



Encontro Inter-regiões - Sul

Região Sul - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00758
INSTITUIÇÃO	Centro Universitário Ritter dos Reis
CAMPUS	Zona Sul
CIDADE	Porto Alegre
UF	RS
CATEGORIA	RP
MODALIDADE	RP09
TÍTULO	Otimiday: um dia de imersão
ESTUDANTE-LÍDER	Jéssica Julio Da Silva Ferrão
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Relações Públicas
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Larissa dos Santos Pereira (Centro Universitário Ritter dos Reis); Kerolen Barbosa Cavanholi (Centro Universitário Ritter dos Reis); Marcelo de Barros Tavares (Centro Universitário Ritter dos Reis)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

A Otimifica Ltda. foi fundada em 27 de outubro de 2016 por Ariane Feijó, Fabiane Klafke e Cristiano Selbach na cidade de Porto Alegre, presente nela até hoje. É uma empresa do ramo de Consultoria de Marketing Digital que trabalha com inovação, maturidade digital de marketing, consultoria, desenvolvimento de reputação e patrimônio digital, pensando estrategicamente a empresa como um todo sem esquecer das pessoas combinando o tecnológico com o humano, criando mentalidade digital e big data. Tem como missão otimizar as empresas através de uma inteligência sincronizada de marketing; resultado das empresas; solução sincronizada; e inteligência (metodologia) completa e efetiva mentalidade digital. Sua visão é ser a melhor empresa de InboundPR do mundo; reconhecimento pela entrega de resultados; e reconhecimento de inteligência (metodologia) empresa forte e enxuta atuar mundialmente. Seus principais valores caracterizam como trabalhar sempre em ótima forma, com foco em resultados, comprometimento, de forma horizontal e colocando a mão na massa; serem otimistas; possuírem compromisso com a verdade; e terem uma mentalidade digital, buscam sempre novidades, pensam a frente do nosso tempo e antecipam tendências. A imagem que a Otimifica busca é se estabilizar como uma consultoria e mostrar para os seus clientes o verdadeiro objetivo da Organização. Segundo as palavras da diretora Ariane Feijó (2019) "a ideia é parar de prestar serviço e começar a prestar experiência para os clientes". A empresa entende que às vezes os clientes não tem essa visão e que apesar dos investimentos no site e nas redes sociais para a construção da sua imagem, ela não está sendo efetiva no propósito, pois a própria Organização ainda está se adaptando ao processo de consultoria. Sua principal necessidade é que os clientes conhecessem o que a Otimifica proporciona e como suas mudanças são essenciais para a construção sólida da imagem, reputação e conteúdo. Havendo também, que a Organização entenda como o processo de consultoria e troca de experiências funcionam e como isso faz com que se torne mais claro aos seus públicos. Segundo França (2008), "os públicos essenciais são aqueles indispensáveis para a organização, sem esse público a organização não existiria". Para a Organização, seus stakeholders são caracterizados em dois pontos: o cliente, que possui expectativa de ser bem atendido, ao passo que o bom funcionamento dessa organização está dependendo das soluções que serão apresentadas; e o segmento de serviços, pois a Otimifica trabalha com diferentes ramos de atuação, mas têm algo em comum com o seu público serviço, por prestar um serviço de excelência e ter reconhecimento do cliente. Por tanto, a relação da empresa com esse ramo é criar uma conexão entre os processos de marketing, a construção da jornada dos clientes conectada com os diferentes produtos, mapeamento de oportunidades para atração de potenciais clientes. A análise de discurso foi realizada nos principais canais de comunicação utilizados pela Otimifica. No site, o grupo coletou informações sobre os serviços, depoimentos de clientes e também do blog que produz conteúdo com tendências e novidades. Nas redes sociais, analisamos o Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube. Todos possuem uma diferenciação no seu conteúdo direcionado para cada tipo de público, assim foram encontradas diversas informações sobre os serviços e depoimentos de clientes, ponto positivo para os novos clientes na hora da busca pela Organização. Deste modo, a partir da disciplina de Prática de Relações Públicas em Comunicação Institucional do Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter), no segundo semestre de 2019 foi criado um grupo com três integrantes, ambas estudantes de Relações Públicas com a missão de criar um projeto que começou a ser planejado e concebido no final do semestre.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

A Otimifica se transformou em consultoria, pois o modelo de agência não se encaixava mais nos seus princípios e objetivos, entretanto, ainda havia dificuldade de se posicionar e mudar a visão de seus clientes. O maior objetivo deste projeto foi legitimar o discurso desta transição, levar até quem já conhece a Organização e aplicar o discurso para quem ainda não conhece e se encaixar no público-alvo. Mas para alcançar esse propósito é necessário que os públicos envolvidos conheçam o que a empresa faz e como suas mudanças são essenciais para futuros clientes. Esse problema organizacional foi a oportunidade que o grupo compreendeu para desenvolver soluções em Relações Públicas dentro da Organização. A partir de um planejamento estratégico, o grupo acreditou que seria necessário utilizar a técnica da análise SWOT para auxiliar a própria Organização conhecer suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças e colaborar também, no momento de criação estratégica do respectivo grupo. Caracterizados como: força, a união dos processos de consultoria, assessoria e educação, criação de patrimônio e maturidade digital, resultados para negócios através do marketing digital e a metodologia própria que sincroniza as áreas de marketing, comunicação corporativa, tecnologia e vendas; fraquezas, como dificuldade em se posicionar como uma consultoria e não como agência, de criar experiências para as empresas ao invés de proporcionar produtos, serviços e soluções, a dependência da sócia Ariane para execução e decisão em projetos e falta de um espaço físico próprio; já como oportunidades, é favorável o investimento de empresas em marketing digital e inovação, se tornar referência em INBOUNDPR e aumento do número de clientes nos mais variados setores e o reconhecimento da empresa através de propostas com imersão; e por último, suas ameaças, que seriam a limitação dos setores de comunicação, a falta de espaço e receptividade nas empresas, concorrentes que oferecem serviços similares com baixo custo e as agências de marketing e publicidade. Durante o planejamento estratégico o grupo identificou clientes e potenciais clientes, oferecendo a oportunidade de apresentar a empresa como uma consultoria que agrega em seus negócios. O objetivo foi estabelecer e tornar claro o que difere a Otimifica de outras empresas de publicidade e marketing digital. Além de tornar a empresa uma referência em consultoria com reputação no mercado, que promove experiências por meio de imersões reais onde os clientes visualizam os problemas de comunicação que vivem diariamente. Entre as tendências do mercado que envolve a Otimifica, está a evolução do marketing digital e a estratégia de personalização para os clientes, no qual enquadra no quesito de "experiência" que a Otimifica preza. A valorização do SEO para otimificação dos mecanismos de pesquisa, como o Google, também surge como uma tendência que deve ser estrategicamente utilizada na empresa e com seus clientes, além de estar atualizados sobre as novas ferramentas de serviço. Com isso, o uso da inteligência artificial também é um dos fatores que oferecem experiências cada vez mais personalizadas e onipresentes. A experiência única para o cliente engloba todo o marketing digital. Os projetos devem ser atraentes em todos os aspectos e possibilitar sempre a personalização, sem deixar de lado a necessidade da economia de tempo. Um dos principais objetivos da organização é desenvolver a reputação e imagem institucional dos clientes através da inovação, desenvolvendo a maturidade digital de marketing através de consultoria, pensando estrategicamente a empresa como um todo sem deixar para trás as pessoas combinando o tecnológico com o humano, criar mentalidade digital e big data. Ao ter esta visão, a organização possui alta agilidade de adaptação perante novas mudanças.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Pensando nos segmentos de consultoria, experiência e transformação, o grupo planejou o Otimiday. Um dia de imersão no espaço organizacional no qual a Otimifica se encontra presente (um coletivo), onde há outras empresas de diversas áreas. A ideia principal foi aplicar a consultoria de marketing digital proporcionando a clientes e potenciais clientes a oportunidade de participar do processo de construção e elaboração de planos estratégicos. Em outras palavras, é trazer as empresas a realidade do que vivem e do que precisam melhorar, as emergindo em conteúdo, experiências e conceitos do design thinking. Inicialmente, o plano era criar um material digital para ser divulgado nos meios de comunicação do coletivo, como grupo de whatsapp e e-mail. Em um espaço reservado, os participantes seriam recepcionados com uma pergunta chave: "qual a solução que você busca hoje?" e após diagnosticar e identificar a dificuldade, a Otimifica ofereceria em forma resumida, uma das suas experiências de consultoria para os estimular a buscar melhorias e posteriormente contratá-los. Em um segundo conceito, juntamente com o cliente realizar o Canvas da Comunicação, para que unidos em um mesmo objetivo, identifiquem as dificuldades e pontos fortes da empresa, ministrado e observado pela sócia, Ariane Feijó. E como uma terceira ideia, produzir mais experiência junto com a imersão, criando um painel de interação com post its coloridos e/ou uma rodada com troca de perguntas e respostas. Na prática, o Otimiday foi adaptado às necessidades e a realidade que o grupo encontrou ao ter contato direto com a Organização. A agenda da sócia Ariane estava cheia e com uma brecha, alteramos a experiência de um dia, para uma manhã. Usamos os meios de comunicação do coletivo para as inscrições das empresas e divulgação. No total, foram 4 empresas inscritas: Polaris Marketing Imobiliário, Coletivo Workspace, Allexo Tecnologia e Now Agência Digital. Na manhã do dia 12 de novembro de 2019 ocorreu o Otimiday. O grupo proporcionou um coffee break com café, suco e pães de queijo para os participantes. A Otimifica gerou o Otimindex das empresas inscritas, que é o algoritmo que analisa e diagnostica problemas que impedem o negócio de gerar reputação e vendas, para assim analisar junto com as empresas. A sócia Ariane apresentou a Otimifica e logo após fez essa análise com as empresas, partindo para a finalização da imersão com o recolhimento dos depoimentos para o vídeo. O Otimiday foi documentado para ser tornar um vídeo conceito e como uma ferramenta de mensuração de resultados. Podendo ser utilizado como um produto na prospecção de novos clientes, com a finalidade de explicar como acontece a imersão e despertar o interesse de fazer parte dessa experiência. As vantagens do vídeo para esse projeto é poder transmitir emoções de forma direta e destacar as soluções que a Otimifica oferece aos seus públicos. Entendendo que o Otimiday teve um retorno positivo dentro da realidade que o grupo conseguiu executar, acredita-se que foi um projeto viável e aplicável, a partir do que a própria diretora e sócia da Organização, Ariane Feijó, relata no vídeo, que futuramente pensa em realizá-lo novamente com algumas modificações positivas.