

SINFO Marketing

João Pedro Amaro Chitas

Relatório de Actividades

Resumo—Este relatório tem como objectivo descrever a actividade realizada no âmbito da cadeira de Portfólio Pessoal IV, inserida no projecto Sinfo e que tem como objectivo planear e implementar estratégias de Marketing, por forma a divulgar o evento "Semana Informática". O relatório descreve detalhadamente a actividade realizada e funciona como suporte ao relatório de aprendizagem

Qual? Qual a relevância do repórter imo aqui ??

Palavras Chave—Sinfo, divulgação, marketing, organização, contacto

1 INTRODUÇÃO

No curso de Engenharia Informática e de Computadores, é nos dado uma visão teórica e prática muito geral do que é a engenharia informática. Devido a esse foco, são postas de lado outras componentes que ajudam os alunos a adquirir competências úteis para o seu futuro como engenheiros. Por isto, decidi que estava na altura de me inserir numa actividade extra-curricular, de modo a adquirir essas mesmas competências.

Para além de querer adquirir essas mesmas competências, conhecer o mercado de trabalho era um dos meus outros objectivos e, por isso, comecei por procurar actividades que me pudessem ajudar a obter esse mesmo conhecimento.

A Sinfo é uma organização constituída exclusivamente por alunos universitários, e que todos os anos trabalham para serem o maior evento de tecnologia do país. O principal objectivo desta organização é o de permitir aos alunos (e o resto da audiência) interagir com algumas das pessoas e empresas mais influentes das Tecnologias de Informação e das ciências da computação.

- João Pedro Amaro Chitas, nr. 70992,
E-mail: joao.chitas@tecnico.ulisboa.pt, Instituto Superior Técnico,
Universidade de Lisboa.

Manuscript received Junho 26, 2015.

Olhando para a missão desta organização, concluí que juntar-me à Sinfo seria a melhor maneira de cumprir os meus objectivos: saber como se organiza um evento desta dimensão, como é divulgado e conhecer o mercado de trabalho da área da informática.

2 ESCOLHA DA ACTIVIDADE

Desde o primeiro ano do curso, tenho vindo a assistir às várias edições da Sinfo que até hoje ocorreram. Nunca pensei que um simples grupo de alunos conseguisse planear um evento com a qualidade que a Sinfo tem. Juntando o facto de querer fazer parte de uma organização com pessoas interessadas em tecnologia, com o facto de que conhecia alguns dos membros, surgiu a ideia de ingressar na Sinfo, pois achei que a adaptação seria bastante fácil (e foi!).

No momento em que ingressei na cadeira de Portfólio Pessoal IV, já fazia parte do projecto Sinfo. Comecei por fazer parte da equipa de Parcerias, mas à medida que a exigência foi aumentando e o evento se aproximava, passei a ser um dos membros da equipa de Marketing e Divulgação. Por esta razão, achei que seria a actividade a descrever e a realizar nesta cadeira.

(1.0) Excellent	ACTIVITY						DOCUMENT						
(0.8) Very Good	Object × 2	Opt × 1	Exec × 4	Summ × .5	Concl × .5	SCORE	Struct × .25	Ortog × .25	Exec × 4	Form × .25	Titles × .5	File × .5	SCORE
(0.6) Good	1.0	1.0	1.0	0.7	0.8		1.0	0.9	1.0	1.0	0.8	1.0	
(0.4) Fair													
(0.2) Weak													

3 OBJECTIVOS

Com o passar do tempo, a Sinfo tem se tornado uma marca cada vez mais conhecida dentro da comunidade informática, e para aumentar a sua reputação, é necessário chegar a um maior número de pessoas para além daqueles que já conhecem e seguem de perto o evento. Tal como uma organização boa organização, os objectivos de cada equipa foram delineados logo no início da organização. Esses mesmos objectivos serão descritos ao longo desta secção.

A divulgação de uma marca pode ser feita de várias maneiras, sendo uma delas a distribuição de *merchandising*. Uma das tarefas do cargo de marketing é a de planear e seleccionar quais os materiais publicitários que serão distribuídos durante o evento. A selecção do material tem de ser feita com algum cuidado, pois para além da preocupação desse material ser apelativo, existe também a preocupação de cumprir orçamentos. Depois da semana, verificámos que o objectivo foi cumprido, uma vez que foi grande a quantidade de material distribuído, face à quantidade produzida.

Se chegar ao maior número possível de pessoas é um dos objectivos principais, entrar em contacto com os vários media é uma das principais tarefas para cumprir esse objectivo. Esta tarefa é realizada através da redacção de diferentes *press-releases* a serem distribuídos pelos vários meios de comunicação. Porquê diferentes? Cada media tem o seu público alvo, logo à que adaptar a notícia de modo a cativar esse mesmo público. Dando ênfase a determinados oradores e também anunciando as empresas presentes, conseguimos que a marca Sinfo estivesse presente nas notícias publicadas por esses mesmos meios.

4 ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS

Durante o desenrolar da actividade, foram realizadas várias acções com o intuito de promover a Sinfo, desde a redacção de *press-releases*, contacto com os meios de comunicação e selecção de materiais publicitários. Para além destas, foram realizadas outras actividades dedicadas ao programa da

semana e a obter patrocínios, como o contacto com os oradores e com as empresas.

4.1 Contacto com os média

Como já foi referido atrás, o principal objectivo desta actividade é o de chegar ao maior número de pessoas e aumentar a reputação da Sinfo. Para isso, foram escritos vários *press-releases* e depois divulgados para diferentes meios de comunicação e fontes. Este ano, esta abordagem foi feita de uma maneira ligeiramente diferente da do ano passado. Uma vez que existem várias entidades que abordam nas suas notícias temas diferentes, houve a necessidade de escrever *press-release* geral e alguns *press-releases* mais específicos.

O *press-release* geral serviu como um resumo do evento a ser divulgado para uma boa parte dessas entidades, enquanto que nos *press-releases* mais específicos, o foco era feito no que iria acontecer acerca do tema que essa entidade mais aborda. Dando como exemplo os sites e revistas de videojogos, em que o *press-release* enviado estava mais focado nas presenças de Minh Le e Hélder Pinto, dois dos oradores que estiveram presentes no dia dedicados ao tema dos videojogos.

O *feedback* foi bastante positivo, uma vez que obtemos resposta de várias entidades que divulgaram os *press-releases* escritos e foram feitos pedidos de entrevistas aos oradores presentes na semana. (Figura 1)



Figura 1. Notícia na Exame Informática

4.2 Seleção dos materiais publicitários

No que toca à selecção dos materiais publicitários, esta teve de ser realizada com algum cuidado, visto que era necessário não fugir muito do orçamento e escolher os itens que melhor pudessem divulgar o evento.

A lista de materiais ficou com um número razoável de itens, que vão desde coisas simples como porta-moedas, canetas, autocolantes e tapetes de rato, a coisas que dessem mais na vista como t-shirts e canecas com o logótipo estampado. Mas a divulgação não se faz apenas de itens comerciais, também foi necessário escolher outros itens a serem distribuídos antes e durante o evento, tais como faixas (Figura 2), panfletos, cartazes, toalhetes e programas da semana.



Figura 2. Merchandising Sinfo

A minha tarefa consistiu em distribuir faixas e cartazes por vários locais do Campus da Alameda e do Taguspark, para chamar o maior número possível de alunos da nossa faculdade. Como um dos nossos objectivos foi o de chegar

ao maior número de pessoas, esta tarefa foi também realizada noutras faculdades, nomeadamente a Faculdade de Ciências de Lisboa e o ISCTE. O resultado foi positivo, uma vez que tivemos alguns visitantes dessas mesmas faculdades.

4.3 Contacto com os oradores

Não sendo um dos objectivos da equipa de marketing, o contacto com os oradores é a principal função de todos os membros da Sinfo, uma vez que estes são o centro das atenções durante o evento e aquilo que nos dá maior reputação.

O processo de contacto era algo bastante simples. Cada membro sugeria o nome de algumas personalidades que desejassem estar presentes no evento ou que fossem acessíveis. Depois disso, era escrito um parágrafo onde se falava do trabalho dessa pessoa e também daquele que poderia ser um tema interessante a ser abordado. Esse parágrafo era então inserido num email *template* a ser enviado, na forma de um convite com a informação acerca do evento. O mais difícil desta função era encontrar um contacto fiável (essencialmente, um email), visto que estas personalidades não costumam ter os seus contactos divulgados ao público. Recebi uma resposta negativa de umas das pessoas que contactei, enquanto que das restantes não obtive qualquer resposta. Quanto às que aceitaram vir, contactadas por outros membros, os nomes mais sonantes foram utilizados como forma de divulgação do evento, no nosso material publicitário, nos comunicados enviados aos média e sobretudo nas redes sociais.

4.4 Contacto com as empresas

Uma outra das funções que não estava relacionada com o cargo de marketing mas cujo importância é igualmente grande como o contacto dos oradores, foi o contacto das empresas. Uma vez que a organização do evento acarreta custos, as empresas convidadas a patrocinar a Sinfo, tiraram proveito da semana como uma forma de recrutarem novos funcionários interessados em trabalhar na área.

As empresas a serem contactadas são primeiro atribuídas a cada membro e depois contactadas através de email ou de telefone. O email enviado seguiu na forma de convite, com as informações principais acerca do evento, e caso a resposta fosse positiva, o contacto seria seguido de uma reunião presencial. Nessa reunião coube-me apresentar o evento, o conjunto de vantagens que a empresa teria se concordasse em nos patrocinar e também negociar o patrocínio. Algumas das empresas que contactei concordaram em patrocinar a Sinfo, enquanto que outras acharam que não lhes seria vantajoso.

4.5 A semana

Depois de feito todo o trabalho de divulgação, contacto com empresas e com oradores, chegou então a Semana Informática. Nesta altura, o cargo de marketing passou para algo bastante secundário, e tarefas mais viradas para a gestão do evento passaram a ter um papel mais importante.

Como o número de elementos da organização era vasto, o trabalho a realizar por cada elemento foi facilitado, uma vez que existiu uma enorme entajada. As tarefas durante a semana foram desde 'recepção dos oradores e dos representantes das empresas patrocinadoras, gestão das multidões que estiveram no anfiteatro durante as palestras, vigia dos *stands* nos Pavilhões Central e Civil, apoio nos *workshops* e venda de *merchandising*. No meu caso, na maioria das vezes, estive encarregue da recepção dos oradores, gestão do anfiteatro (Figura 3) e de algumas tarefas de logística que foram necessárias realizar durante a semana. Sempre que possível, e também para fomentar ainda mais o espírito de equipa, participava noutras das tarefas mencionadas acima, mesmo que as mesmas não me estivessem atribuídas naquele momento.

5 CONCLUSÃO

A principal função de um membro do cardo de marketing é a de fazer chegar o nome da organização e o evento ao maior número de



Figura 3. Anfiteatro pronto para mais uma palestra

peças. Várias tarefas foram realizadas nesse âmbito, nomeadamente a escolha dos materiais publicitários e *merchandising*, e o contacto com os meios de comunicação. Para além das tarefas focadas nesse cargo, outra como contacto com os oradores e empresas, e a gestão do evento, também foram realizadas mas num âmbito mais geral.

Concluindo, a actividade correu dentro daquilo que estava à espera e consegui cumprir os meus objectivos pessoais: adquirir as *soft-skills* que procurava através da gestão do evento e tirando proveito dos conhecimentos adquiridos no cargo de marketing; conhecer melhor o mercado de trabalho da minha área de estudo através do contacto com as empresas; e, principalmente, fazer parte de um grupo com pessoas fantásticas e por essa razão, decidi ficar mais um ano na organização.

AGRADECIMENTOS

Queria fazer um especial agradecimento a toda a comitiva da Sinfo, pela excelente maneira como me receberam e me integraram no grupo. É um orgulho pertencer a esta equipa formada por gente jovem e fantástica, e que para o ano a Sinfo 23 tenha mais sucesso do que a edição deste ano!

Levando apenas a conclusão
como filo a navalha qual
o assunto abordado?