pela palavra adjetiva e por linhas brancas e vermelhas que foram criadas para salientar todo o rigor e detalhe que é preciso para criação de qualquer projeto neste âmbito.



Figura 20 Grafismo criado para o Vídeo Promocional

Para a produção desta obra videográfica tivemos um especial cuidado na escolha da música, optando assim por uma sintonia rápida, com uma enorme variedade de batidas, pois ao longo desta experiência e de estarmos em contacto com a área reparámos que é uma profissão que “disponibiliza” uma grande variedade de efeitos sonoros sem dar-mos por isso.

4.5.1.4 Partilha de Mockups

Nos dias que tivemos em contacto com a empresa reparamos que eles nos projetos que fazem deixam um autocolante com o nome da empresa e o contacto, tem várias peças de vestuário que os caracterizam, entre outros aspetos.

Por essas razões pensamos em criar alguns Mockups onde estivesse presente o logotipo da empresa, e dessa forma conseguíssemos divulgar mais uma vez a marca, como também os produtos de merchandising que a mesma proporciona aos trabalhadores e aos clientes no dia-a-dia.



Figura 21 Animação de galeria para representação dos Mockups da empresa

Para a apresentação do merchandising criamos uma pequena animação de 36 segundos que consiste na representação de cada produto numa moldura personalizada seguindo novamente o efeito das linhas brancas e vermelhas à volta da mesma, que estarão presentes em grande parte do conteúdo “motion graphic”.



Figura 22 Publicação da Galeria de Mockups

4.5.1.5 Apresentação da equipa de trabalho

Ao longo deste percurso achamos incrível como é que três pessoas conseguem produzir trabalhos de grandes dimensões como é o caso de portões, coberturas, estruturas para pavilhões, entre inúmeros serviços que a empresa presta aos seus clientes.

Para isso decidimos criar um vídeo de 1 minuto que foi dividido em 4 fases: a primeira fase representa a animação criada do logo da empresa, a segunda fase apresentava ao público-alvo o Sr. Miguel Valente como o proprietário da empresa, e a terceira e quarta fase dava a conhecer os dois funcionários da Serralharia Valente, o Sr. Alexandre Miguel e o Sr. Bruno Nogueira.

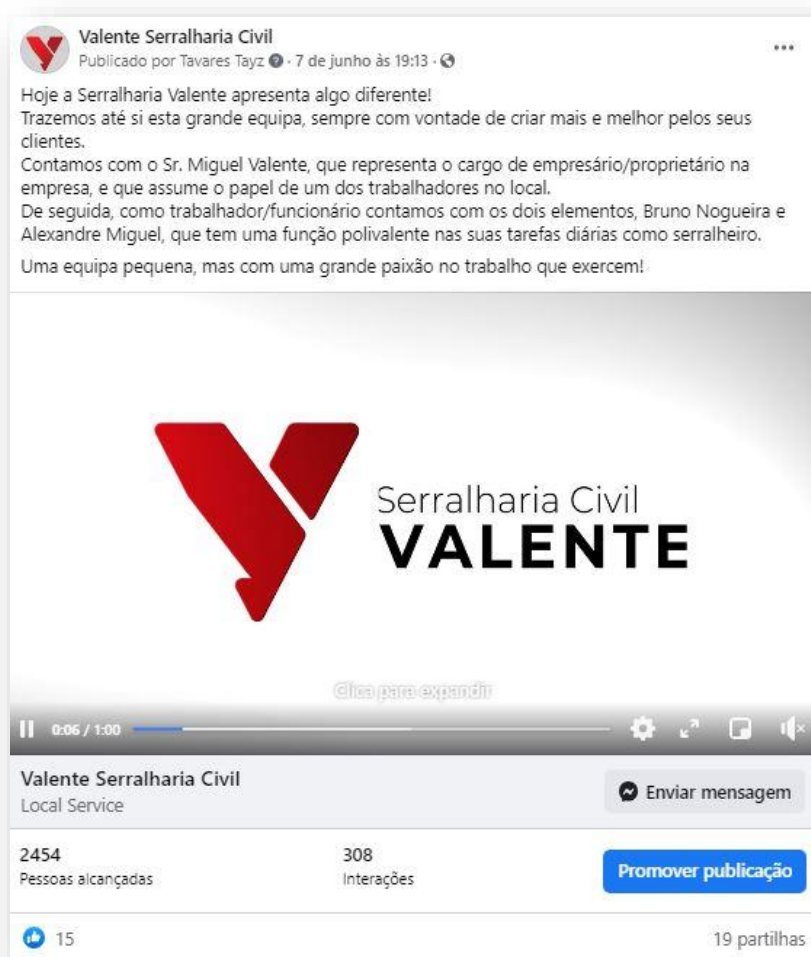


Figura 23 Vídeo de apresentação correspondente à equipa de trabalho

Como este vídeo tinha o principal objetivo de dar a conhecer a equipa aos clientes, criamos três oráculos de duas informações cada um, em que na primeira informação estava escrito o nome da pessoa, e na segunda informação continha o cargo que desempenhava na empresa. Os oráculos foram criados com o logotipo representado numa caixa a surgir à esquerda, e logo de seguida os nomes e os cargos dos senhores surgem dessa caixa para o lado direito do ecrã, seguindo o movimento linear das linhas que vão acompanhando o oráculo ao longo de toda a animação.



Figura 24 Oráculo criado para o vídeo de apresentação da equipa

4.5.2 Promoção de Produtos

4.5.2.1 Exposição de Produtos e Serviços

Como primeira informação, encontra-se o título, ou seja, do que se trata este cartaz “O que temos ao seu dispor”.

Em semelhança ao cartaz da divulgação da localização, este cartaz mantém o símbolo como marca d’água no canto superior direito, tal como o vetor das linhas delimitadoras da oficina no fundo.

Já referente ao cartaz de celebração dos 100 seguidores, também foi importada para este, a assinatura, bem como o nome da área de atuação e da empresa situando-se também centrado no inferior do cartaz. Neste caso as palavras com destaque são “Projetar | Criar”, pelo facto de se apresentar os serviços e produtos que a empresa dispõe ao cliente.

Ao centro temos os serviços e produtos propriamente ditos, encontram-se dispostos em duplas e centrados no cartaz. Os elementos gráficos (triângulos) estão com direções diferentes pelo facto de representarem abstratamente cada um dos serviços. Por baixo de cada triângulo, está a respetiva denominação do serviço.



Figura 25 Cartaz de divulgação dos produtos e serviços da empresa

4.5.2.2 Álbum Fotográfico

Esta publicação tem como intuito mostrar algum do trabalho que a empresa faz, desde trabalho em oficina, material usado, montagem real de produtos, aplicação dos mesmos produtos e resultado final.

Este álbum fotográfico é composto por 5 fotografias, editadas somente em parâmetros de cor e pela colocação da marca gráfica nelas.

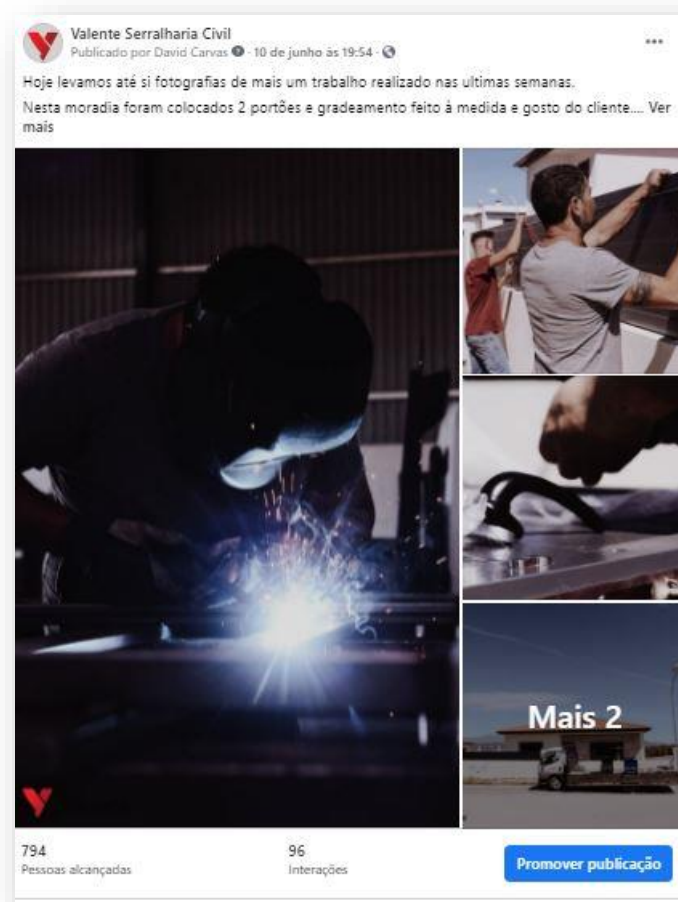


Figura 26 Publicação do Album de Fotografias

4.5.2.3 Montagem do portão de duas folhas

O vídeo que se segue foi realizado com o intuito de promover um dos produtos mais requisitados na serralharia, o portão de duas folhas. Para a divulgação deste serviço utilizamos as gravações que fizemos no respetivo dia e acrescentámos no início do mesmo um pequeno grafismo desenhado com o objetivo de quem for ver o vídeo saber que se trata de todo o processo que é preciso desde início para montar um portão de duas folhas no local.



Figura 27 Grafismo criado para o vídeo promocional do serviço em questão

Desta forma o vídeo ajuda as pessoas a perceberem o profissionalismo e a responsabilidade que é necessária ter quando se comprometem a construir uma verdadeira obra de arte, como podemos ver nas figuras abaixo.



Figura 28 Publicação referente à montagem do portão de 2 folhas

4.5.2.4 Realização de obra completa

Como segundo vídeo de demonstração de produtos, trazemos em 1 minuto as diversas fases que acontecem durante um dia de trabalho para completar uma obra de grande dimensão. Neste caso foram construídos para uma moradia no fundão, um gradeamento, um portão de serviço e um portão de correr.

Este vídeo foi dividido em três etapas tal como está estipulado no trabalho realizado pela equipa da serralharia. A primeira etapa refere-se à montagem do gradeamento, a segunda etapa mostra o processo de montagem do portão de serviço, e por fim, a terceira etapa corresponde à aplicação do portão de correr.

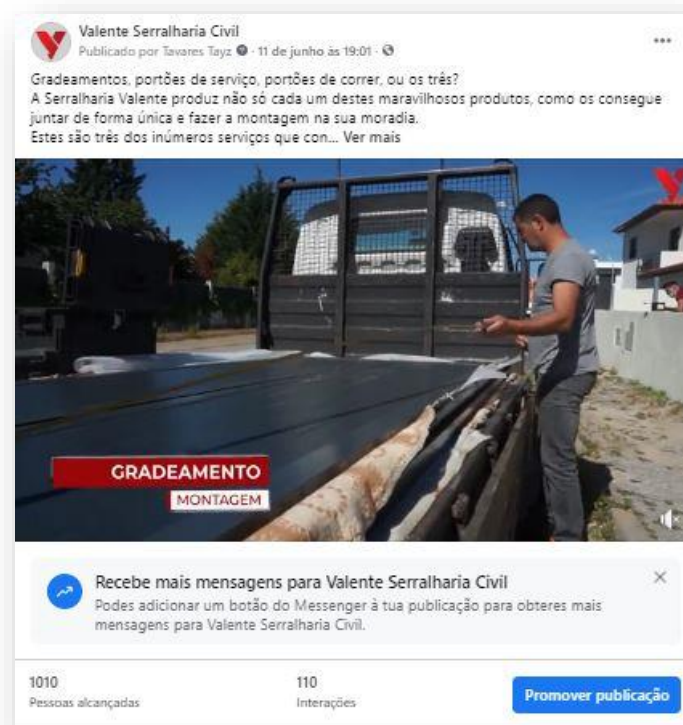


Figura 29 Publicação do vídeo da Obra Completa



Figura 30 Oráculo criado para descrever o tipo de produto

Para os visualizadores ficarem mais familiarizados com estes processos criamos três oráculos para representar cada uma das etapas, em que na informação de cima do oráculo está a nome do produto, e em baixo o processo de aplicação. Os oráculos foram desenhados apenas com uma barra vermelha em cima e uma branca em baixa, com linhas que acompanham o movimento de cada umas das barras.

4.5.3 Autopromoção

4.5.3.1 Alcance dos 100 seguidores no Facebook e no Instagram

Para publicação de celebração dos 100 seguidores no Facebook e Instagram, criámos um cartaz para o mesmo efeito, com o intuito de agradecer o apoio e interesse pela empresa.

Para tal, está presente no topo do cartaz o símbolo da empresa, por trás, uma área cinzenta com um padrão realizado para a marca Serralharia Civil Valente. O padrão é composto por uma das peças do símbolo.

Logo abaixo, encontrasse o “Obrigado” em jeito de agradecimento, apesar de ser a primeira informação que aparece, esta encontra-se com uma espessura fina mostrando delicadeza.



Figura 31 Cartaz do alcance dos 100 seguidores no Facebook e Instagram

Ao centro está a informação mais importante e com especial destaque, o “100 Seguidores”. Com uma espessura mais grossa e com a sua cor preta, faz com que esta tenha elevada importância. Em volta da informação encontram-se também elementos gráficos (triângulos), significando as estatísticas e por sua vez, os seguidores. Colocados em duas direções diferentes, representam também o progresso do que foi em termos estatísticos, chegar até aos 100 seguidores.

Por último, está a área de atuação e nome da empresa, tendo por baixo a assinatura da marca (projetar | criar | agradecer). Como já referido, este cartaz tem um cariz de agradecimento, por isso a palavra “agradecer”, ter destaque em termos de cor e espessura.

4.5.3.2 3000 Alcances e 200 gostos no Facebook

À semelhança do cartaz de celebração de 100 seguidores, criámos também um cartaz para os 200 seguidores, esta que era a nossa meta inicial com a publicação de conteúdos nas redes sociais.

A principal diferença é que este cartaz destina-se só à rede social Facebook, por isso colocamos também os alcances atingidos durante esse espaço de tempo.

Também este cartaz é composto pelo símbolo da marca, situado no topo do cartaz, seguido da informação “200 gostos seguidores” centrados horizontalmente e com a espessura mais grossa da fonte tipográfica Montserrat nos “200” e uma espessura mais fina nos “gostos _ seguidores”.

Logo abaixo e por cima de uma barra cinzenta, está a informação referente aos alcances, seguindo os princípios da informação acima. Mais uma vez os elementos gráficos (triângulos) estão presentes representando as estatísticas e seguidores.

Seguindo o layout criado para dispor a assinatura, o nome da empresa e área de atuação, também neste cartaz, esta informação situa-se ao fundo do cartaz com a palavra "agradecer" em destaque. Mais uma vez esta encontra-se em destaque pois a publicação está direcionada a agradecer o apoio dos clientes e visualizadores.

Para finalizar, encontramos um padrão na direita do cartaz com transparência para dar identidade ao cartaz.



Figura 32 Cartaz dos 3000 alcances e 200 seguidores no Facebook

4.5.3.3 Anúncio de algo novo na empresa

Este cartaz serve para anunciar algo novo que a empresa está a desenvolver para os seus clientes. Nela encontra-se a nova marca gráfica completa situada no topo.

Ao centro temos a informação necessária a ser dada ao cliente “Temos novidades para si” e “Brevemente. “Brevemente aparece destacado para dar importância ao tempo e criar curiosidade.

Mais uma vez os elementos gráficos (triângulos) estão presentes, sendo que desta vez têm apenas uma função estética. Ainda sobre este ponto, encontra-se situado no fundo do cartaz, o padrão já antes utilizado em outros cartazes com o mesmo objetivo, dar identidade ao cartaz e criar harmonia entre informação e grafismos.



Figura 33 Última publicação da campanha

4.5.3.4 Divulgação do Web Site

Para finalizar a nossa campanha de comunicação encontra-mos o anúncio de que irá haver um site quando possuir um domínio, e o mesmo seguirá um padrão de simplicidade tal como o cliente sugeriu, sem ter muita informação de forma a corresponder aos clientes e fornecer tudo o que precisam, como os produtos fabricados, o contacto da empresa, e onde se situam.

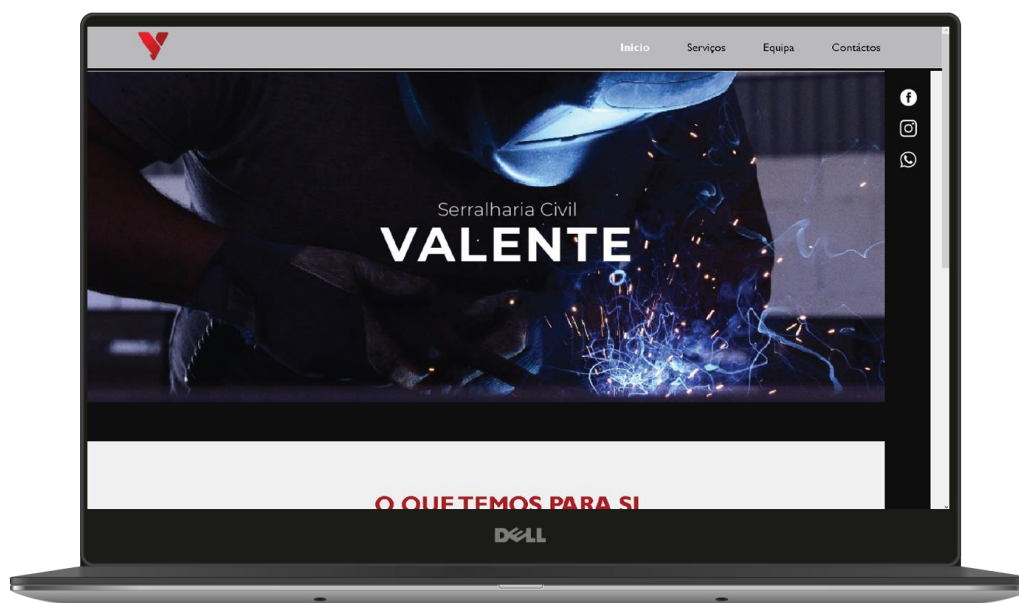


Figura 34 Mockup da página inicial do site Serralharia Valente

5 Conclusão

Em suma, consideramos que os aprendizados foram uma ponte forte na realização deste projeto final, pois conseguimos tirar partido das pesquisas efetuadas ao longo deste terceiro ano letivo, desde o dia em que apresentamos a pré-proposta até ao dia da entrega final.

A nível de conteúdo e coerência no projeto, achamos que foi bem conseguido e que alcançamos os objetivos que pretendíamos para a empresa em questão, de modo a conseguirmos desempenhar todos os trabalhos propostos a tempo e a horas da sua divulgação, mantendo o profissionalismo com os clientes da empresa e alcançando o contentamento dos trabalhadores da Serralharia valente, assim como a satisfação do próprio proprietário, que nos agradeceu pelo o trabalho que fizemos ao longo do ano letivo e mostrou interesse em adquirir este projeto final de curso.

Concluído, ao termos lidado com um cliente percebemos toda a responsabilidade que é no nosso dia a dia ao desempenharmos as tarefas, pois estamos a trabalhar a nível profissional para uma certa pessoa/empresa e não queremos falhar. Esta experiência é muito importante no nosso último ano, pois ajuda-nos a melhorar aspetos e consequências que vamos encarar futuramente no mercado do trabalho, assim como nos dá a perceção de como agir em diversas situações na execução de qualquer trabalho na área da comunicação audiovisual.

6 Referências Bibliográficas

<http://serralhariafernandoferreira.com/>

<https://www.metalgarve.pt/>

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

<https://marketeer.sapo.pt/47-das-empresas-em-portugal-aumentou-investimento-em-marketing-digital>

<https://www.dinheirovivo.pt/empresas/auchan-investe-30-milhoes-no-digital-ate-2025-13836903.html>

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

<https://www.instagram.com/valenteserralharia/>

<https://minerva.ipcb.pt>

<https://repositorio.ipcb.pt>

https://www.facebook.com/SFF.serralhariafernandoferreira/about/?ref=page_in_ternal