

SINFO Marketing

Diogo Lima Nicolau

Relatório de Aprendizagens

Resumo—Este relatório descreve e especifica a actividade que realizei no âmbito da cadeira de Portfólio Pessoal III, com intuito de especificar um contexto de suporte às aprendizagens pessoais, ao nível não técnico, adquiridas no desenrolar da actividade. Por este motivo, este relatório apresenta os factos e uma descrição pormenorizada da referida actividade, previamente aprovada pelo corpo docente responsável pela cadeira, actividade esta que consiste na participação da equipa de Marketing do grupo SINFO.

Palavras Chave—SINFO, marketing, evento, organização.

1 INTRODUÇÃO

ESTE documento narra a actividade que realizei durante todo o semestre, onde me juntei ao grupo organizador da Semana Informática do IST, SINFO.

Este documento encontra-se dividido por pontos onde em cada um procuro abordar diferentes aspectos: a escolha da actividade, a estrutura da equipa, o trabalho realizado, e ainda abordo aspectos sobre a minha rotina durante a execução desta actividade.

A actividade só termina de facto em Fevereiro, mês onde decorre a Semana Informática do IST. No entanto caso me mantenha no grupo as previsões de conclusão para esta actividade são difíceis de fazer uma vez que todos os anos existe a organização de uma nova Semana Informática, e como membro da equipa de marketing não existe na realidade período morto.

2 ESCOLHA DA ACTIVIDADE

A minha escolha já tinha à muito sido feita. Sou membro da SINFO à já um ano e decidi candidatar-me ao grupo por apreciar muito

- Diogo Nicolau, nr. 72935,
E-mail: diogo.nicolau@sinfo.pt, Instituto Superior Técnico,
Universidade de Lisboa.

? Manuscripto entregue dia 17 de Janeiro, 2015.

o trabalho feito nas edições anteriores da Semana Informática. Quando entrei não tinha consciência de qual seria a minha função dentro da equipa, de tal forma que comecei como responsável pelo contacto com as gráficas. No entanto com o passar do tempo percebi que podia ser mais útil oferecendo o meu trabalho à equipa de marketing, e assim este ano candidatei-me a este posto.

3 ESTRUTURA DA EQUIPA

A SINFO subdivide-se em várias equipas com responsabilidade diferentes. Sendo um grupo com muitas e das mais variadas necessidades estas equipas vão desde a DevTeam (responsável por todo o software criado na SINFO) à Equipa de Relações Internas (responsáveis por todos os contactos feitos dentro do IST).

3.1 Equipa de Marketing

A equipa de Marketing é composta actualmente por 6 pessoas, sendo a maior equipa da SINFO. Dentro da equipa existem vários níveis de hierarquia. A nossa coordenadora Joana Fonseca é responsável pelo planeamento das actividades e organização da equipa. Seguindo a hierarquia, as minhas responsabilidades resumiam-se na ligação entre a restante equipa à coordenação, isto para além das actividades normais de marketing.

| (1.0) Excelent (0.8) Very Good (0.6) Good (0.4) Fair (0.2) Weak | ACTIVITY | | | | | DOCUMENT | | | | | | |
|---|------------------|---------------|-----------------|-----------|-------|--------------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|------------------|-------|
| | Objectives x2 | Options x1 | Execution x4 | S+C x1 | SCORE | Structure x0.25 | Ortogr. x0.25 | Gramm. x0.25 | Format x0.25 | Title x0.5 | Filename x0.5 | SCORE |
| | 2 | 1 | 4 | 0.7 | 7.7 | 0.25 | 0.2 | 0.25 | 0.2 | 0.4 | 0.5 | 1.8 |

4 TRABALHO DESENVOLVIDO

Enquanto informático e membro da equipa de Marketing existiram algumas dificuldades em certas actividades que desenvolvi dentro das minhas funções. No entanto citando o meu coordenador Jorge Palma "O informático é uma espécie de super-herói". Um dos benefícios de estar integrado nesta equipa é a valorização da criatividade na concepção de material, no entanto existe igualmente uma grande parte teórica que implica planeamento e outras técnicas que são maioritariamente ensinadas em Licenciaturas de Marketing.

4.1 Plano de Marketing

Com a ajuda da coordenadora Joana Fonseca realizei parte do plano de marketing da SINFO. Para esta actividade foi fundamental fazer trabalho de pesquisa e ainda realizar um inquérito que actuou sobre 100 utilizadores da SINFO. Hoje em dia é fundamental bons planos de marketing. Este tipo de planeamento, que se caracteriza sobretudo pelo delinear de objectivos claros e precisos e pela atribuição de responsabilidades concretas aos diferentes elementos da empresa, é fundamental porque ajuda a tomar decisões por antecipação e a diminuir potenciais erros.

4.2 Conteúdo Multimédia

É através do uso da multimédia que a SINFO faz grande parte do seu Marketing. Não só é mais acessível em termos de custos como ainda o grupo tem elementos muito capazes a funcionar com estas tecnologias. Junto em anexo estarão alguns dos conteúdos produzidos.

4.2.1 Clip Promocional

Com intuito de apelar a todo o género de público era necessário uma publicidade mais genérica daquilo que era a SINFO. Para isto comecei por contactar actores conhecidos de forma a criar o maior impacto possível. Tendo o actor Joaquim Nicolau aceite o papel comecei então a escrever o guião. A ideia surgiu durante um teambuilding da SINFO e foi largamente aceite por todo o grupo. Trata-se dum indivíduo viciado na SINFO que revela em plena

reunião de "Sinfólicos" ter tido uma recaída. O lançamento está previsto para a última semana de Janeiro e vai estar disponível no canal de Youtube da SINFO. Este clip implicou uma grande coordenação de esforços, sendo até possível escrever um relatório somente desta actividade.

4.2.2 Campanha justSINFOthings

Com intuito de obter maior expressão no Instagram entendi que existiam certas modas que podiam ser facilmente aplicadas no âmbito da SINFO. Seguindo a metodologia de justgirlythings, onde raparigas partilham fotos simples com frases que explicam situações que partilham no seu dia-a-dia, o mesmo foi aplicado à SINFO. Situações que somente acontecem na SINFO foram exploradas, por exemplo: "Quando queres ir a uma palestra e ela está cheia"

4.2.3 Campanha "Quem é este orador?"

A realização do plano de marketing revelou um grande aspecto sobre os nossos utilizadores. Maioria destes começaram por conhecer a SINFO através dos seus cartazes espalhados no IST. Deste modo pedi à nossa equipa de design que desenvolvesse a ideia "Quem é este orador?". Era necessário conteúdo para partilhar através de cartazes e nada melhor que a divulgação dum orador. Desta forma retirei a ideia dos famosos desenhos animados Pokémon, onde todos os episódios existia uma excerto especial com a pergunta "Quem é este Pokémon".

4.2.4 Newsletter

Uma vez presentes em grande parte das redes sociais não fazia sentido a SINFO não ter uma newsletter onde pudesse divulgar as suas actividades. Assim o coordenador Jorge Palma incumbiu-me desta tarefa e aconselhou-me a utilização da ferramenta mailchimp. Mensalmente procuro por conteúdo e envio esta newsletter a todos os nossos subscritores.

5 CONTACTO A ORADORES E EMPRESAS

A Semana Informática organizada pela SINFO tem como suporte de valor os oradores e

empresas que participam nesta. Considerada como um dos maiores eventos de informática do país, a SINFO conta anualmente com oradores de enorme nome internacional. Para tal acontecer existe muito trabalho através de contactos e naturalmente a enorme necessidade de contactar empresas que patrocinam o evento.

5.1 Oradores

Inicialmente comecei por sugerir diversos nomes e fiquei encarregue de contactar todos estes nomes que sugeri. Eventualmente lembrei-me dum colega que todos os verões estagia na IBM em New York. Este colega revelou ser familiar do senhor Carlos Fonseca, Executive IT Architect no IBM Thomas J. Watson Research Center. Naturalmente sugeri este nome á coordenação o qual foi bem aceite. Trocados vários emails consegui a confirmação necessária e irá ser possível ouvir este senhor Quarta-Feira, que irá discursar sobre o seu mais recente trabalho acerca de Cloud Computing. Tanto a viagem e o hotel tiveram de ser marcados, gerando uma outra onda de emails.

5.2 Empresas

Através duma enorme lista de empresas a coordenação distribui um conjunto de empresas aos seus elementos. Consequentemente enviei um email de convite para participação no evento. Apesar dos nossos esforços a maioria das vezes é necessário contactar via telefone as empresas mais que uma vez. Pessoalmente pedi para fazer parte da equipa Startup, e assim realizei reuniões tanto com empresas ditas "grandes" como startups. Participei também em reuniões de colegas meus que ou pediam por companhia ou então precisavam alguém que os substituisse. Assim tive reuniões com empresas tais como: Uniplaces, BOLD international, Miniclip, Tecmic, MY.SKINMIX, Blip e Casa Da Moeda.

6 ROTINA

Ingressar duma actividade tão completa implica uma grande organização, de tal forma que os meus planos diários muitas vezes giravam á volta desta mesma rotina. Aprecio muito a

prática desportiva e achei muito interessante o jogo de forças que foi preciso fazer entre estas duas actividades extra-curriculares. Muitas vezes uma reunião da SINFO entrava em conflito com o meu treino diário, o que me forçava a ser flexível durante toda a minha semana.

Para actividades ditas "automáticas", como o envio de toda a gama de emails que é necessário, começava todas as segunda de manhã na esperança que este email não fosse perdido entre spam. Também acontecia pelo menos uma vez por semana contactar todos os meus colegas de marketing para poder avisar a minha coordenadora Joana Fonseca do ponto de situação de todas as actividades desta equipa.

7 CONCLUSION *Ingles?*

Considero esta uma das actividades mais produtivas que alguma vez realizei. Sendo marketing uma área em que os objectivos simplesmente tendem para infinito existe de facto imenso para se fazer. Nunca antes me pediram para ser tão criativo o que foi uma lufada de ar fresco.

Ainda mais relevante durante toda esta experiência foram as amizades criadas. Uma licenciatura em informática pode por vezes ser dura. Existem sempre muitas dúvidas que conversando com colegas podem realmente desaparecer, é notório como uma ciência exacta como a informática pode muitas vezes ter interpretações tão diferentes.

Espero com isto que a edição da SINFO deste ano esteja mais forte que nunca, e que o meu trabalho reflecta num real aumento de espectadores.

AGRADECIMENTOS

Um especial agradecimento ao meu coordenador Jorge Palma, com o qual tenho aprendido todos os dias. Agradeço de igual forma a toda a equipa da SINFO que trabalha de forma implacável naquilo que achamos ser o evento com maior peso de todo IST.

*Neste tipo de documento (Técnico)
a Conclusão deve começar com
um resumo do assunto abordado
e depois deve realçar o resultado*

APÊNDICE

CONTEÚDO MULTIMÉDIA

"Quem é este orador?"



APÊNDICE

CONTEÚDO MULTIMÉDIA

Newsletter



APÊNDICE

DIA DO CALOIRO

A minha presença na recepção ao caloiro (último à esquerda)

