



Construção de Site para a empresa Spolti Eventos ¹

Claudia GARLET²

Ana Caroline FINGER³

Tuane NICOLA⁴

André Quiroga SANDI⁵

Universidade Federal de Santa Maria – Campus Frederico Westphalen

RESUMO

Este artigo apresenta o processo de construção de um Website para uma empresa da região norte do Rio Grande do Sul, visando a necessidade da consolidação da imagem da organização no mundo digital, detectada no briefing realizado. A partir das demandas foi proposto a Spolti Eventos, Instituição do ramo de decoração de eventos, a construção de um site que a apresente e fortaleça sua imagem diante da comunidade local e nacional, utilizando ferramentas presentes na própria Internet e presando pelos princípios das Relações Públicas.

PALAVRAS-CHAVE:

Planejamento web; Comunicação digital; Produto digital; Relações Públicas

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem a finalidade de apresentar a construção de uma plataforma on line para uma empresa da região norte do Rio Grande do Sul. A partir das ferramentas disponíveis na internet que “permite que indivíduos, grupos, empresas, escolas, universidades, organizações em geral, se comuniquem através de uma rede enorme, estável, relativamente barata e acessível a muitas pessoas por meio de computadores” (TERRA, 2012) desenvolvemos nesse meio virtual e de grande

1 Trabalho submetido ao EXPCOM 2013, etapa regional Sul, categoria RP 09 Produto de comunicação institucional digital (avulso).

2 Aluno Líder do grupo e estudante do 6º Semestre do Curso de Relações Públicas Multimídia, email: claudiagarlet@gmail.com

3 Estudante do 6º Semestre do Curso de Relações Públicas Multimídia, email: ana_finger@yahoo.com.br

4 Estudante do 6º Semestre do Curso de Relações Públicas Multimídia, email: tuanenicola@gmail.com

5 Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação e professor do Curso de Comunicação Social Hab. Relações Públicas Multimídia da UFSM Campus de Frederico Westphalen. Email: quirogasandi@ufsm.br



amplitude um espaço para a empresa alcançar reconhecimento e conquistar novos públicos.

A proposta foi desenvolver um site através de estratégias pensadas a partir das necessidades da empresa detectadas através de um diagnóstico, além de criar um diferencial para a mesma que arrecade o maior número de visualizações, para tanto, escolhemos a Spolti Eventos, empresa prestadora de serviços do ramo de eventos.

Para iniciar, desenvolvemos o diagnóstico para conhecer a necessidade da empresa onde foram analisados os públicos, cultura, histórico da empresa, identificação das necessidades e oportunidades. Após esse estudo e análise, criamos as estratégias a serem implementadas no site.

Para Carolina Terra “estar na rede significa expandir a atuação, se fazer presente no mercado mundial e integrar a teia econômica que move a comunicação de marketing entre organizações“ (TERRA, 2012). A inserção no meio virtual é um dos novos avanços e desafios que as empresas tem a enfrentar atualmente, mesmo algumas já estando inseridas, necessitam de direcionamento e estratégias qualificadas para alcançar o público e promover aquilo que ele deseja ver e esse foi nosso objetivo.

1 OBJETIVOS

A partir das demandas detectadas durante a realização do diagnóstico e conversas com o empresário, chegamos a conclusão que a empresa, por realizar trabalhos para toda a região do Médio Alto Uruguai- RS necessitava de um espaço midiático que possibilitasse e suprisse as necessidades de apresentação dos trabalhos que desenvolve através de um portfólio disponível 24 horas para os clientes de todas as cidades.

A criação de um *web site* para a Spolti Eventos vem de encontro com as atuais necessidades da empresa diante do mercado local. Precisa-se fortalecer a sua identidade para com os clientes e conquistar novos públicos-alvo, com o pensamento estratégico a partir dos conhecimentos de relações públicas voltado à área multimídia buscamos suprir as necessidades da empresa no meio virtual.

O objetivo era alcançar um maior número de acessos ao site, além de posicionar a empresa no cenário regional, ampliando seu espaço de atuação á novas regiões, visto que através de um portfólio pessoas podem conferir a qualidade dos serviços prestados e diversidade.



2 JUSTIFICATIVA

A internet não é mais uma curiosidade, passou a ser uma necessidade para qualquer empresa nestes tempos modernos. As instituições precisam aprender a lidar com este novo meio, afinal, este é o modo mais rápido de divulgação, de venda ou de acompanhamento de demandas, sendo ainda mais compensado pelos baixos custos.

“A Internet funciona, nos dias de hoje, como uma vitrine virtual de exposição institucional. Em face disso, é quase impossível não encontrarmos as grandes corporações na Web. A competitividade e a necessidade de exposição e relacionamento com os públicos faz com que as organizações criem seus websites ou os chamados sites institucionais, que podem se expandir” (TERRA, 2012).

Um *site* proporciona a uma empresa a possibilidade de uma interatividade massiva que não seria possível num encontro face a face. Mas é importante que se tenha conhecimento de que esta agilidade pode ser a causa de desestruturação e desaparecimento de muitas organizações.

Verificando a situação da Spolti Eventos, que presta serviços para eventos sociais e empresariais de Frederico Westphalen e toda a região norte do Rio Grande do Sul, identificamos que o mesmo não possui um *site* e que necessita desse tanto para sua credibilidade quanto para agregar novos clientes. Apesar de ser uma empresa bastante nova no mercado local, já se considera o amplo número de clientes que tem conquistado.

Como toda empresa, A Spolti Eventos deseja crescer e se solidificar no meio onde está inserida e ainda mais, ampliar os seus mercados. Entendemos portanto, que se torna imprescindível a criação de uma página da organização na internet. “A presença da organização na Internet (...) deve ser explorada para oferecer conteúdos que tanto sejam de interesse dos seus públicos como contribuam decisivamente para atingir objetivos determinados de relações públicas” (PINHO, 2012).

É papel, então, do profissional de Relações Públicas nesse contexto, segundo Pinho (2012), assimilar a verdadeira natureza da internet para desenvolver vantagens e estratégias trazidas pelas ferramentas que ela oferece para beneficiar organizações, é o que foi pretendido na realização do trabalho de criação e posicionamento do site.

A internet passou a ser um canal global de divulgação e vendas com baixo custo em todo o mundo. Atualmente no Brasil, segundo dados do *Ibope NetRatings* (Estatísticas, 2012), podemos destacar um número superior a 83,4 milhões de internautas que trafegam diariamente procurando soluções para as suas necessidades. A



oportunidade é de primeiramente inserir a Spolti Eventos neste contexto, aumentando seus meios de relacionamento com os públicos.

A pesquisa mostra ainda, que a internet se tornou no Brasil a terceira ferramenta de maior alcance de comunicação. Sendo que 87% dos internautas, utilizam a rede para pesquisar produtos e serviços, levando em consideração as opiniões *On-line* antes a compra.

Atualmente os números são consideravelmente maiores que os abordados nestas pesquisas, mas os dados já servem para nos mostrar como é relevante a presença de uma empresa neste meio. Mais importante ainda, é ter um espaço qualificado e de fácil acesso para que os internautas possam navegar facilmente.

Para que possamos desenvolver um site qualificado para a empresa Spolti Eventos, precisamos utilizar ferramentas modernas, eficientes e de fácil acesso aos clientes, fornecedores e públicos em geral. Por este motivo que escolhemos utilizar a Plataforma *Wix*, que fornece modernos layouts e instrumentos arrojados.

O *Wix* é uma ferramenta para desenvolvimento de *sites*, é gratuita e de fácil acesso de manuseio. Não serão necessários grandes conhecimentos técnicos para criar e editar uma página na *web*, podendo assim concentrar, neste momento, no ponto fundamental da atividade de Relações Públicas, ao criar conteúdos realmente pertinentes aos públicos que a organização deseja que tenha acesso. Nossa principal intenção é proporcionar ao empresário da Spolti Eventos, a possibilidade da simplicidade de atualização e manutenção do mecanismo mas ao mesmo tempo um site dinâmico e moderno.

A ferramenta utilizada na criação proporciona que a organização tenha um site de qualidade, neste momento sem custo, com possibilidade de manutenção pelo proprietário, entendendo que a empresa não tem condições de bancar com um custeio técnico e profissionalizado. O trabalho desenvolvido visa, em um primeiro momento, que a organização possa expor seu portfólio de forma coerente, chegando a novos públicos e, assim, ampliando sua área de atuação e aumentando o número de clientes atendidos.

Desta forma, entendemos que é a Internet e, especificamente, a *Wix* seja a ferramenta adequada para o desenvolvimento da página da empresa de decoração de eventos. Os *layouts* disponibilizados fornecem os mecanismos necessários e indispensáveis para uma visibilidade coerente e facilidade de acesso para os públicos.



3 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a criação do site, e a partir do diagnóstico, através da análise de dados e conversa com o empresário que detectamos os pontos essenciais para início do trabalho, neste analisamos os públicos, cultura, histórico da empresa, identificação das necessidades e oportunidades. A necessidade primordial foi mostrar seu trabalho através das fotos, o que norteou para a escolha do *layout*.

A Spolti Eventos trabalha com a prestação de serviços para eventos, como: casamentos, formaturas, aniversários, eventos empresariais dentre outros. Conta atualmente com trabalhos de decoração, *buffet*, sonorização, iluminação, garçons e *barman*.

Tem sede no centro da cidade de Frederico Westphalen-RS, onde se concentram a maioria dos trabalhos, mas possui uma ampla atuação em grande parte dos municípios da região, como: Caiçara, Seberi, Rodeio Bonito, Vicente Dutra, Palmitinho, Iraí entre outros. Fundada em fevereiro de 2012, a marca atualmente possui um vasto público de clientes e admiradores e busca seguir se profissionalizando no seguimento que atua. Assim, a Spolti possui produtos de primeira linha e pessoal qualificado para a realização de cada trabalho que é demandando. Também conta com uma estrutura física e de material adequada para atender clientes de toda a região.

Os pontos fortes, identificados no *briefing*, mostram que o empresário conquistou rapidamente um número considerável de clientes devido o vasto conhecimento na área adquirido em seu trabalho anterior numa grande empresa do ramo, e que presta serviços com um forte apoio de bons fornecedores para os seus clientes, além de possuir materias modernos e arrojadas para decoração nos eventos.

No processo ainda foi percebido que os principais problemas da organização estão ligados a falta de um logo padrão e também de gerenciamento estratégico nas redes sociais e os demais espaços da *Web*, que acarretam em uma menor divulgação do serviços uma vez que os clientes não tem como indicar nenhum espaço virtual para que futuros clientes possam visualizar o trabalho realizado, o que pode causar a perda de mercado. Assim, a construção de um site estrategicamente pensado colocaria a empresa a frente da atual concorrência local, que não possui também nenhum espaço de divulgação *on-line*.

Através de uma plataforma *on-line* desenvolvemos na *web*, que é um meio de



grande amplitude, um espaço perfeito para que a empresa alcance reconhecimento e conquiste novos públicos e mercados, um site para a empresa Spolti Eventos. Esse processo teve como objetivo criar estratégias para suprir as necessidades da organização no meio virtual, buscar o maior número de acessos ao site a partir do desenvolvimento de um portfólio virtual e como metas a otimização da identidade visual da organização, buscando alcançar a maior visibilidade para o novo site, atingindo novos públicos.

O processo de criação e desenvolvimento, tanto do layout como dos conteúdos ocorreram na disciplina de Laboratório Multimídia II, foram realizadas reuniões semanais para tratar a produção do conteúdo e a evolução das estratégias e adaptações no site até se chegar a um resultado final que fosse de fácil acesso e contemplasse os objetivos previstos.

4 O PROCESSO DE CRIAÇÃO

O *layout* do *site* (Imagem 1) é baseado nas cores do *logo* que a empresa possui, apesar de haver sido analisado em nosso diagnóstico como um ponto fraco, devido simplicidade em sua elaboração e possuindo uma identidade forte e característica. A presente logo da empresa utiliza duas cores e duas taças como símbolo visual. Mas é preciso que haja uma identidade forte que caracterize a empresa no mercado para ela se firmar frente a concorrência e ser reconhecida pela comunidade, visto que é uma empresa relativamente nova nesse cenário. Como não era a proposta da disciplina,

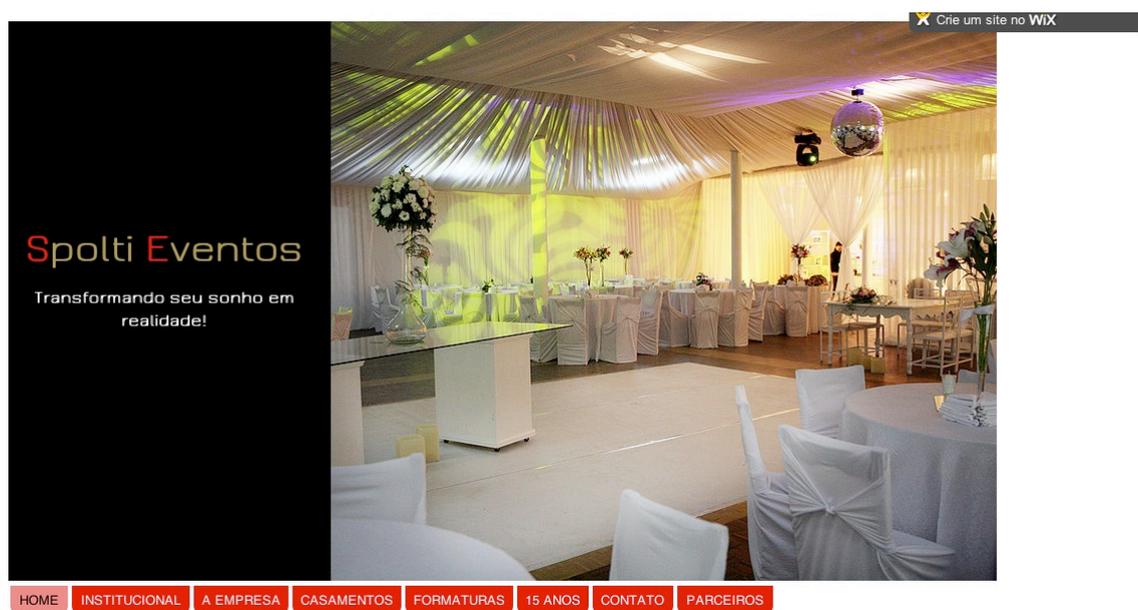


Imagem 1: Página inicial - *Layout*



apenas sugerimos como uma oportunidade à empresa a criação de uma novo logo, que firme a empresa no mercado atual a partir da utilização de uma identidade mais forte. Portanto, neste momento e com a situação que se encontra essa identidade, utilizamos somente das cores, vermelho, preto e dourado características já da empresa para criar o *layout do site*.

Como já pontuado, frente a questão do visual do site da empresa, pretendemos passar algo mais elegante, pois os eventos realizados pela empresa normalmente são noturnos. Para a questão das seções, tem-se separadas categorias por evento, sendo eles: 15 anos, formatura, casamentos (essas representam o portfólio da empresa a qual detectada como a estratégia que serve para suprir as carências da empresa)

Já as demais categorias são: a empresa, em que se apresenta a parte institucional e a parceiros em que são elencados algumas das empresas que prestam serviços em parceria com a Spolti e que facilita o serviço para o cliente que deseja um pacote completo. A ultima categoria é a de contato em que se encontra a localização da empresa, telefones, endereço eletrônico e a página do *facebook*. Assim a divisão do site, os itens foram pensando de forma estratégicas para aumentar a visibilidade e facilitar a aproximação do público com a empresa:

Apresentação da Empresa

Desde o primeiro click do usuário no *site*, ele já deve reconhecer do que se trata a empresa e associar ao seu serviço. A partir das cores utilizadas, que remetem a marca da empresa, as fotos dos serviços prestados em diversos tipos de eventos e as categorias que o site oferece.

A construção da seção institucional é fundamental para o principal princípio proposto à empresa, a consolidação da Spolti Eventos no mercado local. Neste espaço serão expostos aspectos importantes para formação de sua identidade, a missão, visão, valores e o histórico da organização.

Na seção Empresa apresentam-se os serviços prestados pela organização e a sua localização através da exposição de um mapa e texto informativo.

Identidade Visual

Cores e *layout* definidos a partir da identidade da marca que já possuem. Por realizarem eventos de qualidade e normalmente noturnos a ideia é passar uma imagem clássica da empresa. Uma das estratégias também propostas é a criação de uma



identidade visual forte e a mudança da logotipia da empresa, porém devido ao tempo de trabalho esta etapa será inviável.

Contato

Há uma seção específica para contato com a empresa, tanto para fazê-lo diretamente do site, quanto para enviar o e-mail, ligar para os telefones disponíveis e um link com a página do *facebook* da empresa.

Portfólio

Um dos fatores identificados no diagnóstico foi a necessidade de um portfólio (Imagem 2) para a empresa, para utilizar no momento da solicitação de um serviço, vinda dos clientes. Entende-se que no processo de captação do cliente, e mesmo no *briefing* da organização sobre o evento a ser realizado é possível mostrar seus serviços acessando ao site levando com que o cliente visualize a qualidade do serviços. Visa, também, expandir o mercado uma vez que clientes da região que não podem se deslocar até o local tenham acesso e visualizem os eventos já realizados. Desta forma, foram criadas seções conformes as demandas de eventos prestados: Formaturas, Casamentos e 15 anos.

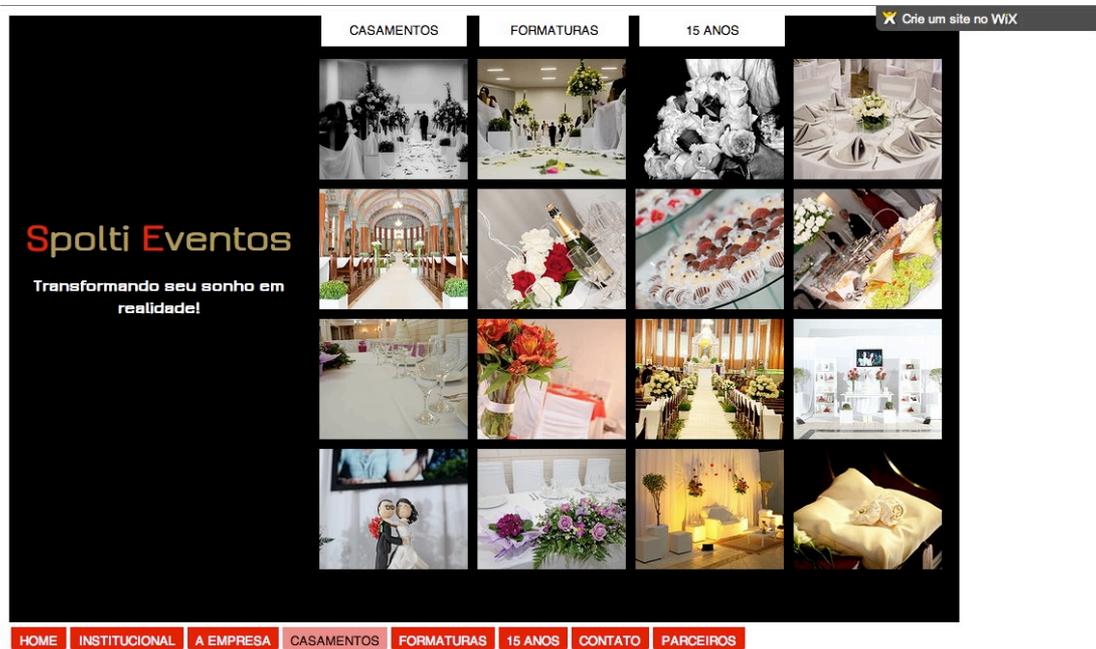


Imagem 2 – Portifólio: seção casamento

Fonte

A fonte utilizada foi a *Inline Styles*, por possibilitar uma leitura bastante clara e fácil para os visitantes do site. Como forma de padronização foi apresentada em



diversos tamanhos conforme a necessidade de cada seção apresentada dentro do *website*.

5 CONSIDERAÇÕES

Ao iniciarmos este projeto contatamos a empresa Spolti Eventos, conforme o solicitado na disciplina de Laboratório Multimídia II. O objetivo conforme o diagnóstico era criar um portfólio *on-line* para a empresa através da principal necessidade da mesma, sendo este a divulgação e visibilidade dos serviços prestados.

A escolha da plataforma *Wix*, mesmo em seu suporte gratuito, nos proporcionou criar o *layout* para estruturar o *website* conforme o planejado. A plataforma *wix* ainda apresenta algumas deficiências o que gerou alguns contratemplos na criação a aprimoramento do site desenvolvido. Foi sugerido a organização que, caso venha a implantar a site, adote a versão paga da ferramenta que propicia outros elementos na criação e, futuramente, crie o site em uma outra plataforma profissional.

Várias adaptações foram sendo realizadas durante a realização do processo para chegarmos a um resultado final satisfatório. Neste processo ficou claro a necessidade de que o site fosse dinâmico, assim como são os eventos, mas ao mesmo tempo o site foi estruturado para garantir um fácil acesso onde os clientes pudessem navegar e conhecer a empresa e seus serviços através de uma ferramenta planejada estrategicamente para este fim.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESTATÍSTICAS, dados e projeções atuais sobre a internet no Brasil. In To Be Guarany. Disponível em http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php acessado em 19 de nov. de 2012.

NEVES, Roberto. Comunicação Empresarial Integrada. Rio de Janeiro: Ed. MAUAD, 2000.

PINHO, José Benedito. A internet como instrumento de relações Públicas: possibilidades e limitações. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/funcoeseticas/0137.htm> acessado em: 05 de Fevereiro, 2012.

TERRA, Carolina. As relações públicas e as novas tecnologias de informação e comunicação. Disponível em: http://www.eca.usp.br/caligrama/n_2/9%20CarolinaTerra.pdf acessado em 05 de Fevereiro, 2012.