

Estágio Curricular na SpikUP – Consultoria de Informação

Joel Gonçalo Cerqueira Joaquim

Relatório

de Estágio de Mestrado em Novos Media e Práticas Web

Março de 2018

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web, realizado sob a
orientação científica do Professor Doutor Francisco Rui Cádima, e co-orientação do
Professor Vítor Badalinho

AGRADECIMENTOS

Aos professores Francisco Rui Cádima e Vítor Badalinho, por terem aceite orientar-me nesta última etapa do Mestrado;

A Rui Ribeiro e Ana Almeida, por me terem acolhido na empresa que dirigem, ajudando-me a dar os primeiros passos numa vertente profissional até então desconhecida;

Aos meus pais, por todo o apoio que me deram ao longo do Mestrado, e principalmente durante todo o período de Estágio;

A todos os meus amigos e colegas de Mestrado que, de alguma forma, ajudaram a que este relatório chegasse a bom porto.

Estágio Curricular na SpikUP – Consultoria de Informação

Relatório de Estágio

Curricular Internship at SpikUP – Consultoria de Informação

Internship Report

Joel Gonçalo Cerqueira Joaquim

Resumo

O presente documento foi elaborado no contexto de estágio curricular do Curso de Mestrado em Novos Media e Práticas Web, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O estágio em questão teve lugar na SpikUP – Consultoria de Informação, uma empresa de informática sediada em Corroios, concelho do Seixal, e focada na criação de soluções para micro e pequenas empresas, através de uma oferta de serviços essencialmente baseada na criação de websites institucionais e/ou lojas online, Gestão de Redes Sociais, criação de Planos de Marketing (tradicional e digital), edição de imagem e criação de logos. Foi tomada a decisão de concluir o Mestrado através do referido estágio, não só por uma perspetiva de aplicação prática dos ensinamentos de duas unidades curriculares de elevada relevância em Novos Media e Práticas Web (Práticas Web 1 e 2), mas também como forma de iniciar um percurso profissional em organizações que baseiam os seus serviços em soluções e plataformas digitais/online. Este relatório aborda em detalhe as tarefas realizadas durante o Estágio, fazendo menção às várias etapas necessárias no decorrer de cada tarefa, incluindo igualmente uma revisão de literatura associada a várias ferramentas que me foram apresentadas ou exploradas aprofundadamente durante os quatro meses de duração desta experiência profissional.

Palavras-chave: Marketing Digital, Web Design, Programação Web, HTML, CSS, Design Responsivo, WordPress, Gestão de Conteúdos, Redes Sociais.

Abstract

This document was written in the context of the curricular internship in the master's degree in New Media and Web Practises of the School of Social and Human Sciences, New University of Lisbon. The internship took place at "SpikUP – Consultoria de Comunicação", a computer company located in Corroios, municipality of Seixal, which is focused on creating solutions for micro and small-sized companies, through a list of services based on institutional websites and/or online shops, Social Media management, creation of Marketing Plans (digital or not), image editing and logo creation. It was decided to complete the master's degree through this internship, not only because it created the chance to apply what I've learned in two of its most important subjects (Web Practises 1 and 2), but also to start a career in companies which have a portfolio of services based on digital solutions and platforms. This report includes a detailed description of all the tasks contained in the internship, along with a description of the several stages required to perform said tasks, as well as a literature review related to several tools which were presented to me or explored more deeply during the four months of this professional experience.

KEYWORDS: Digital Marketing, Web Design, Web Programming, HTML, CSS, Responsive Web Design, WordPress, Content Management, Social Media.

Índice

Introdução	1
Capítulo 1: O Estágio.....	4
1. 1. A SpikUP.....	4
1. 2. Oferta de Serviços	4
Capítulo 2: Revisão de Literatura / Ferramentas utilizadas durante o período de Estágio.....	5
2. 1. <i>WordPress</i>	5
2.1.1. Temas / Plugins.	6
2.2. <i>Asana</i>	7
2.3. <i>Postcron</i>	9
2.4. <i>Adobe Photoshop</i>	10
Capítulo 3: Tarefas desempenhadas durante o período de Estágio	11
3.1. Desenvolvimento de Websites.....	11
3.1.1. “Cuidado Sénior”.	11
3.1.2. Website da SpikUP	14
3.2. Organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”	17
3.3. Construção do Plano de Marketing Digital da SpikUP	19
3.4. Gestão das Redes Sociais da SpikUP.....	21
Conclusão	23
Bibliografia.....	26
Índice de Imagens	30
Glossário.....	31

Lista de Figuras	38
Anexos.....	43

Introdução

O presente relatório foi elaborado no seguimento de um Estágio de natureza curricular que teve lugar na SpikUP – Consultoria de Informação, entre 16 de agosto e 20 de dezembro de 2017, com a finalidade de concluir o Mestrado em Novos Media e Práticas Web da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Dentro das três opções de conclusão do mestrado passíveis de serem escolhidas, foi tomada a decisão de enveredar pelo Estágio como forma de aplicar conhecimentos adquiridos durante a componente letiva, com ênfase nas Unidades Curriculares de Práticas Web 1 e 2, tendo igualmente o intuito de iniciar um percurso profissional na vertente do Web Design e da Gestão de Conteúdos Online, uma vez que foi essa a razão primordial de ingresso no Mestrado.

Sendo este estágio a primeira experiência profissional decorrente da formação teórica obtida através da componente letiva do Mestrado, parti para o mesmo sem um verdadeiro ponto de referência do que poderia ser o meu desempenho e grau de autonomia nas primeiras semanas. Deste modo, as questões de partida que antecederam a frequência do mesmo podem ser divididas em duas grandes temáticas: superação de desafios até então desconhecidos, e uma ponderação relativa à aposta profissional no setor de mercado em que a SpikUP se imiscui.

1. Que problemas poderão surgir na aplicação prática dos conceitos abordados na componente letiva do Mestrado?

Essencialmente, esta questão consiste na adaptação dos conteúdos abordados ao longo do Mestrado, com ênfase nas Unidades Curriculares de Práticas Web 1 e 2, a situações reais, que envolvem clientes de uma empresa, e uma gestão rigorosa do tempo necessário à execução de cada projeto. Por outras palavras, a resposta à presente questão passa por aferir a extensão do *background* conferido pela vertente teórica do Mestrado, como forma de executar, com o menor grau de dificuldade possível, as tarefas que me seriam confiadas.

2. Como será o processo de adaptação a um modelo de trabalho com o qual nunca contactei?

Praticamente todas as empresas que ocupam o segmento de mercado da SpikUP, sendo que a entidade de estágio não é exceção, aferem o custo de um projeto de acordo com as horas que o mesmo demorou a ser desenvolvido. Nunca tendo contactado com tal modelo em experiências profissionais anteriores, a resposta a esta questão passaria por um balanço relativo à facilidade, ou não, que teria em definir uma previsão de horas necessárias à execução das tarefas constantes no plano de atividades, referindo igualmente se consegui cumprir, em todas as ocasiões, as previsões comunicadas à orientadora no local de estágio.

3. Será o *background* proveniente de experiências anteriores no campo da Gestão de Redes Sociais suficiente a nível de autonomia durante o Estágio?

Não sendo este estágio o primeiro contacto com a tarefa acima mencionada, pretende-se, com a presente questão, encontrar uma resposta referente à facilidade com que voltaria a desempenhar esta atividade, considerando um interregno algo prolongado com a vertente mais burocrática, por assim dizer, deste tipo de plataformas digitais.

4. Poderá este Estágio despertar o interesse em seguir uma carreira como Web Designer/Gestor de Conteúdos Digitais?

A derradeira questão de partida constitui uma espécie de somatório das questões anteriores, uma vez que este estágio teria que fornecer uma resposta concreta no que toca ao estímulo para permanecer neste setor profissional no futuro, seja na SpikUP ou em qualquer outra entidade, confirmando, ou não, se as minhas capacidades se coadunam com as exigências desta atividade laboral.

Do ponto de vista formal, o relatório divide-se em quatro capítulos distintos. O primeiro capítulo assenta na apresentação da SpikUP, referindo os serviços por si prestados e a sua missão, visão e valores. O capítulo seguinte efetua uma revisão de literatura associada às ferramentas mais importantes que o estágio me introduziu ou permitiu explorar a fundo. O terceiro capítulo expõe em detalhe todas as tarefas

realizadas ao longo do estágio, mencionando eventuais problemas que tenham surgido no cumprimento das mesmas, e de que forma os mesmos foram ultrapassados. Por último, mas não menos importante, a conclusão efetua um balanço do estágio e do meu desempenho, apontando igualmente a resposta às questões de partida constantes no capítulo inicial, bem como uma reflexão referente ao *know-how* com que a SpikUP contribuiu para o meu percurso profissional. É de salientar que todas as imagens utilizadas no presente documento se encontram disponíveis para consulta na Lista de Figuras, com um Glossário a conter definições para os vários termos utilizados ao longo do mesmo.

Capítulo 1: O Estágio

Como anteriormente referido, o estágio curricular que o relatório analisa teve lugar na SpikUP – Consultoria de Informação, entre os dias 16 de agosto e 20 de dezembro de 2017. A duração superior ao estipulado pela FCSH prende-se com o facto de a orientadora na instituição de estágio, Ana Almeida, ter solicitado que a minha semana de trabalho ocorresse, na esmagadora maioria das ocasiões, entre segunda e quarta-feira, tendo ocorrido pelo meio um período de férias na empresa, entre 23 de outubro e 5 de novembro, que naturalmente prolongou a data de término do mesmo.

O presente capítulo aborda a instituição de acolhimento, referindo igualmente a sua oferta de serviços.

1.1 – A SpikUP

Fundada em março de 2016 por Rui Ribeiro e Ana Almeida, a SpikUP é uma microempresa com uma carteira de clientes e público-alvo muito específicos, direcionando a sua oferta de serviços para micro e pequenas empresas emergentes ou que tenham algum tipo de dificuldades em afirmar a sua marca no mercado, propondo-se ajudar as mesmas a crescer através de uma estratégia focada no aumento da visibilidade online. Ainda que tal não seja efetuado através de um plano compreensivo de negócio, contratar os serviços da SpikUP é sinónimo de contar com apoio especializado na superação de problemas decorrentes do processo de crescimento de qualquer empresa, independentemente do ramo de mercado em que se insiram.

1.2 – Oferta de Serviços

A SpikUP tem ao dispor de cada cliente uma oferta de seis serviços, cada um com os mesmos objetivos em comum, aprimorar a sua imagem corporativa, e criar condições para um crescimento gradual e sustentado, tanto no panorama digital, como em volume de negócios. Ainda que a entidade de estágio desempenhe cada serviço isoladamente, será sempre mais vantajoso aos clientes recorrer a pacotes que abrangem vários itens, de forma a preparar de forma mais completa a sua entrada ou consolidação no mercado.

A saber:

- Construção de Websites;
- Desenvolvimento de Lojas Online;

- Construção de Planos de Marketing;
- Gestão de Redes Sociais;
- Edição de Imagem;
- Criação de Logos.

Capítulo 2 – Revisão de Literatura / Ferramentas utilizadas durante o período de Estágio

2.1 –WordPress

O Wordpress é uma ferramenta popular para edição de blogs e gestão de conteúdos na web (CMS). É indicado para utilizadores que têm pouco conhecimento em código e informática e desejam uma ferramenta rápida e fácil de usar para criar um blog ou website. (Rodrigues, 2016)

Naquela que é uma prática corrente no universo das empresas de informática, ainda que a “plataforma mãe” utilizada possa diferir, uma vez que existem vários *Content Management Systems* à disposição no mercado, caso do *Joomla* ou *Drupal*, todos os websites desenvolvidos pela SpikUP recorrem ao *WordPress* para a estrutura-base, com vantagens evidentes no que toca ao tempo de “fabrico” de cada site, e uma redução significativa no tempo de programação, uma vez que deixa de ser necessário estruturar um website de raiz, permitindo assim que os clientes da SpikUP usufruam das respetivas páginas web num espaço de tempo significativamente reduzido.

Antes do arranque do estágio, a minha experiência com o *WordPress* era praticamente inexistente e, embora estivesse a par da utilidade da plataforma no contexto do desenvolvimento de websites, bem como da utilização alargada da mesma à escala global, o contacto inicial com o *WordPress* revelou uma miríade de opções de personalização que me eram completamente anónimas, sendo capazes de dotar um website com uma série de ferramentas como formulários de contacto ou *Sliders*, por exemplo, sem que isso seja sinónimo de longos tempos de programação ou de um extenso domínio das linguagens que lhe estão associadas.

(...)21.9 % of the top 10 million web sites are running on WordPress which has 60.3% of the CMS market share. (Norrie et al, 2014)

2.1.1 – Temas / Plugins

(...) os temas do Wordpress permitem aos utilizadores mudar o visual e a funcionalidade do Website. Todos os Websites do Wordpress necessitam de pelo menos um tema, e este tema tem que estar construído com PHP estruturado e HTML e CSS válido. Estes temas podem ser instalados através do painel de utilizador ou serem carregados através de FTP. (Matos, 2016)

Os temas agem como uma espécie de base para a personalização, a título posterior, que cada website construído via *WordPress* recebe. Existem milhares de opções de temas disponíveis para download (Figura 1), que podem ser encontrados em múltiplos sítios na Internet. Embora a oferta de temas gratuitos seja vasta, existem igualmente inúmeros temas pagos, que naturalmente exigem um esforço de programação bastante menor que as opções livres de qualquer encargo. No entanto, uma consulta nos vários websites que alojam temas de *WordPress*, caso do *Colorlib*, *Athemes* ou *Themelsle*, mostra com frequência um mesmo tema na versão *free* e paga. Através de programação adicional, é possível, na maioria das ocasiões, equiparar o tema de utilização gratuita à correspondente versão com custos associados. Porém, tal processo é laborioso e prolongado no tempo, algo que aprendi no decorrer do estágio realizado na SpikUP. Ainda no que concerne aos temas para *WordPress*, é de referir que muitos dos temas gratuitos são acompanhados de documentação disponível online, que não raras vezes incluem tutoriais em forma de vídeo, bem como fóruns nos quais os utilizadores podem colocar uma série de dúvidas, que serão respondidas, na maioria dos casos, no espaço de horas. No entanto, se a resolução das referidas dúvidas passar por alterações estruturais a um determinado tema, os *developers* do mesmo podem reservar-se ao direito de não resolver na totalidade a dúvida que lhes foi colocada (Figura 2). A cada tema, pode ser implementado uma enorme variedade de *plugins* (Figura 3), que contêm funcionalidades adicionais que se destinam, maioritariamente, a incrementar a usabilidade de um website, prolongando igualmente a flexibilidade do *WordPress* no que toca à quase total ausência de programação que o mesmo proporciona.

Na comunidade Wordpress existe um ditado “há um plugin para isso”, ou seja, sempre que é necessário pôr alguma nova funcionalidade no Website, os plugins podem

tornar isso uma realidade, mesmo não sabendo uma única linha de código de programação. (Matos, 2016)

A exemplo do que sucede com os temas, também os *plugins* para *WordPress* podem ser livres de qualquer encargo ou pagos, sendo igualmente frequente o mesmo *plugin* existir na versão *free* e *premium*, com a última opção, naturalmente, a ser mais completa nas funcionalidades que inclui. No espectro diametralmente oposto ao que sucede no caso dos temas, grande parte dos *plugins* não dispõem de assistência técnica por parte dos respetivos *developers*, o que faz com que os critérios de escolha do melhor *plugin* para levar a cabo uma determinada função num website sejam, de algum modo, distintos dos referentes aos temas de *WordPress*.

A melhor maneira de escolher os melhores plugins para as funções desejadas é confirmar se as atualizações são compatíveis com a última versão do Wordpress, se os utilizadores estão a receber respostas às suas dúvidas e a avaliação do próprio plugin. (Matos, 2016)

2.2 – Asana

Asana is a collaborative task management tool to keep track of day-to-day to-do lists per project by instantly assigning tasks to people. Asana offers functionalities like task grouping and sorting or subscriptions (receiving alerts of progress per project or task). (Smiths & Mogos, 2013)

De modo a que nunca se corra o risco de não se estar a par de todas as etapas inerentes ao desenvolvimento de uma determinada tarefa, monitorizando os avanços realizados mesmo fora do horário laboral, e tendo o condão de evitar uma comunicação presencial constante aos *project managers* (neste caso, a orientadora no local de estágio) quanto ao progresso das atividades no quotidiano de uma empresa, existem várias ferramentas online que permitem o acompanhamento constante do progresso dos colaboradores de uma empresa nas tarefas que lhes são confiadas. O *Asana* (Figura 4) é uma das plataformas mais reconhecidas neste domínio, tendo sido a eleita pela SpikUP para acompanhar de perto qualquer projeto que seja levado a cabo no seio da mesma, permitindo segmentar tarefas com base numa *checklist*, definir datas e horários de conclusão de todas as tarefas que sejam introduzidas no sistema, bem como escolher quem pode visualizar os avanços efetuados nas tarefas, estabelecendo-as como sendo de âmbito público ou visíveis apenas na conta pessoal.

To start using Asana, you should first visit the site www.asana.com where you need to create a personal account. The account can be created with an ordinary e-mail, but if the user has a Google Account, then it's preferable to sign up with that account (...). Once the user creates the log in credentials, then it is easy to log in to Asana via the interface. (Avdiaj, 2017)

Concluído o processo de criação de uma conta no *Asana*, o utilizador pode, desde logo, começar a adicionar tarefas, tendo uma série de opções inerentes ao seu agendamento, permitindo assim aos utilizadores uma grande liberdade na utilização desta plataforma, tornando-a bastante completa para as funções que se propõe efetuar, e melhorando sobremaneira a dinâmica de trabalho entre todos os intervenientes de um determinado projeto.

When you add a task, a task details panel will open next to the list view. Here you can provide a more complete description of the task, assign a due date, create sub-tasks, add a category tag, and attach relevant files. (Graham, 2016)

Tentando evitar ao máximo que os utilizadores do *Asana* excedam as *deadlines* previstas pelos próprios para a execução de uma determinada tarefa, excetuando os casos em que os mesmos, ou eventuais membros do mesmo projeto, prolongaram a sua data de finalização, a plataforma faz questão de notificar os mesmos no email associado à conta do *Asana*, aquando da aproximação ao prazo estipulado. Ainda que exista igualmente uma versão com encargos associados, a SpikUP utiliza a versão gratuita, não traçando qualquer plano para investir na vertente paga desta plataforma, ou mesmo de mudar para uma plataforma concorrente num futuro próximo. O *Asana* foi uma das plataformas mais úteis que o estágio na SpikUP me deu a conhecer, tendo um contributo significativo na habituação aos métodos de trabalho empregues nesta entidade.

(...) if a due date has been assigned to a task, the assignee will receive an automatic notification one week in advance to remind them to carry on with their work on the project. Likewise, an overdue message will be sent via email when a deadline is missed. (...) From within a calendar view, individuals can update tasks directly including creating new tasks, changing due dates, and marking them as complete. (Graham, 2016)

2.3 –Postcron

(...) when I find tools that make my life a little easier – I embrace them. Enter Postcron. This service is a great tool for those of us who like to work ahead, plan out our social media content and not worry about it several times a day. (Krueger, 2015)

O *Postcron* (Figura 5) é uma ferramenta cuja existência desconhecia até ao início do estágio, mas que não era utilizada na SpikUP até então, tendo sido por mim descoberta, por mero acaso, numa pesquisa online. Destina-se ao agendamento e publicação automática de *posts* em redes sociais, permitindo que os seus utilizadores não tenham que pausar tarefas que estejam a desempenhar para publicar atualizações em plataformas como o *Facebook*, *LinkedIn* ou *Instagram*. Tal é sinónimo de uma significativa dinamização no método de trabalho, uma vez que a postagem “manual” de uma publicação, principalmente quando a mesma necessita de ser partilhada em mais que uma rede social, nem sempre constitui um processo rápido e/ou intuitivo, podendo comprometer os horários de lançamento de um novo *post*, e fazendo com que o mesmo seja publicado mais tarde que o desejado. À semelhança do que sucede noutras ferramentas igualmente mencionadas no presente capítulo, também o *Postcron* dispõe de uma opção cuja utilização é gratuita, e que coexiste com quatro planos pagos. A SpikUP recorre à opção livre de encargos, a qual demonstra ser quase ideal para as necessidades atuais da empresa, algo que será abordado mais detalhadamente no Capítulo 3.

PostCron gives you all 3 big social accounts to register in one click. The obvious choice should be Facebook for most of the people (...). You can highlight the Social Account you want to post to in one click and write a post, add an image or paste a link which will automatically generate the post thumbnails like in the Facebook Publishing dashboard. You can also group the Social Accounts to select multiple accounts in one click (...) to make it easy to post something across all Social networks. It's a pretty small thing but productivity wise it saves a few seconds every time you will post something. (Ahmed, 2017)

O *Postcron* constituiu uma das mais importantes ferramentas de utilização regular ao longo do período de Estágio, permitindo não retirar o foco de outras tarefas levadas a cabo no quotidiano da SpikUP, com notórias vantagens no que toca à economia de tempo. Ao permitir, quase na totalidade, a eliminação de um fator

adicional de stress, derivado da preocupação em publicar os *posts* num horário pré-definido e acordado com a orientadora de estágio, o *Postcron* contribuiu para uma melhor dinâmica de trabalho da minha parte, encurtando significativamente o tempo total de preparação de grande parte dos *posts* por mim elaborados.

2.4 – Adobe Photoshop

Photoshop is Adobe's photo editing, image creation and graphic design software. The software provides many image editing features for raster (pixel-based) images as well as vector graphics. It uses a layer-based editing system that enables image creation and altering with multiple overlays that support transparency. Layers can also act as masks or filters, altering underlying colors. Shadows and other effects can be added to the layers. (Rouse, 2015)

É virtualmente impossível para uma empresa como a SpikUP, a exemplo do que sucede num sem-fim de setores de mercado, não depender do *Photoshop* (Figura 6) para a execução de várias tarefas de caráter gráfico ao longo do tempo. Uma considerável porção do tempo de estágio foi empregue na manipulação do conhecido programa da Adobe, indubitavelmente, o mais útil à execução dos projetos que levei a cabo, uma vez que foi necessário recorrer ao mesmo em mais do que um contexto, ao invés das ferramentas acima mencionadas, que apesar de extremamente importantes no decurso do estágio, não partilham da polivalência que caracteriza o *Photoshop*.

Entre 1988, o ano da sua génese, até à atualidade, seguiram-se quase duas dezenas de novas versões do *Photoshop*, com a mais atual, a “CC 2018”, a ter sido lançada no mercado em fevereiro do corrente ano. Sem a existência desta reconhecida aplicação, e no que concerne ao uso dado à mesma no contexto do estágio, a criação das imagens para a quase totalidade dos *posts* publicados nas redes sociais da SpikUP, bem como a criação e manipulação de conteúdos para os websites criados durante este período, seriam, sem qualquer réstia de dúvida, tarefas que se revestiriam de dificuldades adicionais, considerando as alternativas existentes no mercado para ferramentas do género, caso do *GIMP*, exclusivo do sistema operativo *Linux*, notoriamente menos popular, e conseqüentemente, num estágio de desenvolvimento não tão avançado quanto o software da Adobe.

Capítulo 3 – Tarefas desempenhadas durante o período de Estágio

Ainda que o plano de atividades inicialmente estipulado contemplasse um número de atividades a levar a cabo superior às que foram efetivamente desempenhadas, o que se deve não só a imperativos temporais, mas também, e acima de tudo, ao tipo de serviços que os clientes da SpikUP solicitaram à empresa aquando do período de estágio, as tarefas por mim desenvolvidas permitiram um envolvimento quase global na oferta de serviços da entidade de Estágio, garantindo que nunca tenha ficado em *stand-by* em qualquer dos 51 dias compreendidos nesta experiência profissional. O universo de tarefas por mim desenvolvidas culminaram na produção de um Diário de Bordo, atualizado no término de cada dia de trabalho, e que se encontra disponível para consulta nos anexos do presente documento.

3.1 – Desenvolvimento de Websites

3.1.1 – “Cuidado Sénior”

Esta vertente do Estágio abrange dois websites: o “Cuidado Sénior”, destinado a uma empresa de assistência e acompanhamento geriátrico com o mesmo nome situada em Santo Tirso, bem como o da própria SpikUP. À data de produção do relatório, e por razões exteriores ao meu papel no desenvolvimento das referidas páginas, ambos os websites ainda não se encontram totalmente concluídos, pelo que não poderão ser consultados *online*. O “Cuidado Sénior” constituiu o primeiro projeto que desenvolvi para a SpikUP, tendo sido construído entre 17 de agosto e 4 de setembro de 2017. Com um caderno de encargos que abrangia uma apresentação visual sóbria, uma arquitetura de informação que permitisse o acesso rápido aos conteúdos e o incentivo ao contacto (telefónico e não só) por parte dos visitantes da página, o site foi desenvolvido, tal como sucede com todas as páginas web que nascem na SpikUP, utilizando o *WordPress*. Entre mais de uma dezena de temas sugeridos, foi-me indicado pela orientadora no local de estágio que utilizasse o *Eightmedi Lite* (<https://8degreethemes.com/demos/?theme=eightmedi-lite>) para o desenvolvimento do referido site, já que a orientação do mesmo para serviços de saúde constituía uma excelente base de trabalho, permitindo não ter que programar uma grande quantidade de conteúdos que o tema, de alguma forma, já possuía de raiz. Considerando a forte

probabilidade de o site poder vir a perder conteúdo durante uma eventual atualização do tema que constitui a base do mesmo, foi necessário criar um “tema-filho”, um processo recomendado pelo próprio *WordPress*, de forma a salvaguardar todas as alterações efetuadas após a instalação do tema na sua forma original.

Um tema filho é um tema que herda as funcionalidades e estilos de outro tema, chamado de tema pai. Os temas filhos são a forma recomendada de modificar um tema existente. (“Temas Filhos”, 2015)

De forma a permitir o desenvolvimento do “Cuidado Sénior” com todos os ficheiros do mesmo já carregados para o servidor, invalidando igualmente que seja possível aceder à totalidade do site durante o período de construção, o primeiro passo consistiu na criação de uma página de “Site em Construção” (Figura 7). Seguindo o popular adágio dentro da comunidade *WordPress*, “existe um plugin para isso”, tal foi levado a cabo com recurso ao plugin *Coming Soon wp* (<https://pt.wordpress.org/plugins/coming-soon-wp/>), o qual permite criar uma página do género em apenas alguns minutos, impedindo olhares indesejados sem qualquer programação necessária para tal. Grande parte do tempo despendido no desenvolvimento do “Cuidado Sénior” foi aplicado na página inicial do mesmo, não só porque é nesta que se situa a maior quantidade da estrutura do site, mas também porque os conteúdos a incluir nas páginas internas ficaram a cargo da cliente que solicitou este serviço à SpikUP, resumindo-se o meu contributo a uma vertente mais estética nas páginas em questão.

De modo a operacionalizar uma série de elementos constantes da *Homepage*, recorreu-se a um conjunto de plugins adicionais, os quais permitiram dotar o “Cuidado Sénior” de ferramentas de grande utilidade, com o intuito de facilitar a comunicação entre os visitantes da página e a entidade que o site representa, cujas definições se encontram expostas no Glossário. O *Ultimate Form Builder Lite* (<https://wordpress.org/plugins/ultimate-form-builder-lite/>) permitiu a implementação de Formulários de Contacto em várias áreas do website, com um plugin semelhante, denominado *Caldera Forms* (<https://pt.wordpress.org/plugins/caldera-forms/>), a permitir a implementação de um Formulário de Contacto de âmbito diferente ao permitido pelo plugin anterior. O *JivoChat* (<https://pt.wordpress.org/plugins/jivochat/>)

foi utilizado com vista à criação de um chat online, de forma a complementar os formulários de contacto presentes no site. Por fim, o *WP Realtime Sitemap* (<https://wordpress.org/plugins/wp-realtime-sitemap/>), permitiu a colocação de um Mapa do Site no rodapé do “Cuidado Sénior”, com vista a incrementar os níveis de usabilidade do mesmo. Talvez por representar o primeiro projeto levado a cabo durante o período de Estágio, o “Cuidado Sénior” não constituiu uma tarefa de elevada dificuldade em termos globais. As principais preocupações prenderam-se com o correto alinhamento de todos os elementos do site, o que incluiu várias horas de programação na linguagem HTML, maioritariamente nos ficheiros “header.php” e “footer.php”, responsáveis, respetivamente, pelo cabeçalho e rodapé desta página web, mas acima de tudo, na vertente estética do website, através da linguagem de estilo CSS.

HTML (the Hypertext Markup Language) and CSS (Cascading Style Sheets) are two of the core technologies for building web pages. HTML provides the structure of the page, CSS the (visual and aural) layout, for a variety of devices. Along with graphics and scripting, HTML and CSS are the basis of building Web pages and Web Applications. (“HTML & CSS”, 2018)

Provando novamente a sua versatilidade, o WordPress permite editar o CSS de um website a partir do seu painel, evitando assim a sua programação num ambiente *offline* e conseqüente carregamento dos ficheiros para o servidor, na maioria das ocasiões. Ainda que tal seja possível de levar a cabo sem qualquer plugin adicional, foi-me recomendado pela orientadora no local de estágio que efetuasse o *download* do *Simple Custom CSS & JS* (<https://wordpress.org/plugins/custom-css-js/>), uma vez que o mesmo ocupa a extensão quase total do ecrã do computador, não causando tanto esforço visual, o que resulta numa programação menos extenuante do ponto de vista físico.

A programação do CSS referente ao “Cuidado Sénior” constituiu a etapa mais laboriosa do processo de desenvolvimento deste website. Ainda que esta tarefa não seja de execução muito complexa, uma vez que basta descobrir, pressionando a tecla F12 ou clicando na tecla direita do rato, e de seguida na opção “Inspecionar Elemento”, a classe ou ID do conteúdo sobre o qual se pretende efetuar algum tipo de alteração, seja na cor, no seu posicionamento, ou outros fatores em que esta linguagem de estilo influi, a enorme variedade de elementos do website que necessitam de ser, de alguma forma,

remodelados, resulta num processo que levou vários dias de trabalho a completar. A prova de que a programação do CSS de um site é uma tarefa prolongada no tempo, mesmo tendo em conta a reduzida extensão do “Cuidado Sénior” (a página inicial e quatro páginas internas), é a extensão do ficheiro de estilo do mesmo, que contabiliza perto de quatrocentas linhas de código. Finalmente, é de relevar o contributo do *Photoshop* na definição da identidade visual do “Cuidado Sénior”. Uma vez que a combinação cromática deste website deriva do logotipo desta entidade, foi necessário descobrir o código hexadecimal dos diferentes tons de azul que o compõem, de forma a “colorir” uma série de elementos do site nos tons exatos que se verificam na insígnia em questão, e a criar uma imagem harmoniosa e profissional em doses iguais, tarefa que, sem o auxílio do programa da Adobe, não seria tão simples e célere de levar a cabo.

3.1.2 – Website da SpikUP

Ainda que a construção de websites seja um serviço primordial na SpikUP, o facto de ter sido, formalmente, o primeiro colaborador da empresa, fez com que, até ao arranque do Estágio, a mesma não reunisse condições, por imperativos temporais e de conflito com os projetos que desempenhou até à minha chegada, de montar a sua própria página web. Tal começou a ser definitivamente invertido a partir do vigésimo oitavo dia de estágio, 16 de outubro. A construção deste website prolongou-se além do estágio, tendo sido concluída em meados de janeiro de 2018, período em que já era formalmente colaborador da SpikUP.

O caderno de encargos para este site passava por uma apresentação visual o mais *clean* possível, conjugando um aspeto jovial com um acesso rápido aos conteúdos mais úteis para os visitantes da página, e uma navegação a fazer-se primordialmente na Página Inicial, sendo as únicas páginas internas referentes aos serviços prestados pela SpikUP, bem como aos contactos da mesma. A exemplo do que ocorreu no caso do “Cuidado Sénior”, foram propostos à orientadora no local de estágio mais de uma dezena de temas para a base do site da SpikUP, tendo a escolha recaído num tema denominado *Astrid* (<http://demo.athemes.com/themes/?theme=Astrid>). Após o carregamento de todos os ficheiros associados a este tema para o servidor, incluindo o tema-filho, com recurso ao programa *FileZilla*, foi criada a página de “Site em

Desenvolvimento”, com o plugin *Coming Soon wp* a revelar-se, mais uma vez, extremamente útil para o efeito.

À semelhança do verificado no “Cuidado Sénior”, os ficheiros “header.php” e “footer.php” foram alvo de atenção constante, não tanto por necessitarem de uma grande quantidade de características adicionais face às já incluídas no tema, mas porque foi necessário colocar em ambas as áreas do site os mesmos elementos, como os ícones das redes sociais. Para o efeito, a biblioteca de ícones do *Font Awesome* (<https://fontawesome.com/icons?d=gallery>) revelou-se vital à “colagem” dos ícones das três redes sociais em que a SpikUP se faz representar, deixando já parte do código *HTML* completo, uma vez que basta copiar a linha de código situada abaixo dos ícones que se pretendem utilizar no site do *Font Awesome*, e colá-la no ficheiro referente à porção do website em que se pretende exibi-los.

Para um total controlo destes ícones via *CSS*, e no caso de se colocar mais do que um ícone na mesma área de um website, é aconselhável, via *HTML*, criar uma <div> que inclua os ícones em questão, os quais devem estar “fechados” dentro de outra <div> que lhes seja exclusiva, colar a linha de código retirada do *Font Awesome* ou de um site semelhante, e programar outras funções úteis à operacionalização dos ícones, como o URL da respetiva rede social, através do atributo “a href”, e se esse URL abre ou não outro separador no *browser*, através do atributo “target”. Outra vantagem dos ícones retirados de bibliotecas como as do *Font Awesome* é o facto de estes serem equivalentes a uma fonte de texto, pelo que é possível, em *CSS*, alterar características como a cor, o tamanho, e o efeito que os mesmos apresentam quando o cursor é colocado acima destes. Através das classes que foram definidas em *HTML*, que podem ter a designação que queiramos atribuir, podemos então manipular a componente visual dos ícones de acordo com o efeito pretendido. A utilidade dos ícones presentes no *Font Awesome* prolongou-se muito além do cabeçalho e rodapé do site da SpikUP, tendo um importante contributo na quase totalidade das páginas do mesmo, com especial ênfase nas páginas de serviços, de longe as que mais recorreram a tais elementos.

A quantidade de plugins utilizados no site da SpikUP foi ligeiramente mais extensa do que os necessários no “Cuidado Sénior”, ascendendo a seis. Além do já referido *Coming Soon wp*, o *Caldera Forms* também transitou do primeiro site

desenvolvido no estágio, com o intuito de implementar um Formulário de Contacto na página referente a tais dados no site da SpikUP, sendo igualmente empregues os seguintes plugins, cujas definições, a exemplo do que sucede com o “Cuidado Sénior”, se encontram disponíveis no Glossário. O *One Click Demo Import* (<https://pt.wordpress.org/plugins/one-click-demo-import/>) foi utilizado para a criação de uma réplica exata da *demo* do tema que constituiu a base do website. O *Page Scroll to id* (<https://pt.wordpress.org/plugins/page-scroll-to-id/>) permitiu a inserção de links no menu constante no cabeçalho, capazes de remeter para secções específicas da página inicial, ao invés de direcionarem os visitantes do site para páginas internas. O *To Top* (<https://wordpress.org/plugins/to-top/>) ajudou à inserção de um botão de regresso ao topo das páginas do site e, finalmente, o *Smart Slider 3 Pro* (<https://pt.wordpress.org/plugins/smart-slider-3/>) permitiu a inserção de um *Slider* imediatamente após o cabeçalho do website.

Comparativamente ao “Cuidado Sénior”, e ainda que este site seja um produto interno, ou seja, não estruturado para um cliente da SpikUP, a minha responsabilidade no rumo tomado pelo mesmo foi muito superior, uma vez que o conteúdo das páginas internas (cujo número total, entre as referentes aos serviços prestados pela empresa e a promoção dos produtos desenvolvidos pela mesma para clientes de destaque, ascendeu a onze) foi totalmente da minha autoria, tanto no aspeto visual como textual. Esta etapa constituiu uma das mais prolongadas no tempo em todo o processo de desenvolvimento desta página web, sendo necessário um exaustivo processo de pesquisa referente não apenas às etapas compreendidas na prestação de todos os serviços que a SpikUP oferece, mas também dos clientes que, à data, representavam os últimos projetos levados a cabo pela entidade de estágio, já que, neste último caso, o objetivo passava por efetuar alguma promoção aos mesmos, ainda que o foco estivesse direcionado para os produtos que a SpikUP desenvolveu para estes.

Ainda que as aprendizagens extraídas do desenvolvimento dos websites acima referidos sejam múltiplas, o grande contributo em termos de formação para que ambos contribuíssem assenta no aprimoramento de competências relacionadas com o design responsivo, uma característica imprescindível a qualquer site atual, com fortes repercussões nos campos da usabilidade e acessibilidade.

The introduction of smartphones (...) changed the way the Internet is used. Many people now use mobile devices to browse the Web. However, the varying screen sizes of these devices portend some impact on their users' experience, as the Web content on the devices vary in size and the navigation of pages are also different in the various devices. The advent of the responsive web design (RWD) philosophy, revolutionized the way Web Pages are designed and the way they appear to the users in the various devices. RWD makes Web pages to adjust to the size of any devices' screen irrespective of the device type. (Hussain & Mkpojiogu, 2015)

A adaptação de um website a dispositivos móveis, que constituem a forma predominante de acesso à Internet nos dias de hoje, possui um grande impacto em termos de programação, tanto em *HTML* como em *CSS*. Os sites desenvolvidos durante o período de Estágio não fogem, naturalmente, a esta premissa, podendo ser visualizados sem dificuldade em telemóveis e tablets. No entanto, a minha inexperiência no que toca ao design responsivo constituiu um desafio ao correto comportamento de ambos os websites, o qual foi superado através de inúmeras pesquisas em websites como o *W3 Schools* (<https://www.w3schools.com/>) ou o *Stack Overflow* (<https://stackoverflow.com/>), os quais, em conjunto com os conselhos da orientadora no local de estágio, permitiram superar os vários problemas neste domínio que surgiram ao longo do desenvolvimento de ambos os sites. No entanto, e porque o website da SpikUP foi-me particularmente difícil de “afinar” em termos de responsividade, o mesmo afirmou-se como o primeiro de dois projetos nos quais excedi o prazo de entrega, algo que só não constituiu um problema de maior devido ao facto de se tratar do site da própria entidade de estágio, reduzindo, ainda que em pequena dimensão, a pressão de não conseguir cumprir com a *deadline* acordada com a orientadora.

3.2 – Organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”

An organization must have accurate and reliable data for effective decision making. To this end, the organization maintains records on the various facets maintaining relationships among them. (...) A database system is an integrated collection of related files, along with details of the interpretation of the data contained therein. Basically, database system is (...) a system whose overall purpose is to record and maintain information/data. (Gunjal & Koganurmath, 2003)

A “Prolicht Lisboa” é a filial nacional da “Prolicht GmbH”, uma empresa austríaca de iluminação arquitetural, que oferece soluções de iluminação para edifícios públicos,

grandes superfícies comerciais, restaurantes, escritórios e hotéis. Constituindo um cliente ainda recente da SpikUP, na medida em que a relação entre ambas as partes se iniciou nas primeiras semanas do período de estágio, o projeto que me foi entregue consistiu na organização da Base de Dados de clientes desta entidade, a qual necessitava de ver todos os seus dados confirmados. Esta tarefa foi levada a cabo após o desenvolvimento do “Cuidado Sénior”, tendo sido executada entre 11/9 e 13/11/17, ainda que com paragens pelo meio, para o desenvolvimento de outros projetos.

A Base de Dados da “Prolicht Lisboa” foi enviada para a SpikUP no formato “.xlsx”, demonstrando ter sido estruturada através do *Microsoft Excel*. O mesmo programa foi utilizado para a organização das informações nela contidas, não sendo convertida para exportação em *phpMyAdmin* por indicação do cliente. O documento original continha cerca de 450 linhas e, considerando que a esmagadora maioria dos clientes da “Prolicht Lisboa” presentes na Base de Dados contavam com elementos como indicação de pessoas de contacto, os respetivos endereços de email e números de contacto móvel, uma simples consulta às páginas de contactos dos sites das empresas em questão demonstrou não ser suficiente para a confirmação ou retificação de todos os dados, não sendo pouco frequente encontrar clientes sem uma página web, o que conduziu à realização constante de dezenas de chamadas telefónicas, na tentativa de atualizar a maior quantidade possível de dados numa base diária. De forma a que a orientadora no local de estágio pudesse perceber claramente em que ponto se encontrava a Base de Dados durante a sua organização, foi definido um sistema de cores capaz de distinguir os dados de cada cliente. Verde é sinónimo de dados atualizados, sem necessidade de efetuar novas pesquisas ou chamadas telefónicas. Amarelo significa um ou mais dados a carecer de confirmação. No fim de todas as informações de contacto, deveria constar a indicação dos elementos a confirmar ou retificar mais tarde. O vermelho foi associado a clientes que, de alguma forma, encerraram atividade, não fazendo sentido efetuar qualquer tentativa de confirmação de dados. Por fim, o branco representava todos os clientes que ainda não foram alvo de qualquer tentativa de confirmação dos respetivos dados.

Entre a realização das chamadas telefónicas acima referidas, pesquisa nas páginas de contactos de inúmeras páginas web, e a inserção de contactos na Base de

Dados provenientes de cartões de visita, o documento final contabiliza 645 linhas. Deste total, 78 linhas permaneceram a amarelo, visto não ter sido possível, por várias razões, confirmar a totalidade dos dados dos clientes em questão, e outras 20 a vermelho, sendo correspondentes a clientes que deixaram de exercer atividade, maioritariamente por questões de insolvência. Apesar de pouco desafiante do ponto de vista da complexidade, a organização da Base de Dados da “Prolicht Lisboa” constituiu uma das mais extenuantes tarefas que desempenhei ao longo do Estágio, obrigando a um grande esforço para conseguir cumprir a data de entrega deste projeto, o que incluiu uma grande quantidade de trabalho efetuado fora do horário laboral.

3.3 – Construção do Plano de Marketing Digital da SpikUP

Digital Marketing is the practice of promoting products and services using digital distribution channels. Digital Marketing is also referred to as e-marketing and includes digital or online advertising, which delivers marketing messages to customers. (...) Reaching consumers through digital media is considered to be the most promising field of development for marketing in the upcoming decade. (Smith, 2011)

Sendo a SpikUP uma empresa focada em aumentar a notoriedade digital dos seus clientes, tal esforço também se aplica a nível interno, considerando as plataformas em que a mesma se faz representar e a natural ambição de aumentar a base de seguidores, com vista a convertê-los em clientes que usufruam, numa base regular, dos serviços que disponibiliza. Deste modo, a definição de uma estratégia de crescimento online da empresa constituiu uma tarefa a desempenhar durante o Estágio, numa atividade que se iniciou a 13 de novembro e prolongou-se até uma data posterior ao término do mesmo. Ainda que tenha redigido alguns Planos de Marketing no passado, o meu *background* neste aspeto não era extenso nem particularmente útil para a construção deste documento, obrigando a efetuar um processo relativamente prolongado de pesquisa, de forma a relembrar-me de todo o conteúdo que um documento destas características deve incluir na sua estrutura.

Com base nos resultados da pesquisa acima referida, ficou patente que o Plano de Marketing Digital tinha que conter uma série de itens essenciais. O Sumário Executivo consiste em algumas linhas introdutórias, em tudo semelhantes ao *Abstract* de um trabalho académico, contendo igualmente uma lista de palavras-chave. A Análise

Interna é um campo que abarca uma breve descrição da empresa, referindo a sua missão, visão e valores, descrição do posicionamento de mercado da mesma, diferenciação dos produtos e serviços que oferece e, por fim, uma análise de parcerias, referindo qual o tipo de ligação que a SpikUP mantém com empresas que se constituam como aliadas da mesma. O capítulo dedicado às Personas efetua uma listagem de clientes fictícios, de várias faixas etárias e ocupações profissionais, que reflitam de alguma forma as razões mais frequentes para se recorrer aos serviços de uma empresa como a SpikUP. A Análise Externa baseia-se na identificação e análise de alguns dos concorrentes mais próximos da SpikUP, com referência aos preços que praticam pelos mesmos serviços efetuados pela entidade de estágio, resumindo a presença dos mesmos nas redes sociais, de forma a efetuar um balanço comparativo da presença da SpikUP neste tipo de plataformas, e contendo igualmente um levantamento dos pontos fortes e fracos dos websites dos concorrentes enunciados. A Análise SWOT corresponde à identificação dos pontos fortes e fracos da empresa no que toca ao ambiente interno, bem como das oportunidades e ameaças, numa vertente exterior à SpikUP, mas que pode acarretar algum tipo de vantagem competitiva para a mesma. A Definição de Objetivos consiste na exposição de metas a atingir através do Plano de Marketing em si, e das medidas incluídas no mesmo, enquanto que a Metodologia de Avaliação descreve o processo de monitorização das medidas constantes do Plano de Marketing, em termos de periodicidade e das ferramentas utilizadas para o efeito. A definição das políticas de *Marketing-mix* traça um perfil dos produtos/serviços comercializados pela SpikUP, assim como dos preços a si associados, referindo igualmente as medidas de distribuição e comunicação que lhes estão subjacentes. A Estratégia de Marketing enuncia medidas concretas com vista ao cumprimento dos objetivos acima definidos, com o Plano de Ação a aprofundar o método para colocar em marcha as medidas apontadas no passo anterior. Os últimos três itens, os quais a orientadora solicitou que deixasse em branco, correspondem ao Orçamento de Marketing, onde se efetua uma descrição da quantia a destinar para Marketing, o que inclui o custo unitário de cada ação, bem como uma previsão de receitas e lucro esperado, o Controlo e Avaliação efetua um balanço do Plano de Marketing, tendo em conta os resultados obtidos e, por fim o Plano de Contingência é referente à enunciação de medidas alternativas, caso a estratégia principal produza resultados abaixo do previsto e/ou não alcance as metas

estabelecidas. O preenchimento de todos os campos acima mencionados resultou num documento com mais de vinte páginas.

À semelhança de outras atividades acima mencionadas, o Plano de Marketing da SpikUP afirmou-se como uma tarefa particularmente complexa de desenvolver, face à pouca experiência prévia na redação de documentos do género, mas também por incluir uma vertente de investigação constante, principalmente no que toca à análise da concorrência. Este passo em concreto, quiçá o mais decisivo, foi extremamente difícil de levar a cabo, uma vez que incluiu uma ação de “cliente mistério”, o que essencialmente consiste na realização de chamadas telefónicas a cada um dos concorrentes, fingindo ser um potencial cliente que necessita dos serviços prestados pelas entidades contactadas, com o intuito de aferir os preços praticados nos mesmos serviços prestados pela SpikUP, um dado que raramente se encontra exposto nos websites de empresas deste setor de mercado, e algo que nem sempre surtiu o efeito desejado, permanecendo na incógnita em várias ocasiões. Considerando o facto do Plano de Marketing da SpikUP ter sido redigido em paralelo com o website da empresa, tarefa igualmente difícil de dar por concluída, também neste caso, não me foi possível cumprir a data de entrega inicialmente prevista, com este projeto a ficar pronto já em 2018.

3.4 – Gestão das Redes Sociais da SpikUP

Social media management, at a business enterprise level, is the collaborative process of using Web 2.0 platforms and tools to accomplish desired organizational objectives. (...) In addition to developing brand awareness, it is useful in maintaining a brand's reputation. (Montalvo, 2011)

Naquela que foi a tarefa de maior duração ao longo do Estágio, decorrendo paralelamente a todos os outros projetos acima mencionados, a gestão das Redes Sociais da SpikUP foi a atividade que mais gostei de desenvolver ao longo desta experiência, lançando as bases para a projeção da empresa num futuro próximo, quando o Plano de Marketing por mim desenvolvido estiver em marcha. Aquando da minha chegada à SpikUP, a presença da mesma nas redes sociais era praticamente inexistente. A empresa possuía apenas uma página no *Facebook* (<https://www.facebook.com/spikup.consultoria>), sem qualquer publicação, e com cerca de 80 *likes*, pelo que me foi possível dinamizar a empresa em plataformas do género

numa fase muito embrionária da “atividade social” da mesma, um desafio no que diz respeito à criação de conteúdos.

Numa fase inicial, as publicações por mim produzidas (Figura 10) eram postadas apenas à segunda e sexta-feira, num horário que raramente sofreu variações, 13h00, nas plataformas *Facebook* e *LinkedIn*(<https://www.linkedin.com/company/11266339/>), cuja conta associada à SpikUP foi por mim criada nos primeiros dias do estágio. Em meados de outubro, foi-me pedido pela orientadora que criasse *posts* para publicação às quartas-feiras, como forma de reduzir o espaço entre publicações, e claro, de lançar novos conteúdos com maior regularidade. De forma a poupar horas de trabalho úteis para os projetos já referidos, foi-me igualmente solicitado que enviasse com antecedência um plano semanal ou quinzenal de publicações, as quais, após aprovadas pela orientadora, poderiam ser agendadas via *Postcron*. Não raras vezes, foi necessário proceder a alterações nas propostas enviadas, quando algum elemento contido nas mesmas não reunia os critérios da orientadora no local de estágio. No entanto, é de salutar o contributo da mesma na melhoria das propostas que, no seu entender, necessitavam de ajustes prévios à sua publicação, nunca faltando sugestões para elevar a qualidade das mesmas.

Nas últimas semanas do estágio, e após uma análise aos perfis de empresas concorrentes, mais concretamente das métricas que as mesmas conseguiam na plataforma em questão, foi tomada a decisão de criar uma conta no *Instagram* (https://www.instagram.com/spikup_comunicacao/) associada à SpikUP, um passo que colheu frutos, uma vez que a mesma rapidamente se afirmou como a rede social da entidade de estágio com a evolução mais rápida em termos de seguidores, sendo igualmente a que regista um maior número de interações com os *posts*, nomeadamente no que toca a comentários nos mesmos.

No Capítulo 2, foi referido que o *Postcron* constituía uma solução quase ideal para as necessidades atuais da SpikUP nas redes sociais, tendo utilizado a palavra “quase” por uma razão que se prende precisamente com o *Instagram* da SpikUP. Efetivamente, esta aplicação permite agendar gratuitamente publicações em Redes Sociais, até um máximo de cinco contas diferentes. No entanto, ao tentar sincronizar o *Instagram* da SpikUP com o *Postcron*, constatou-se que a coexistência do *Facebook* com

o *Instagram* nesta plataforma é impossível sem que se recorra a um plano pago. Assim, e porque o *Instagram* apenas permite a publicação de atualizações com recurso a um telemóvel, esta foi a única Rede Social da SpikUP que não excluiu a publicação “manual” de cada *post* novo, obrigando-me a interromper momentaneamente o desenvolvimento de outras tarefas. À data de término do Estágio, o *Facebook* da SpikUP já havia ultrapassado os 200 *likes*, com o *Instagram* a registar mais de uma centena de seguidores. A “lanterna vermelha” no que toca às Redes Sociais da SpikUP, face à inexistência de um plano de dinamização que lhe fosse exclusivo e, principalmente, por não ter existido agenda que permitisse a sua ascensão a outros patamares, foi, indubitavelmente, o *LinkedIn*, o qual não conseguiu superar os seis seguidores.

O acompanhamento dos números conquistados pela SpikUP nas Redes Sociais fez-se numa base mensal, na forma de um relatório que expunha, de forma analítica, a evolução dos resultados face ao mês anterior, incluindo sugestões para aumentar as métricas conquistadas nos próximos tempos. Os documentos em questão tiveram um forte contributo na definição dos conteúdos a postar, uma vez que expunham, sem margem para dúvidas, os tópicos que reuniam as preferências dos seguidores da empresa, e que, conseqüentemente, possuíam um número mais expressivo de interações (comentários, “gostos” e partilhas).

Conclusão

Foram perto de quatro meses de muito stress e pressão em obter bons resultados no universo de tarefas que desempenhei, tanto autoimposta como da parte da orientadora no local de estágio, mas importantíssimos do ponto de vista das aprendizagens obtidas e da aplicação prática de inúmeros conceitos com os quais tive contacto durante a componente letiva do Mestrado. Após a conclusão deste estágio, não tenho quaisquer dúvidas que me encontro muitíssimo melhor preparado para programar nas linguagens *HTML* e *CSS*, assim como para gerir conteúdos digitais, tanto em Redes Sociais como noutros contextos, como uma base de dados de clientes, um documento que não contava encontrar ao longo do estágio, mas que acabou por resultar numa das mais importantes tarefas que me foram confiadas.

Respondendo às questões de partida, talvez por ter iniciado o Estágio relativamente pouco tempo depois do término do ano letivo, não senti a necessidade de rever fortemente conceitos relacionados com programação, mas sim de efetuar uma pesquisa intensiva associada aos novos conceitos que o estágio introduziu, sempre que surgiam dúvidas associadas aos primeiros projetos que desempenhei. O facto de ter desenvolvido websites em *WordPress*, plataforma que nunca tinha utilizado até então, facilitou sobremaneira o processo de “fabrico” tanto do “Cuidado Sénior”, como do site da própria instituição de estágio, sendo indiscutível que, caso os mesmos fossem desenvolvidos de raiz, demorariam uma quantidade assinalavelmente maior de tempo a ficar concluídos, com outros desafios de ordem técnica a surgir pelo caminho.

A adaptação ao modelo de previsão de horas necessárias à conclusão de um determinado projeto constituiu uma das etapas mais difíceis do estágio, tendo estado sujeito por várias ocasiões a grandes quantidades de stress, derivadas de uma estimativa de entrega de um projeto a que não consegui corresponder, o que teve fortes repercussões na minha vida pessoal, obrigando-me a “correr atrás do prejuízo” em horário não-laboral, de forma a não prolongar demasiadamente a conclusão dos projetos em questão. Ainda que tal tenha ocorrido em tarefas cujos produtos finais foram utilizados pela própria SpikUP, a pressão não se tornou menos significativa, saindo desta experiência um grande ensinamento: no mundo das empresas de Informática, saber negociar prazos, ao invés de aceitar a primeira data a ser referida, é um grande contributo à qualidade do projeto no seu estado final.

Relativamente à terceira questão de partida, referente à Gestão de Redes Sociais, as experiências anteriores neste sentido ajudaram a que ganhasse alguma autonomia nas semanas iniciais do Estágio. Porém, o facto de depender da aprovação da orientadora para o lançamento de todos os *posts* fez com que necessitasse mais do *feedback* da mesma do que seria inicialmente esperado. Ainda que esta tenha sido a atividade que maior tempo mereceu da minha parte, não foi a que mais competências técnicas desenvolveu. No entanto, o contributo da mesma numa perspetiva analítica, decorrente da aferição mensal dos resultados conquistados nas três Redes Sociais em que a SpikUP se faz representar, permitiu-me ganhar uma visão muito mais abrangente do que é, afinal, uma publicação neste tipo de plataformas, e que objetivos estão

subjacentes à mesma. Este contributo foi vital, por exemplo, na redação do Plano de Marketing Digital da SpikUP, permitindo delinear uma estratégia com vista a obter resultados específicos e facilmente mensuráveis.

Finalmente, naquela que, a nível pessoal, constituía a questão de partida mais relevante, apesar da forte pressão a que estive sujeito durante quase toda a extensão desta experiência, rapidamente passei a gostar de desempenhar projetos como os referidos neste relatório, principalmente por terem sido diversificados, fazendo com que rapidamente me sentisse um gestor/produtor de conteúdos digitais, e não um programador que desempenhava outras tarefas por arrasto. De momento, ainda me encontro ligado à SpikUP, e se, por alguma razão, deixar de laborar nesta empresa num futuro próximo, irei garantidamente perseguir um cargo similar numa empresa do mesmo ramo de mercado.

BIBLIOGRAFIA

- AHMED, Asif (2017). *Manage Multiple Social Media Accounts like a Boss with Postcron*. Uttar Pradesh: Asiogroup [Em linha] Disponível em <<https://asiogroup.net/postcron-best-social-media-publishing-tool/>>. Acesso em 21/2/18
- ARYA, Ankita (2017). *Postcron Review – A Social Media Scheduling Tool*. Bhopal: The Maverick Spirit [Em linha] Disponível em <<https://themavericksprit.com/postcron-social-media-scheduling-tool-review/>>. Acesso em 23/2/18
- HTML Attribute (2016, 23 de Agosto). Retirado de <https://html.com/attributes/a-target/>. Acesso em 27/3/18
- AVDIAJ, Besnik (2017). *Using Online Software for Digital Team Management – Case Study Asana*. Paper apresentado na ISTI 2017, Tirana, Albânia.
- BALKHI, Syed (2013). *What is a WordPress Plugin?* WPBeginner [Em linha] Disponível em <<http://www.wpbeginner.com/glossary/plugin/>>. Acesso em 20/3/18
- BALKHI, Syed (2014). *What is Slider? How to Add a Slider in WordPress?* WPBeginner [Em linha] Disponível em <<http://www.wpbeginner.com/glossary/slider/>>. Acesso em 20/3/18
- BATURAY, Meltem & BIRTANE, Murat (2013). *Responsive web design: a new type of design for web-based instructional content*. Ankara: Ipek University [Em linha] Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/275543130_Responsive_Web_Design_A_New_Type_of_Design_for_Web-based_Instructional_Content>. Acesso em 20/1/18
- Conceito de Micro e Pequenas Empresas (2015, 29 de maio). Retirado de <https://aimmp.pt/conceito-de-micro-e-pequenas-empresas/>. Acesso em 20/3/18
- DEMENTIY, Dmitriy (2016). *7 Social Media Scheduling Tools That Save Your Time*. Moscovo, Texterra [Em linha] Disponível em <<http://texterra.biz/blog/7-social-media-scheduling-tools-that-save-your-time.html>>. Acesso em 17/2/18
- Entenda a importância do banco de dados da sua empresa (2014, 26 de junho). Retirado de <https://gmpe.com.br/blog/-entenda-a-importancia-do-banco-de-dados-da-sua-empresa-18.html>. Acesso em 9/2/18

Gestão de Conteúdos (2018, 7 de janeiro). Retirado de <https://www.bydas.com/pt/servicos/marketing-digital/gestao-de-conteudos-web>.

Acesso em 27/3/18

GRAHAM, Krista (2016). *TechMatters: Asana: Task Management and Collaboration in the Cloud*. Atlanta: Georgia State University [Em linha] Disponível em <http://commons.emich.edu/loexquarterly/vol43/iss2/4/>. Acesso em 20/1/18

GUNJAL, Bhojaraju (2003). *Database Management: Concepts and Design*. Rourkela: National Institute of Technology Rourkela [Em linha] Disponível em https://www.researchgate.net/publication/257298522_Database_Management_Concepts_and_Design. Acesso em 19/1/18

HTML a tag (2017, 14 de fevereiro). Retirado de https://www.w3schools.com/tags/tag_a.asp. Acesso em 27/3/18

HTML div tag (2017, 13 de fevereiro). Retirado de https://www.w3schools.com/tags/tag_div.asp. Acesso em 20/3/18

HTML & CSS (2010, 27 de fevereiro). Retirado de <https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss>. Acesso em 19/3/18

HUSSAIN, Azham & Mkpojiogu (2015). *The Effect Of Responsive Web Design On The User Experience With Laptop And Smartphone Devices*. Kedah: Universiti Utara Malaysia [Em linha] Disponível em https://www.researchgate.net/publication/284714212_The_effect_of_responsive_web_design_on_the_user_experience_with_laptop_and_smartphone_devices. Acesso em 19/1/18

KRUEGER, Manda (2015). *Postcron – a Social Media Scheduling Tool*. Minnesota: Nibbles Skribbles [Em linha] Disponível em <http://www.nibbleskribbles.com/2015/07/postcron-a-social-media-scheduling-tool/>.

Acesso em 23/2/18

MARTSOUKOS, George (2014). *An Introduction to Icon Fonts with Font Awesome and IcoMoon*. Colingwood: Sitepoint [Em linha] Disponível em <https://www.sitepoint.com/introduction-icon-fonts-font-awesome-icomoon/>.

Acesso em 20/3/18

MATOS, Miguel (2016). *Estágio em Web Design na Innovagency*. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa [Em linha] Disponível em <<https://run.unl.pt/handle/10362/19746>>. Acesso em 20/1/18

MONTALVO, Roberto (2011). *Social Media Management*. San Antonio: University of the Incarnate Word [Em linha] Disponível em <<https://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/IJMIS/article/view/9645/9729>>. Acesso em 19/1/18

NIELSEN, Jakob (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group [Em linha] Disponível em <<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>>. Acesso em 26/3/18

NORRIE, Moira, DI GERONIMO, Linda, MUROLO, Alfonso & NEBELING, Michael (2014). *The Forgotten Many? A Survey of Modern Web Development Practices*. Paper apresentado na ICWE 2014, Toulouse, França.

PAGIN, Shaun (2013). *The Evolution Of Photoshop: 25 Years In The Making*. Doncaster: FastPrint [Em linha] Disponível em <<http://www.fastprint.co.uk/blog/the-evolution-of-photoshop-25-years-in-the-making.html>>. Acesso a 4/3/18

PANIAGUA, Jordi & BOLUFER, Juan (2014). *Business performance and social media: Love or hate?* Valencia: Catholic University of Valencia "San Vicente Mártir"[Em linha] Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/259621739_Business_performance_and_social_media_Love_or_hate>. Acesso em 19/1/18

phpMyAdmin – About (2008, 17 de novembro). Retirado de <https://www.phpmyadmin.net/>. Acesso em 20/3/18

Random Hex Color Code Generator (2014, 9 de setembro). Retirado de <https://www.random.org/colors/hex>. Acesso em 20/3/18

RODRIGUES, Bernardo (2016). *Comércio electrónico e desenvolvimento de websites em WordPress*. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa [Em linha] Disponível em <<https://run.unl.pt/handle/10362/19763>>. Acesso em 20/1/18

ROUSE, Margaret (2015) *What is Photoshop?* Newton: TechTarget [Em linha] Disponível em <<http://whatis.techtarget.com/definition/Photoshop>>. Acesso em 15/3/18

SMITH, Katherine (2011). *Digital Marketing Strategies that Millenials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying*. College Station: Texas A&M University [Em linha] Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/228150458_Digital_Marketing_Strategies_that_Millennials_Find_Appealing_Motivating_or_Just_Annoying>. Acesso em 19/1/18

SMITHS, Martin & MOGOS, Serban (2013). *The Impact Of Social Media On Business Performance*. Tilburg: Tilburg University [Em linha] Disponível em <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1348&context=ecis2013_cr>. Acesso em 19/1/18

What is Filezilla? (2017, 10 de novembro). Retirado de <https://www.computerhope.com/jargon/f/filezilla.htm>. Acesso em 20/3/18

What is Web Design? (2013, 16 de abril). Retirado de <https://www.techopedia.com/definition/10009/web-design>. Acesso em 27/3/18

ÍNDICE DE IMAGENS

Figura 1 – Exemplo de um tema para *WordPress*. [Em linha] Disponível em <<https://colorlib.com/newspaper-x/>>. Acesso em 20/2/18

Figura 2 – Exemplo de suporte associado a um tema de *WordPress*. De notar as exceções de assistência não abrangidas pelos *developers*, no retângulo azul. [Em linha] Disponível em <<https://forums.athemes.com/t/go-top-button/15876>>. Acesso em 20/2/18

Figura 3 – Exemplo de alguns dos plugins de *WordPress* mais populares no site oficial da plataforma. [Em linha] Disponível em <<https://pt.wordpress.org/plugins/browse/popular/>>. Acesso em 21/2/18

Figura 4 – Painel principal do *Asana*. [Em linha] Disponível em <<https://luna1.co/5ed622.png>>. Acesso em 23/2/18

Figura 5 – Painel do *Postcron*, aquando do agendamento de um novo *post*. [Em linha] Disponível em <<https://postcron.com/en/blog/wp-content/uploads/2016/02/Postcron-link.png>>. Acesso em 27/2/18

Figura 6 – Interface do *Adobe Photoshop*. [Em linha] Disponível em <<http://imag.malavida.com/mvimgbig/download-fs/photoshop-106-2.jpg>>. Acesso em 1/3/18

Figura 7 – Página de “Site em Construção” do “Cuidado Sénior”. [Em linha] Disponível em <<http://cuidadosenior.pt/>>. Acesso em 5/3/18

Figura 8 – Página de “Site em Construção” do portal da SpikUP. [Em linha] Disponível em <<http://spikup.pt/>>. Acesso em 9/3/18

Figura 9 – Código HTML referente aos ícones das redes sociais no cabeçalho do website da SpikUP. De notar as classes que se iniciam por “fa fa-”, referentes às linhas de código retiradas do *Font Awesome*. [Em linha] Disponível em <<https://postimg.org/image/wf14ceizf/>>. Acesso em 24/3/18

Figura 10 – Exemplo de uma publicação por mim construída no Facebook da SpikUP. [Em linha] Disponível em <<https://www.facebook.com/spikup.consultoria/photos/a.739567966242496.1073741829.526345334231428/773555542843738/?type=3&theater>>. Acesso em 18/3/18

GLOSSÁRIO

<a>

De acordo com o website www.w3schools.com, (...) *The <a> tag defines a hyperlink, which is used to link from one page to another. The most important attribute of the <a> element is the href attribute, which indicates the link's destination.*

Segundo o website www.html.com, (...) *The target attribute specifies where the linked document will open when the link is clicked. The default is the current window. If target="blank", the linked document will open in a new tab or (on older browsers) a new window.*

Caldera Forms

Plugin do *WordPress* para Formulários de Contacto que, no contexto do estágio, foi utilizado no website “Cuidado Sénior”. Este plugin ajudou a criar um Formulário de Contacto que foi colocado no cabeçalho do site, contendo apenas dois campos de preenchimento, nome e telefone, com um botão de submissão das informações que contém o texto “Liguem-me”. Com este Formulário, e considerando que a “Cuidado Sénior” destina-se a assistir indivíduos da terceira idade, pretende-se facilitar a utilização do site em situações de carácter mais urgente, cujo preenchimento do Formulário de Contacto criado através do *Ultimate Form Builder Lite* possa constituir um entrave. De forma a eliminar eventuais dúvidas quanto à utilidade deste formulário mais simples, o mesmo é antecedido do texto “Deixe-nos o seu contacto! Ligamos já de seguida!”, com o duplo objetivo de melhorar a dinâmica entre cliente e a empresa, mas também de afirmar a “Cuidado Sénior” como uma entidade que auxilia todos aqueles que necessitam dos seus serviços vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana.

Código Hexadecimal

Segundo uma definição disponível no website www.random.org, (...) *Hexadecimal color codes are used to represent colors numerically as three values in the [0,255] range: red, green and blue. The greater each value, the higher the intensity of*

the corresponding component. Hexadecimal color codes are often used to represent web colors.

<div>

Segundo o website www.w3schools.com, *The <div> tag defines a division or section in a HTML document. The <div> element is often used as a container for other HTML elements to style them with CSS or to perform certain tasks with JavaScript.*

FileZilla

Conforme descrito no website www.computerhope.com, *The FileZilla software program is a free-to-use (open source) FTP utility, allowing a user to transfer files from a local computer to a remote computer. (...) FileZilla is capable of running in Windows, macOS X, and Linux. It supports FTP, SFTP, and FTPS protocols.*

Font Awesome

Numa definição da autoria de George Martsoukos, do website www.sitepoint.com, *Font Awesome is a rich collection of 439 icons. This library is completely free either for personal or commercial use. Originally, it was designed for Bootstrap, however you can use it in any of your favorite frameworks.*

Gestão de Conteúdos

Segundo o website www.bydas.com, (...) *A gestão de conteúdos consiste, em termos gerais, no desenvolvimento de conteúdos gráficos, sejam eles texto, fotografia, video, entre outras peças.*

JivoChat

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website “Cuidado Sénior”. Como o nome do plugin de alguma forma indica, o *JivoChat* implementa um chat, muito ao estilo do *Skype*, em qualquer website, permitindo estabelecer uma conversa com um assistente, o qual age como ponto de esclarecimento de dúvidas maioritariamente ligadas aos serviços prestados pela “Cuidado Sénior”. Este plugin implica a instalação de um programa com o mesmo nome no computador, a partir do qual se gerem todas as conversações com os utilizadores que recorram ao chat, e

para onde as tentativas de contacto por esta via são enviadas sempre que os assistentes não se encontrem online, garantindo que nenhuma solicitação fica por responder.

Micro empresa

De acordo com a Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP), define-se por micro empresa *aquela que emprega menos de 10 pessoas e cujo volume de negócios anual ou balanço total anual não excede 2 milhões de euros.*

One Click Demo Import

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website da SpikUP. Considerando que o tema escolhido para representar a base do site da SpikUP perde muito do conteúdo visível na *demo* após a instalação, conteúdo esse que a Orientadora no Local de Estágio considerou essencial que figurasse no site da SpikUP numa fase precoce do desenvolvimento do mesmo, de forma a poupar tempo em programação, foi utilizado este plugin como forma de replicar fielmente a *demo* do tema, obtendo uma estrutura-base bem mais completa como ponto de partida. Como é habitual em plugins do *WordPress*, a instalação é extremamente simples, bastando, no painel, ir a “Plugins”, seleccionar a opção “Adicionar Novo”, procurar o *One Click Demo Import*, instalar e ativar. Após estes passos, o plugin pode ser acedido a partir das opções de Apresentação, bastando clicar em “Import Demo Data” e aguardar alguns minutos. Após este processo estar concluído, o site ficará uma cópia exata da *demo*, não sendo necessário efetuar nenhum passo adicional.

Page Scroll to id

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website da SpikUP. Tendo em conta o requisito, por parte da orientadora no local de estágio, de concentrar grande parte dos conteúdos relevantes aos visitantes do site da SpikUP na página inicial, foi necessário estruturar o menu constante no cabeçalho de forma a que o mesmo encaminhasse os visitantes para secções específicas da referida página, e não para as páginas internas, já que os links para as últimas seriam colocados na lista de serviços prestados pela entidade de estágio. Ainda que não seja complexo efetuar tal ação, uma vez que apenas é necessário definir um ID para as secções para as quais se pretende que os itens do menu encaminhem o utilizador (o que no *WordPress* se efetua

em Apresentação ---» Menus ---» Ligações Personalizadas, definindo um URL cuja estrutura seja em tudo semelhante ao seguinte exemplo: <http://spikup.pt/#servicos>, o comportamento-padrão resulta numa transição bastante brusca entre os vários elementos da página inicial. O *Page Scroll to id* contorna esse comportamento, introduzindo uma transição muito mais suave nas opções constantes do menu, independentemente do dispositivo em que o site seja consultado.

phpMyAdmin

Seguindo a definição constante no site oficial desta aplicação, *phpMyAdmin is a free software tool written in PHP, intended to handle the administration of MySQL over the Web. (...) Frequently used operations (managing databases, tables, columns, relations, indexes, users, permissions, etc) can be performed via the user interface, while you still have the ability to directly execute any SQL statement.*

Plugin

Numa definição da autoria de Syed Balkhi, do website www.wpbeginner.com, *A plugin is a piece of software containing a group of functions that can be added to a WordPress website. They can extend functionality or add new features to your WordPress websites. WordPress plugins are written in the PHP programming language and integrate seamlessly with WordPress.*

Slider

De acordo com Syed Balkhi, do website www.wpbeginner.com, *(...) the term Slider is used for a slideshow added into a web page. (...) Sliders can run slideshows automatically without user input by moving slides on pre-defined time interval. Sliders can also respond to user interaction like click or swipe to view next or previous slides. Additionally, sliders can also have buttons or thumbnails which users can click to view a particular slide in the slider.*

Smart Slider 3 Pro

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website da SpikUP. No caso do site da SpikUP, um *Slider* é um elemento útil na perspetiva de promoção dos seus serviços e de eventuais campanhas em vigor, pelo que, tal como ocorrido no “Cuidado Sénior”, foi tomada a decisão de colocar este elemento logo após

o cabeçalho do website, um evidente lugar de destaque para a promoção de um determinado conteúdo. A correta adaptação deste plugin ao website da SpikUP dependeu apenas da configuração das dimensões e cores do mesmo, colocação de imagens e texto sobreposto às mesmas, bem como o tempo de transição entre imagens. É de referir que este foi o único plugin pago que foi utilizado ao longo de todo o estágio, uma vez que a versão gratuita do *Smart Slider 3* não dispunha da opção de sobreposição de texto numa imagem, não permitindo igualmente uma transição automática das imagens, dois requisitos absolutamente fundamentais no contexto do website no qual este plugin foi implementado.

To Top

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website da SpikUP. Ao invés do ocorrido no caso do “Cuidado Sénior”, em que o tema utilizado já incluía um botão de regresso ao topo das páginas do site, o tema escolhido para a base do site da SpikUP não incluía tal função, sendo necessário implementá-la *a posteriori*, por requisito da orientadora no local de estágio. O *To Top* é um plugin extremamente simples de configurar, permitindo definir cores, formas e posicionamento do botão de regresso ao topo, aumentando a usabilidade de qualquer website em que seja implementado.

Ultimate Form Builder Lite

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website “Cuidado Sénior”. Permite criar em poucos minutos um Formulário de Contacto, com total liberdade para definir os campos mais adequados para o site no qual vai ser implementado. No caso do “Cuidado Sénior”, o Formulário de Contacto inclui quatro campos de preenchimento, sendo estes Nome, Email (ambos de carácter obrigatório, não permitindo a submissão do Formulário sem que os referidos elementos contenham as informações requeridas), Assunto e Mensagem, com o primeiro a servir de introdução a uma exposição mais detalhada. De modo a submeter as informações constantes no Formulário, basta ao utilizador clicar no botão “Enviar”, o que gera um alerta nas contas de email associadas ao site em tempo real. De referir que a utilização deste plugin prolongou-se além da página inicial, uma vez que o formulário constante na mesma foi igualmente aplicado na página de Contactos, com o intuito de reforçar o chamado *Call*

To Action, essencialmente, uma forma de persuasão dos utilizadores, de forma a que estes recorram aos serviços prestados pela “Cuidado Sénior” o mais rapidamente possível.

Usabilidade

De acordo com Jakob Nielsen, uma das referências no que toca a este termo, *Usability is a quality attribute that assesses how easy user interfaces are to use. The word “usability” also refers to methods for improving ease-of-use during the design process.*

Usability is defined by 5 quality components:

- *Learnability: How easy is it for users to accomplish basic tasks the first time they encounter the design?*
- *Efficiency: Once users have learned the design, how quickly can they perform tasks?*
- *Memorability: When users return to the design after a period of not using it, how easily can they reestablish proficiency?*
- *Errors: How many errors do users make, how severe are these errors, and how easily can they recover from the errors?*
- *Satisfaction: How pleasant is it to use the design?*

Web Design

O website www.techopedia.com define *Web Design* como a *Web Development* process for creating a website that focuses on aesthetic factors like layout, user interface and other visual imagery in order to make the website more visually appealing and easy to use. *Web design* makes use of various programs and tools in order to achieve the intended look, such as *Dreamweaver*, *Photoshop* and many others. In order to create a winning design, *Web designers* need to think about their audience, the purpose of the website and the visual appeal of the design.

WP Realtime Sitemap

Plugin do *WordPress* que, no contexto do estágio, foi utilizado no website “Cuidado Sénior”. O *WP Realtime Sitemap* introduz um Mapa do Site no rodapé de um website, contornando um *scroll up* desnecessário até ao cabeçalho para clicar nas hiperligações para as páginas. Uma vez que o Mapa do Site se encontra posicionado num elemento existente em todas as páginas do “Cuidado Sénior”, esta ação pode ser levada a cabo em qualquer parte do mesmo, facilitando o acesso a qualquer conteúdo por parte dos utilizadores.

LISTA DE FIGURAS

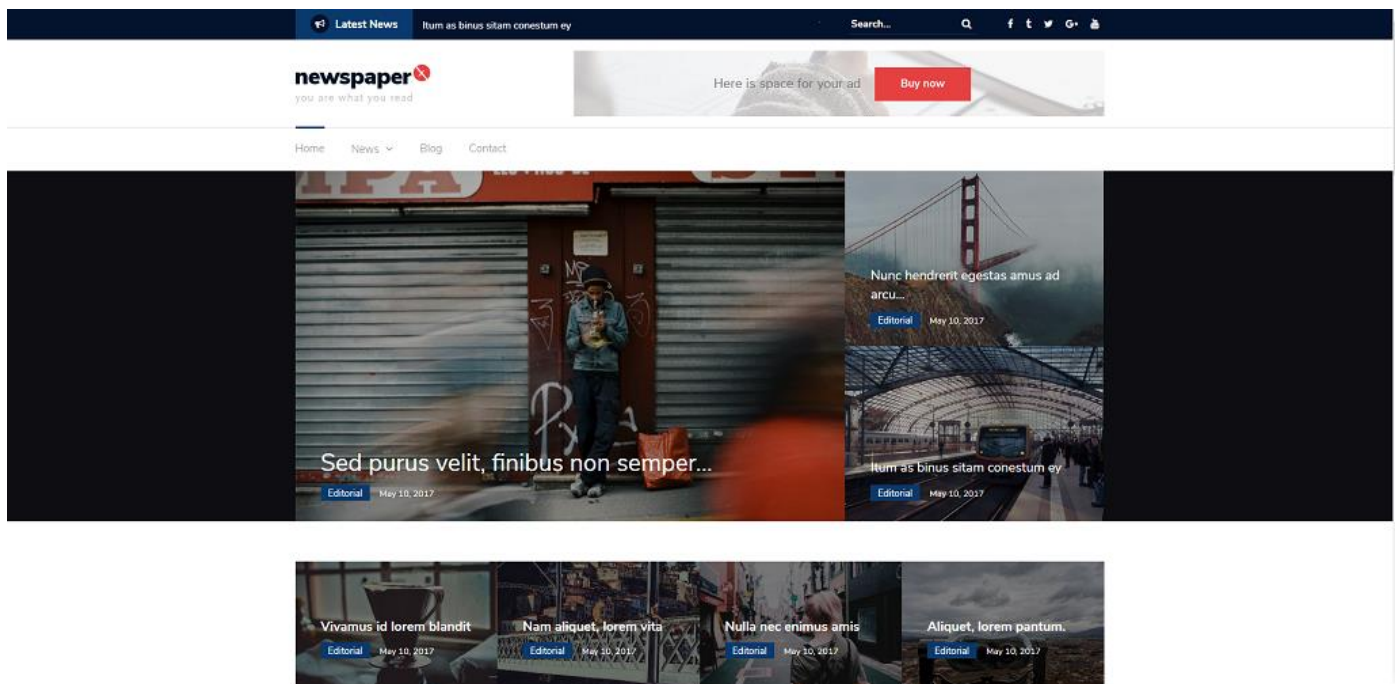


Figura 1 – Exemplo de um tema para *WordPress*.

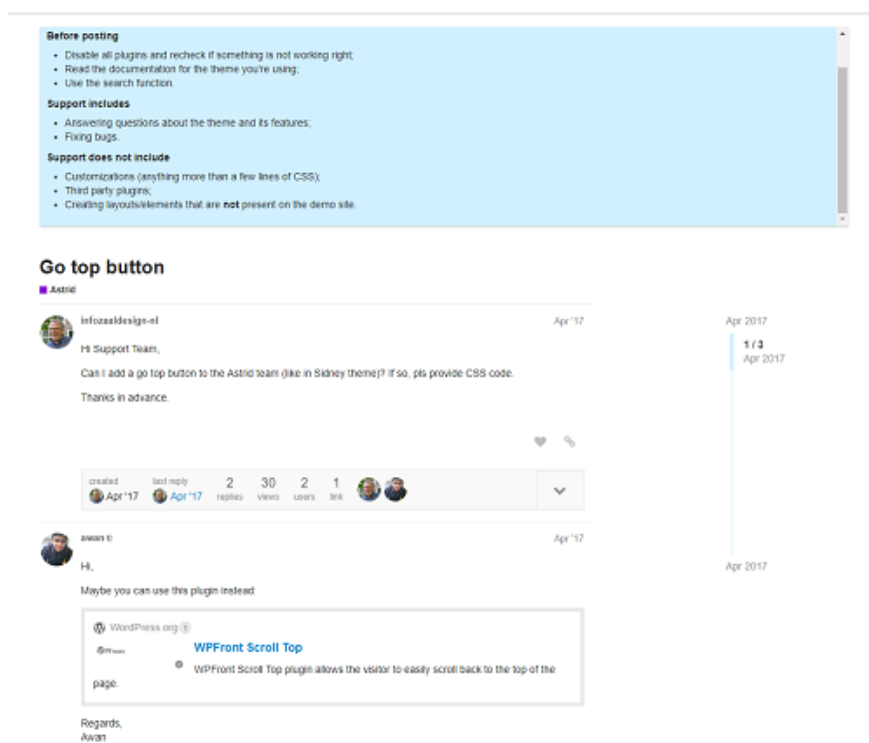


Figura 2 – Exemplo de suporte associado a um tema de *WordPress*. De notar as exceções de assistência não abrangidas pelos *developers*, no retângulo azul.

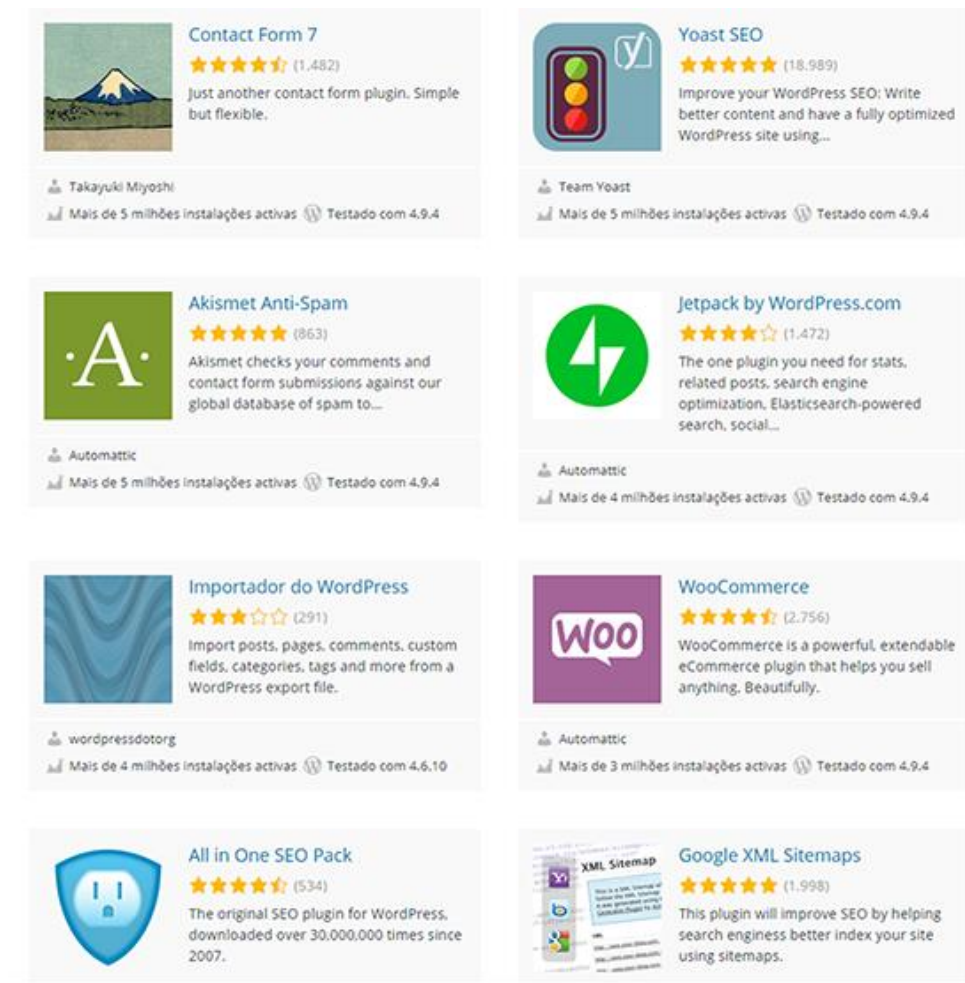


Figura 3 – Exemplo de alguns dos plugins de *WordPress* mais populares no site oficial da plataforma.

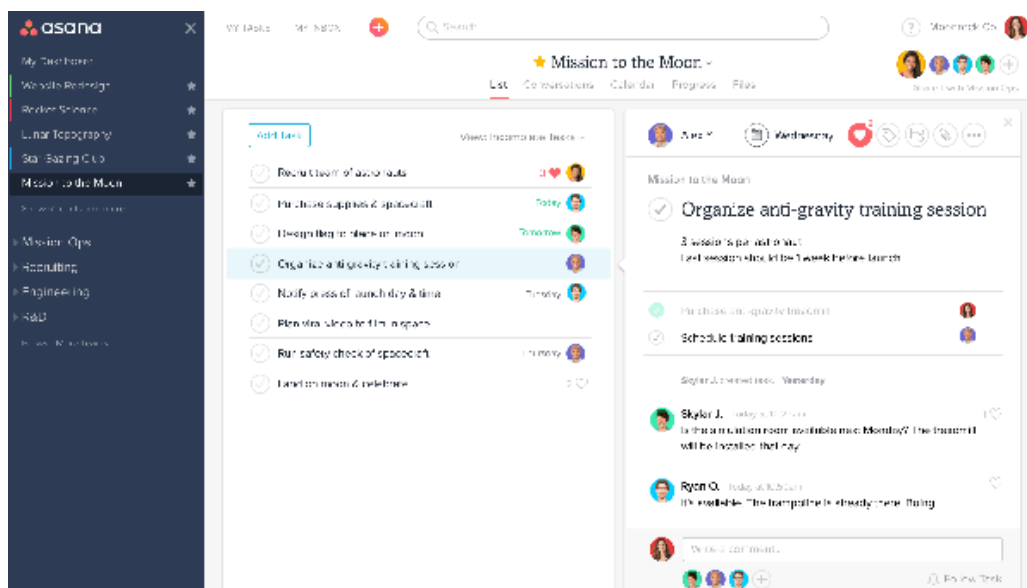


Figura 4 – Painel principal do *Asana*.



Figura 5 – Painel do *Postcron*, aquando do agendamento de um novo *post*.

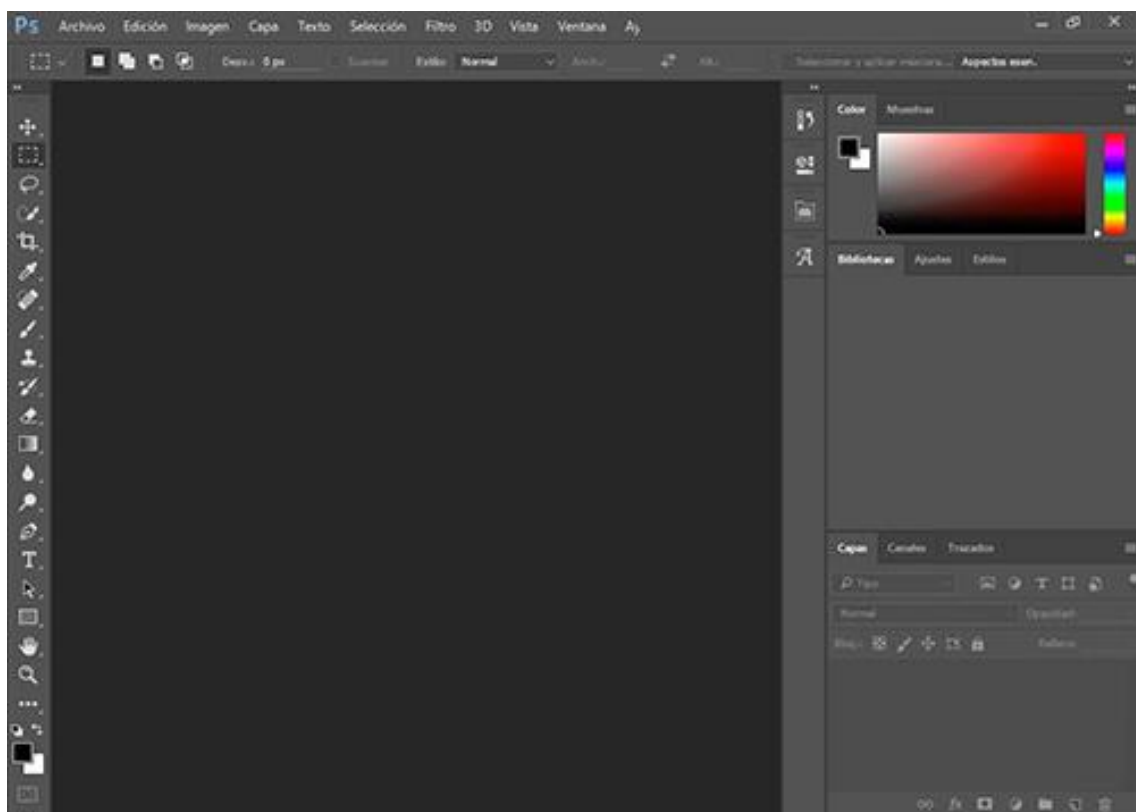


Figura 6 – Interface do *Adobe Photoshop*.

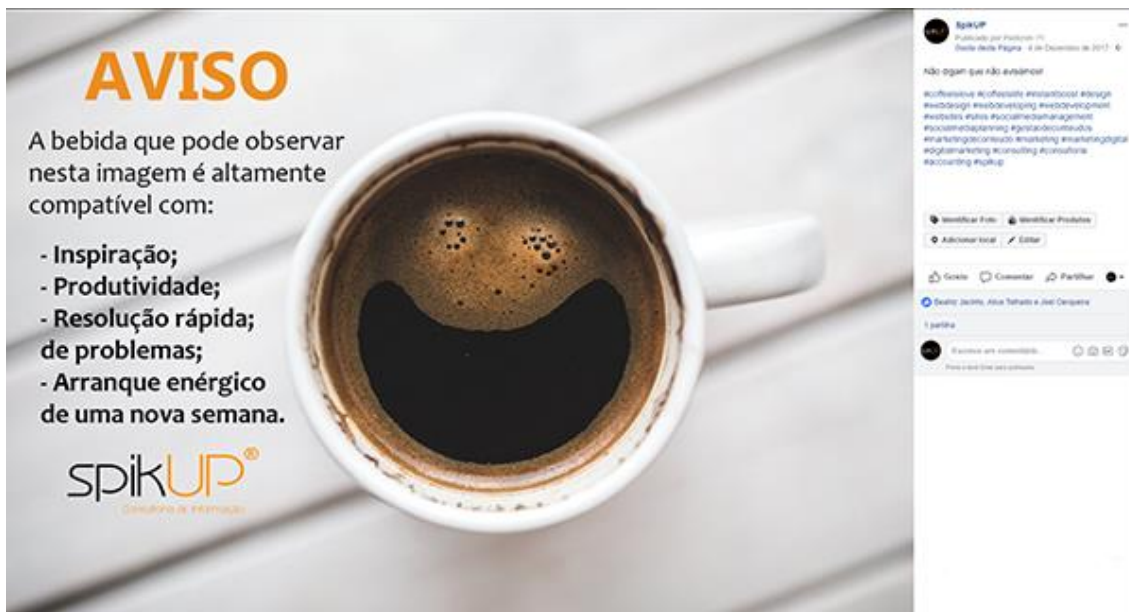


Figura 10 – Exemplo de uma publicação por mim construída no Facebook da SpikUP.

ANEXOS

Dia 1 - 16/8/17

- Instalação e primeiros passos com as ferramentas de trabalho utilizadas pela SpikUP (Webmail, Box Sync, CPanel...);
- Criação de contas de email e Configurações Outlook para um dos clientes da empresa (Cuidado Sénior);
- Pesquisa de *templates* a adaptar ao website do cliente acima referido;
- Teste de configuração FTP referente ao “Cuidado Sénior”.

Dia 2 - 17/8/17

- Primeiros passos com o WordPress;
- Envio de emails a clientes;
- Edição de logos em Photoshop;
- Criação de uma página de “Site em Construção” para o website de um cliente (Cuidado Sénior).

Dia 3 - 18/8/17

- Criação de um *template* de email relativo a configurações de contas de email associadas a sites de clientes da SpikUP;
- Continuação da construção do website “Cuidado Sénior”.

Dia 4 - 21/8/17

- Continuação da construção do website “Cuidado Sénior”, com ênfase na criação e integração na Homepage de um Formulário de Contacto, bem como a incorporação de um mapa com a localização da empresa (via Google Maps) na mesma página.

Dia 5 – 22/8/17

- Continuação da construção do website “Cuidado Sénior”: reconfiguração do logo constante no cabeçalho, aprimoramento das dimensões do Slider, criação das caixas relativas à lista de serviços, escolha de um novo plugin de formulário de contacto, e início de configuração do rodapé, com a implementação de um plugin para o Mapa do Site.

Dia 6 – 23/8/17

- Afinação dos últimos detalhes da homepage do site “Cuidado Sénior”, tais como a distância em pixéis entre as várias secções que compõem a página, adequação do esquema cromático ao logo do cliente, e início da definição do conteúdo integrante do rodapé;

- Introdução de manchas de texto simulado (vulgo *Lorem Ipsum*) nas páginas internas;
- Criação de uma página de contactos.

Dia 7 – 28/8/17

- Continuação da afinação dos últimos detalhes da homepage do “Cuidado Sénior”, afinação das cores dos botões do Formulário de Contacto e “Apoio Domiciliário 2” de acordo com o esquema cromático do site, resolução de problemas ligados ao *widget* do Google Maps, criação de um rodapé secundário com uma ficha técnica do website, afinação dos parâmetros constantes da página de contactos, tanto dos ícones que surgem na mesma, como da informação que se segue a estes.

Dia 8 – 29/8/17

- Continuação do trabalho no website “Cuidado Sénior”: colocação de imagens nas páginas “Quem Somos”, “Apoio Domiciliário” e “Serviços”, conclusão da página de contactos e pesquisa de um *plugin* de Chat Online adequado a esta página. Continuação da escolha de conteúdo a integrar no rodapé do site e otimização de algumas das funcionalidades já presentes no mesmo.

Dia 9 – 30/8/17

- Substituição e configuração do plugin de chat integrado no “Cuidado Sénior”, após problemas de funcionamento do anteriormente utilizado;
- Conclusão do rodapé e criação de uma sub-página para o mapa do site, bem como de um novo formulário de contacto no cabeçalho.

Dia 10 – 4/9/17

- Finalização do “Cuidado Sénior” do lado da SpikUP (o site ficará em stand-by até o cliente enviar para a SpikUP o conteúdo pertencente às páginas internas);
- Elaboração de um plano de comunicação para a SpikUP, de forma a definir o conteúdo a aplicar nas futuras páginas de Facebook e LinkedIn da empresa;
- Reunião com Ana Almeida, diretora da SpikUP, para discussão de ideias relativas à estratégia de comunicação a aplicar em breve.

Dia 11 – 5/9/17

- Preparação de reunião com um dos clientes da SpikUP, a “Prolicht Lisboa”: identificação dos principais concorrentes nacionais e internacionais, análise das respetivas estratégias de comunicação, e discussão de ideias com a diretora da SpikUP, relativas a propostas de posts para as redes sociais em que este cliente se faz representar.

Dia 12 – 6/9/17

- Pesquisa e seleção de *templates* de Wordpress para o futuro site da SpikUP;
- Criação de posts a integrar no Facebook e LinkedIn da SpikUP, para a semana de 11 a 17/9;
- Criação de imagens em Photoshop para os posts acima referidos;
- Abertura de uma página de LinkedIn para a SpikUP;
- Reunião com Jorge Ramos, diretor da “Prolicht Lisboa”, relativa à estratégia de comunicação a aplicar até ao fim de 2017.

Dia 13 – 11/9/17

- Início da organização da base de dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Modificação da imagem correspondente ao primeiro post da SpikUP nas redes sociais Facebook e LinkedIn com recurso ao Adobe Photoshop.

Dia 14 – 13/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 15 – 14/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Início da construção do site da SpikUP;
- Agendamento de posts nas redes sociais da SpikUP (Facebook e LinkedIn);
- Edição de uma nova imagem em Photoshop para os posts acima referidos;

Dia 16 – 18/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 17 – 19/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 18 – 26/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 19 – 27/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Produção de uma lista de tópicos a explorar para o próximo post da SpikUP nas redes sociais, e para posts futuros.

Dia 20 – 28/9/17

- Continuação da atualização dos dados constantes na Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”, incluindo a realização de chamadas telefónicas por cada cliente, de forma a confirmar na fonte alguns dos dados correspondentes;
- Escrita, pesquisa e agendamento de posts para publicação nas redes sociais da SpikUP.

Dia 21 – 29/9/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 22 – 2/10/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 23 – 3/10/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 24 – 4/10/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 25 – 9/10/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 26 – 10/10/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Início da planificação de posts a publicar nas redes sociais da SpikUP entre 13 e 27 de outubro.

Dia 27 – 11/10/17

- Reunião com a “Prolicht Lisboa”, para balanço no que toca à organização da Base de Dados de clientes da empresa;
- Finalização da planificação de posts a publicar nas redes sociais da SpikUP até ao fim do mês;
- Continuação da reestilização da página de serviços do website “Cuidado Sénior”.

Dia 28 – 16/10/17

- Análise de páginas de serviços de sites concorrentes do “Cuidado Sénior”, bem como de páginas de outros domínios que não o apoio domiciliário a idosos, para reestilização da página equivalente do site em desenvolvimento;
- Reescrita e criação de posts a publicar nas redes sociais da SpikUP até ao fim de Outubro;

- Re-operacionalização do site da SpikUP e respetivo Painel de Admin, com vista à construção da página durante os próximos dias.

Dia 29 – 17/10/17

- Continuação da construção do website da SpikUP;
- Resolução de problemas de última hora na Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”, mais concretamente a falta de associação de um endereço de email a algumas pessoas de contacto.

Dia 30 – 18/10/17

- Continuação da construção do website da SpikUP;
- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 31 – 6/11/17

- Reunião com Ana Almeida para ponto de situação após as férias;
- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 32 – 7/11/17

- Continuação da atualização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 33 – 8/11/17

- Continuação da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”.

Dia 34 – 13/11/17

- Conclusão da organização da Base de Dados de clientes da “Prolicht Lisboa”;
- Produção de uma imagem em Photoshop referente ao post comemorativo dos 200 gostos no Facebook da SpikUP, a postar nas redes sociais da empresa;
- Início da redação do Plano de Marketing Digital da SpikUP.

Dia 35 – 14/11/17

- Pesquisa de tópicos a incluir no Plano de Marketing Digital da SpikUP, e continuação da redação do mesmo.

Dia 36 – 15/11/17

- Continuação da redação do Plano de Marketing Digital da SpikUP.

Dia 37 – 20/11/17

- Reunião de início de semana com Ana Almeida, para ponto de situação das tarefas a realizar nos próximos dias;
- Reunião na “Le Frique Concept Store”, para ponto de situação da remodelação do site e loja online desta empresa;

- Continuação da redação do Plano de Marketing Digital da SpikUP.

Dia 38 – 21/11/17

- Continuação da redação do Plano de Marketing Digital da SpikUP;
- Reoperacionalização do site da SpikUP, com alteração do *template* e reativação da página de “site em construção”.

Dia 39 – 22/11/17

- Conclusão do Plano de Marketing Digital da SpikUP;
- Ativação do tema-filho no website da SpikUP.

Dia 40 – 27/11/17

- Reunião de início de semana com Ana Almeida, relativa às atividades a realizar nos próximos dias;
- Reinício da construção do site da SpikUP.

Dia 41 – 28/11/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 42 – 29/11/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 43 – 4/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 44 – 5/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 45 – 6/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 46 – 11/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 47 – 12/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 48 – 13/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 49 – 18/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP;
- Reunião com Ana Almeida e Rui Ribeiro, relativa ao balanço de 2017 e planos da empresa para 2018.

Dia 50 – 19/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP.

Dia 51 – 20/12/17

- Continuação da construção do site da SpikUP;
- Fim do período de Estágio.

Anexo 1 – Diário de Bordo

Estatísticas Redes Sociais SpikUP

Facebook - De 22/10 a 18/11

- Visualizações da página: **37** (-63% face aos 28 dias anteriores);
- Novos Gostos: **7** (-80% face aos 28 dias anteriores);
- Alcance dos posts: **843 pessoas** (+7% face aos 28 dias anteriores);
- Interação com publicações: **206** (-18% face aos 28 dias anteriores, sendo de referir que o dia de pico de interações regista-se entre Quinta e Sábado, e a hora de pico ronda as 21h00);
- Novos Seguidores: **7** (-81% face aos 28 dias anteriores);
- **Top 3 de publicações com maior alcance:**
 - 1- Site da Wide Consulting (30/10) – 553 pessoas;
 - 2- “Grandes feitos não são incompatíveis com pequenos negócios” (10/11) – 381 pessoas;
 - 3- 200 likes (13/11) – 158 pessoas.

Considerando os números acima expostos, verifica-se que o Facebook da SpikUP, apesar do alcance razoável dos posts, ainda é uma página com um número pouco expressivo de visualizações, com um número reduzido de novos gostos, e com uma taxa de interação com publicações que ainda não se encontra, de todo, num patamar satisfatório.

É com alguma surpresa que se constata que o pico de interação com as publicações ocorre a uma hora noturna, em dias que não correspondem, na

generalidade, ao lançamento de novos posts. Por outras palavras, o grosso das interações não se verifica em dias de publicação de atualizações no Facebook da SpikUP, que, no período acima descrito, teve sempre lugar à Segunda e Sexta.

De forma a atribuir outra expressão às métricas acima expostas, é necessário:

- Postar com maior regularidade, o que inclui um post a meio da semana, ou seja, à quarta feira;
- Apostar em publicações pagas;
- Adaptar, cada vez mais, o conteúdo dos posts ao público-alvo da SpikUP, tentando obter um equilíbrio entre as atividades mais recentes da empresa com dicas importantes para o *target* que se pretende atingir.

Linkedin – De 19/10 a 17/11

- Seguidores totais: 4;
- Novos seguidores: 0;
- Likes em posts: 9
- Top 3 de publicações com maior número de impressões (número de vezes que cada post foi exibido a users do Linkedin):
 - 1- Lista de Speakers Web Summit (27/10/17) – 80;
 - 2- Postcron (20/10/17) – 35;
 - 3- Site Wide Consulting (30/10/17) (Ex-Aequo) - 35.

Os fraquíssimos números verificados em todas as vertentes no Linkedin da SpikUP encontram várias razões de ser, estando à cabeça a falta de dinamização que tem afetado esta página, tanto no que diz respeito à ausência de novos seguidores, como da adoção de uma estratégia que torne este espaço da empresa em mais que uma cópia do conteúdo presente no Facebook, no que diz respeito aos posts que aqui são publicados. Assim, e com vista a uma radical alteração das métricas correspondentes a esta página, a lista de tarefas é a seguinte:

- Aprimorar o SEO (na descrição da página, por exemplo, os primeiros 156 caracteres de um post são aqueles que irão aparecer nos motores de pesquisa);
- Considerar a hipótese de criar uma Showcase Page (<https://resultadosdigitais.com.br/blog/novidades-do-linkedin-como-criar-showcase-pages-para-anunciar-seus-produtos/>);
- Optimizar o URL (de linkedin.com/company/11266339/ para linkedin.com/company/spikup-consultoria-informação, por exemplo);
- Privilegiar os contactos dos perfis pessoais no Linkedin para construir a rede da SpikUP;

- Incluir o LinkedIn nas páginas de contacto das restantes plataformas da SpikUP, mas também em suportes físicos, como os cartões de visita;
- Promoção da página de LinkedIn noutras redes sociais (neste caso, apenas o Facebook);
- Acrescentar o URL do LinkedIn da SpikUP nas respectivas assinaturas profissionais;
- Partilha regular dos posts do LinkedIn da SpikUP nos respectivos perfis pessoais;
- Analisar quais são as horas (e dias) de maior tráfego no LinkedIn e publicar os posts nessas ocasiões;
- Seguir outras páginas no LinkedIn;
- Privilegiar a publicação de posts com links, uma vez que os mesmos, por norma, podem garantir até 45% a mais de *engagement*;
- Tentar publicar cerca de 20 posts mensais no LinkedIn. Segundo o próprio, postar com esta regularidade assegura que os posts atinjam cerca de 60% do total de seguidores da página;
- Tendo em conta o carácter mais profissional/empresarial do LinkedIn, considerar a publicação de posts distintos do Facebook sempre que tal for pertinente.

Anexo 2 – Relatório de Métricas relativo às Redes Sociais da SpikUP.