

Plano de comunicação



Análise externa

Caracterização de mercado - Perspetiva Global

Embora a impressão 3d seja uma tecnologia com cerca de 30 anos apenas no Séc. XXI é que se deu uma explosão de notoriedade há volta desta forma de fabrico, derivada ao aparecimento das chamadas impressoras desktop e também de formas alternativas de produção mais eficientes e mais rápidas. Nos últimos anos tem-se assistido por isso ao aparecimento de inúmeros fabricantes, mas também a diferentes tipos de material a serem imprimidos.

Segundo dados estatísticos recentes o mercado 3d tem tido um crescimento exponencial ano após ano sendo que as estimativas apontam, para o triénio 2018-2021 para um crescimento de 12 para 20 mil milhões de dólares, sendo esperado que o software CAD e o fabrico de peças utilizando esta técnica triplique neste espaço.

Neste momento grandes empresas e entidades de vários sectores já empregam esta técnica para o fabrico de peças específicas e de alto valor acrescentado, neste lote poderemos encontrar a General Electric, NASA, Nike, grupo VAG, só para citar alguns dos mais reconhecidos.

Em Portugal embora existam já algumas dezenas de empresas baseadas neste tipo de fabrico, elas são maioritariamente de pequena dimensão (>10 empregados) com valores de facturação inferiores a 500 mil euros, criadas nos últimos 4 anos e exploram principalmente o mercado da impressão em pequena quantidade e de pequenas dimensões, de termoplásticos.

Destacam-se principalmente duas:

- A BeeveryCreative, fabricante de impressoras desktop mas sem posição em termos de fabrico de peças e componentes.

- A CODI, esta pertencente a um grupo de empresas(+/- 20), que conjuga a representação oficial de alguns dos principais fabricantes mundiais de impressoras e materiais (em Portugal e nos Palop), com o fabrico de peças e componentes. É um grupo que fatura cerca de 20 milhões de euros no seu todo sendo por isso difícil de quantificar qual o valor de cada uma das áreas de negócio.

Análise PEST

Fatores:

Políticos- Tomada de consciência das entidades governamentais para apoiar a criação de empresas, principalmente de índice tecnológico como força de crescimento económico, tendo-se criado para isso vários mecanismos, ou através de investimento a partir de fundos públicos(Portugal 2020, StartupVoucher)ou mesmo de legislação com benefícios fiscais para a criação ou implementação de novas ideias para a criação de novos produtos ou formas de produção, isto ajuda imenso porque a fase de validação no mercado de um novo produto é a que consome mais tempo e capital às empresas. Portugal tem sido um dos mais elogiados e reconhecidos nesse aspeto.

Económicos- A recente crise económica permitiu um novo tipo de abordagem ao mercado de trabalho das pessoas, face ao desemprego, muitos apostaram na criação do próprio emprego através de empresas, isto veio criar e desenvolver todo um ecossistema onde estão englobados incubadoras, investidores, novos mercados e produtos.

Sociais e tecnológicos - Vivemos neste momento um estado social e cultural como nunca se viu, tudo está conectado, tudo é feito com maior rapidez a exigência para se corresponder a qualquer tipo de exigência é enorme em qualquer área.

No caso da impressão 3d conjugada com a evolução do software, é esperado que ela opere realmente a 4ª revolução industrial

No futuro só precisaremos de um ficheiro CAD para produzirmos qualquer coisa em nossa casa ou ao virar da esquina, a independência de um processo moroso e virado para as massas como hoje acontece para algo rápido e personalizado.

Análise Interna e Público-Alvo

Concretamente o nosso objectivo é a criação de um serviço on demand de:

- Fabrico de protótipos, pequenas séries, ou peças de reposição em vários tipos de material;
- Fabrico de produtos para a industria médica(dentária).
- Fabrico de produtos e peças descontinuadas.

Os mercados alvo são por isso, entidades ou pessoas que desenvolvam produtos e que necessitem de uma forma célere e barata de produção, clínicas dentárias que apliquem próteses dentárias e ainda restauradores de equipamentos, em que seja necessário substituir peças que já não sejam fabricadas e precisem de ser reproduzidas. Faremos isto criando uma facilidade de o cliente nos abordar e comunicar connosco, fisicamente através de parcerias institucionais e por isso que criem uma proximidade física, mas também digitalmente através de uma aplicação que facilitará a orçamentação e encomenda de serviço

Análise-SWOT

Forças:

Serviço personalizado.
Proximidade ao cliente.
Simplificação da tecnologia aos olhos das pessoas.
Tecnologia própria.
Oferta de um sistema completo e eficiente de produção.
Rapidez.

Fraquezas:

Divulgação do serviço perante possíveis parceiros/clientes.
Resistência à substituição dos métodos de produção já instalados.

Oportunidades:

Tecnologias em forte desenvolvimento e expansão.
Conjuntura sócio- económica favorável a estes tipos de produtos.
Pioneirismo, permite ganhar já uma importante cota de mercado e reconhecimento.
Crescimento a par com o desenvolvimento das próprias tecnologias.

Ameaças:

Mercado da impressão ainda em fase de arranque.
Resistência à substituição dos métodos de produção já instalados
Desconhecimento da tecnologia entre alguns agentes de mercado.

Matriz da concorrência

Principais concorrentes:

Internacionais:

Shapeways;

Sculpteo;

Protolabs;

3 Hubs;

Materialise NV;

Voodoo Manufacturing;

Nacionais:

CODI;

Beeverycreative;

Xpim;

3d Maker;

3d Ways;

Internacionais	
Shapeways e Sculpteo	Exploram ambas o conceito de marketplace mais viradas para o B2C, apostam bastante em plataformas digitais que permitem um simples upload de ficheiro encomenda dos produtos, tem uma gama variada de materiais e tecnologias de impressão disponíveis. A Shapeways aposta também num programa de afiliados de forma a poder se expandir globalmente enquanto a Sculpteo apostou numa app para smartphone em que através de um conjunto de imagens 2D podemos realizar uma impressão 3d desse objecto.
Protolabs	A Protolabs, empresa americana, presente em 5 países, conjuga a maquinaria CNC, com a injeção de plásticos(atraves de moldes) e ainda a impressão 3D, para criação de todo o tipo de peças, com um tempo de entrega do produto de 1 a 15 dias e de 1 a 10000 peças.
3D Hubs	A 3D Hubs é uma das mais reconhecidas plataformas de fabrico no mundo, não possui equipamentos mas oferece as mesmas tecnologias de fabrico da Protolabs. O interface da sua plataforma digital é muito forte tornando simples a qualquer um o fabrico de qualquer produto.
Materialise NV	A Materialise além de permitir fazer o upload de ficheiros no seu site aposta claramente no serviço para várias industrias em termos de fabrico de peças e produtos sendo a médica uma das suas

	especialidades. Desenvolve software e hardware próprio. É a maior empresa deste género na Europa.
Voodoo Manufacturing	Explora o conceito printfarm (conjunto de impressoras de pequena dimensão) para impressão de objetos de pequena dimensão e em séries pequenas. Trabalha muito para mercados de nicho e em pequenas séries. Oferecem um serviço completo em termos de fabrico e expedição de produto, o cliente entrega o ficheiro para impressão, a Voodoo fabrica, embala e faz a expedição para o cliente final.
Spare Parts 3D	Empresa sediada em Singapura, que explora o conceito de impressão de peças de substituição, para a indústria de electrodomésticos. A mais valia que apresentam é a rapidez de execução de peças que pela quantidade ou idade já não seriam disponibilizadas pelas marcas.

Nacionais	
Codi	Devido a sua dimensão e implementação no mercado, embora o seu core-business seja a venda de produtos e máquinas para impressão, sendo representantes de alguma das marcas mais importantes, também explora o mercado de prototipagem rápida e fabrico de pequenas séries
Beeverycreative	A Beeverycreative explora mais o mercado de produção de máquinas de impressão de tecnologia FDM para os mercados de educação e maker. Faz serviços de impressão em pequena escala.
XPim	Alem de fabricante de máquinas FDM como a bee, as suas máquinas são de maior porte. Também tem como mercado o fabrico de peças impressas.
3d Maker	E uma empresa de design que oferece soluções de impressão e desenvolvimento de produtos nas áreas da modelação 3d mais para fins criativos.
3d Ways	O seu conceito baseia-se em construir máquinas para os clientes que depois são colocadas nas instalações do cliente mas controladas remotamente pela 3d ways quando se trata de imprimir produtos.

Fazendo um resumo à análise da concorrência, vendo as forças e fraquezas de cada uma, a nossa visão para este mercado difere no tipo de abordagem feita ao mercado de massas, todas elas mesmo as que olham para o segmento B2C são demasiado distantes do cliente e tem uma abordagem industrial, ou seja a impressão continua a ser um mistério para maior parte das pessoas tirando pessoas especializadas ou conhecedoras a fundo da tecnologia. Como anteriormente dissemos queremos realmente dar a conhecer a impressão ao indivíduo comum, e pegando no exemplo dos computadores pessoais nos anos 70, antes os computadores eram vistos como algo que as grandes empresas tinham e que não seriam necessários na casa de cada um porque era algo muito técnico, hoje não precisamos de ser engenheiros para mexer num e temos um no nosso bolso. A impressão 3d tem essa

potencialidade de evolução, terá que ser tao simples como o é actualmente a impressão de papel e nós queremos ser uma empresa que ajude a que isso se concretize.

Posicionamento

AddRobotiks

“Materialise your dreams”

A AddRobotiks terá que se apresentar como uma empresa de alta tecnologia e capacidade para apresentar soluções de elevada qualidade para o consumidor comum, simplificando o conceito de impressão 3d tornado acessível a qualquer um

O público terá que associar o nome AddRobotiks a inovação, qualidade e cumprimento dos maiores desafios propostos por este.

Estratégia, Objetivos e Ações de Comunicação

Tendo em conta o posicionamento de mercado das empresas que referi na matriz da concorrência, a presença online terá que ser forte, através não só do site mas também das redes sociais e plataformas de partilha de vídeos, de forma a publicitar a marca, mas o grande reconhecimento terá que vir da nossa associação com entidades de modo a criar buzz e também comprovar da nossa qualidade, a grande dificuldade para a adopção da impressão 3d são o desconhecimento das potencialidades e execução da tecnologia e as empresas que exploram esta tecnologia estão longe fisicamente, porque abordam o mercado de uma forma muito b2b e apostam principalmente numa forte presença digital.

Queremos por isso firmar parcerias de forma a estarmos presente em vários espaços físicos, mostrando a impressão a toda a gente. Também pretendemos firmar parcerias com associações industriais e ainda instituições de ensino superior principalmente de forma a conseguirmos primeiro um comprovativo de qualidade além de criar canais de comunicação mais diretos e facilitados com outras empresas.

A associação com uma ou mais equipas que participem em concursos universitários (ex.Formula Student, Motochanics,etc), pode ser uma boa forma de proapaganda comercial e tecnológica da empresa.

Exemplo de uma forma de comunicação

Um anúncio no Facebook, que nos direciona para um artigo com um webinar no site/youtube, acerca do fabrico de peças que a AddRobotiks desenvolveu para serem montadas no monolugar (com um autocolante bem visível com o nosso nome) que a equipa FS da U. Aveiro levou a Silverstone, á final da competição, vista pelos principais players mundiais(fabricantes, equipas de competição).

Personas da comunicação

Persona A

Nome: Rodrigo

Idade: 4

Profissão: Engenheiro, responsável de produção e desenvolvimento numa multinacional.

Formado em engenharia industrial, pretende que as equipas e os equipamentos que tem a seu cargo sejam o mais eficiente possíveis.

É confrontado com a introdução de produtos novos regularmente os quais precisam de passar pelo processo de fabrico de protótipos e pequenas séries de forma a fazer a validação do produto no mercado.

Espera da AddRobotiks um parceiro para o fabrico desses produtos de modo que a sua introdução no mercado seja feita rapidamente.

Persona B

Nome: Joana

Idade: 36

Profissão Designer de produto

Trabalha como freelancer para várias empresas, mas também explora uma marca própria de acessórios, jóias e mobiliário de interiores, além de quase sempre precisar de apresentar um protótipo funcional ao cliente. A marca que é detentora cria peças únicas ou em pequenas séries (-10), vendo por isso na Addrobotiks uma excelente parceira para gerir a parte de produção de hardware para si.

Persona C

Nome:

Idade: 28

Profissão: Empresário

Licenciado em engenharia, possui uma empresa de engenharia e projeto na área das ferramentas e moldes, é a segunda geração na gestão da empresa e pretende modernizar e apresentar outras soluções vantajosas em termos de execução mas também financeiras, apostam no conceito produto chave na mão para o cliente, mas baseia o seu negócio em subcontratar outras empresas para o fabrico dos seus produtos e joint-ventures como resposta ao pedido dos clientes, sendo a AddRobotiks uma empresa pioneira na impressão em metal para este sector específico é uma mais valia para o portfolio de parcerias da sua empresa.

No 1º e 3º caso, vemos o que será a vertente mais B2B que teremos, através de contacto direto com a indústria com várias soluções e interação a apresentar. No 2º caso embora se tratando de um profissional será um tipo de serviço facilmente solucionado através da utilização da plataforma de upload de ficheiros no nosso website, em que o cliente disponibilizará o ficheiro, escolherá quantidade e material de impressão e depois receberá o seu produto no local desejado.

Mix de comunicação

Website da empresa.

Website para apresentação da empresa e dos seus produtos, com hiperligações às redes sociais. Zona para pedido de cotação ou de upload de ficheiros para fabrico. Terá que estar sempre atualizado com notícias publicadas noutros meios ou artigos acerca de projetos desenvolvidos. Albergará também webinars temáticos acerca de projetos concretizados com clientes ou parceiros e também uma página dedicada à criação de uma comunidade online, para interação de clientes (Makers), virada mais para o mercado B2C.

Gestão das redes sociais.

Em termos de redes sociais seleciono 3, as mais importantes por sinal:

- Facebook;
- Twitter;
- Linkedin.

As duas primeiras porque são as 2 com maior mercado, a primeira tem cerca de 2.2 mil milhões de utilizadores e a segunda 330 milhões, ou sejam permitem chegar a mais gente, profissional ou pessoal, embora o tipo de comunicação a adoptar nas duas será mais para divulgação de eventos, notícias, vídeos, produtos, porque inserem-se mais nas denominadas redes pessoais e existem mais para interação entre amigos e grupos com um interesse em comum(Facebook)e consumo de informação e networking entre quem segue e é seguido(Twitter).

O LinkedIn, sendo uma rede social profissional, permitirá criar conexões com parceiros, clientes e possíveis futuros colaboradores, possuindo também boas comunidades e fóruns de discussão.

Plataformas de video.

O Youtube, será talvez o canal de comunicação mais utilizado e mais perfeito para o nosso segmento de mercado já que somos uma empresa que cria hardware, por isso nada melhor que vídeos para demonstrar o processo e produto final.

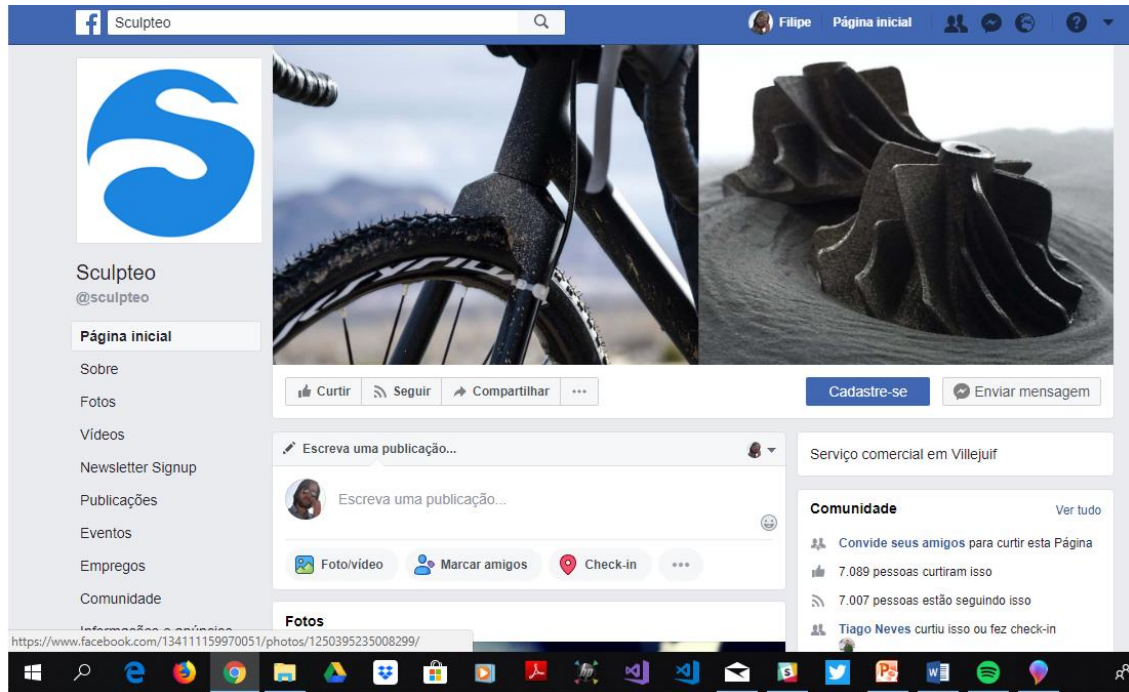
Twitch é a maior plataforma de streaming de videos para o público do gaming e de segmentos criativos.

Conteúdo Facebook

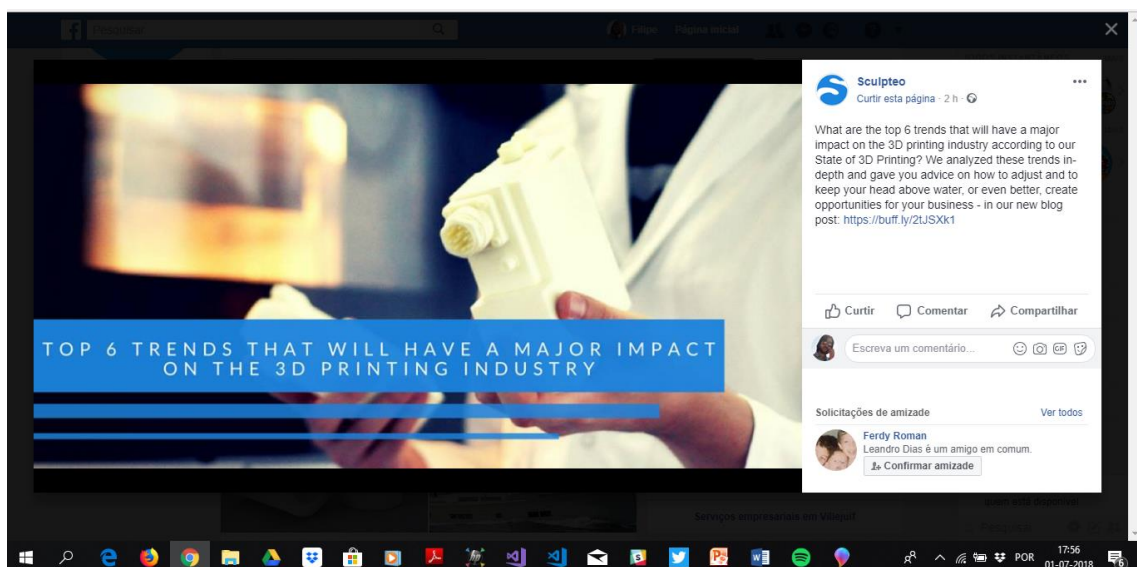
Tendo em conta o público que se pretende atingir, serão feitas publicações 2 a 3 vezes por semana, com referências a artigos, notícias ou webinars, presentes noutros locais (website, meios de comunicação, youtube), a interação com a comunidade que se pretende criar será uma grande temática para o Facebook, devendo para esse efeito ser criado um grupo.

Exs. Páginas de Facebook da Shapeways e Sculpteo, com o conceito gráfico e temático a explorar.

Shapeways



Sculpteo



Conteúdo LinkedIn

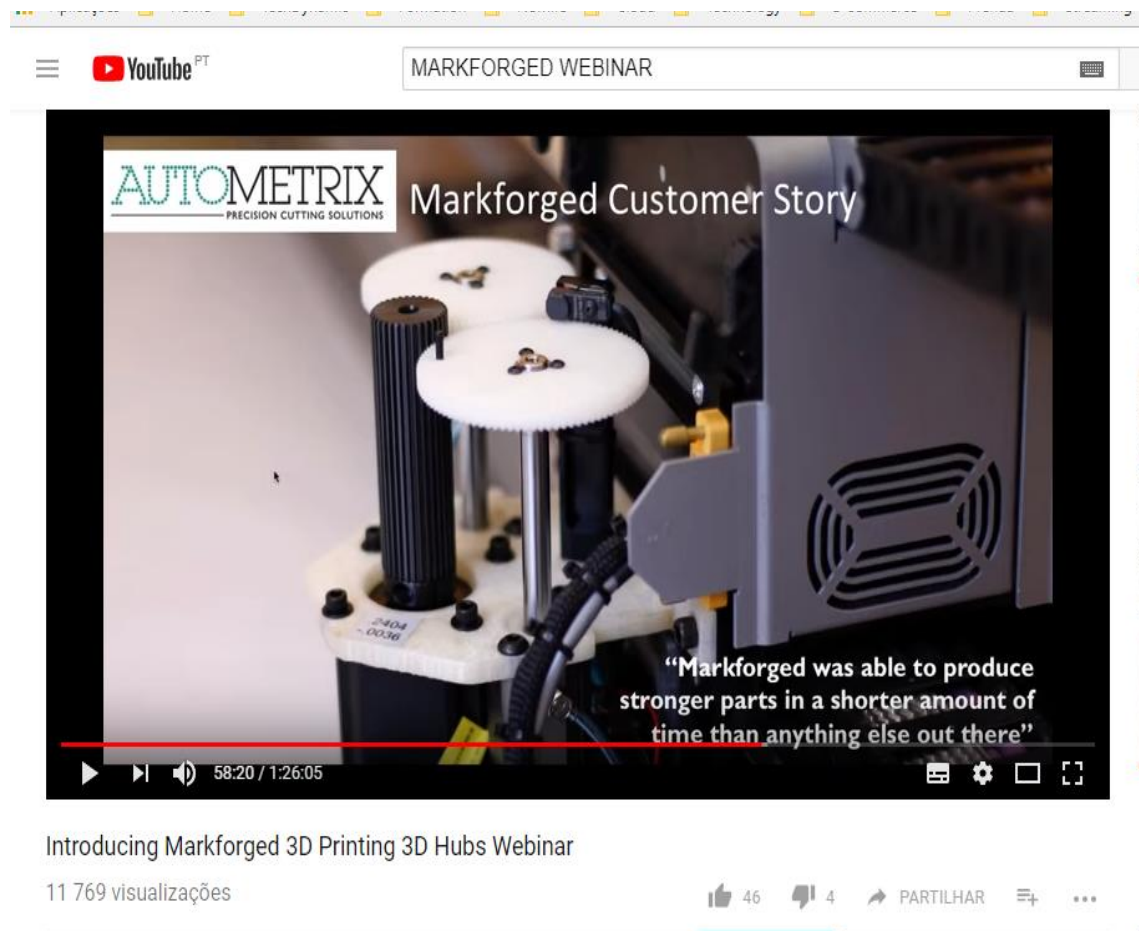
O LinkedIn sendo uma rede social profissional poderá servir de bilhete de identidade da empresa, na página da AddRobotiks constará o mercado/s em que a empresa está inserida, datas de produtos fabricados, especializações técnicas etc.

Também constarão empresas, áreas, comunidades e ainda grupos pessoas de interesse para a empresa.

Servirá também como ponto de ligação aos outros sítios da empresa, dando conta assim de artigos, notícias ou webinars, presentes noutras plataformas.

Conteúdo Youtube

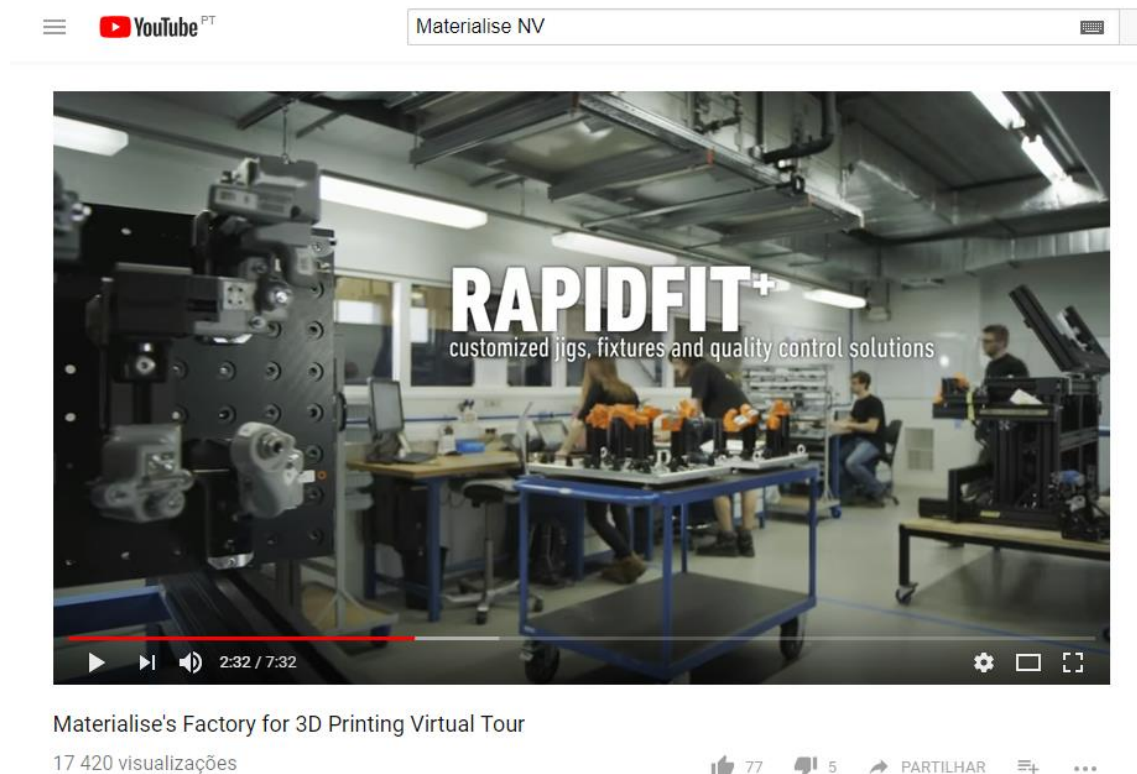
Videos com produtos fabricados, processos, clientes, parceiros, webinars, será o meio de comunicação por excelência da empresa apontando-se para pelo menos 2 videos por semana. A frase “ver para crer” vai ser completamente explorada.



https://www.youtube.com/watch?v=r1v-Y0_Q32g&t=3500s

Webinar explicativo das capacidades produtivas das máquinas da Markforged, fabricante de impressoras de última e o mais provável futuro parceiro da AddRobotiks.

A Markforged trabalha muito bem esta forma de comunicação e divulgação, quinzenalmente cria um webinar, onde se discute e demonstra capacidades e formas de produzir, como também as expectativas e as concretizações por parte de clientes. Exemplo a seguir



<https://www.youtube.com/watch?v=zQq4JFa5Oc8>

Neste seu vídeo a Materialise faz-nos um tour às suas instalações, o que permite ver a capacidade instalada em termos de hardware, software, i&d, áreas de mercado e produtos finais. Mais um exemplo a seguir.

Email marketing

Para ajudar nestas áreas poderemos proceder à utilização de plataformas como o Mailchimp e o E-goí, plataformas essas que nos permitem criar uma verdadeira plataforma de marketing digital, automatizando e otimizando processos e várias formas de comunicação desde o email marketing, sms marketing, Facebook ads, permitindo-nos também testar antes se uma forma de comunicação está a resultar e de que forma a podemos melhorar de maneira a atingir os objectivos

E tendo em conta a recente implementação de RPGD, que veio alterar de forma substancial como poderemos aceder e tratar o uso de dados pessoais e institucionais, esta é também uma forma de sabermos até onde podemos ir e de que forma o podemos fazer.

Eventos

Além de feiras específicas dos sectores e mercados que a empresa explora, poderemos apresentar-nos em eventos do género WebSummit (mais conhecido), Aveiro TechDays, EMAF, PortugalPrint e só para citar nacionais.

Mas também é intenção no futuro de desenvolvermos eventos próprios para divulgação da empresa, dos produtos e até mesmo dos nossos parceiros comerciais, sendo as temáticas diretamente ligadas ou não à empresa já que é uma excelente forma de publicidade e de muitas das vezes chegar a parceiros que de outra maneira não o conseguiríamos.

Exemplos:

Uma corrida de BTT, a Addrobotiks não está presente desportivamente no ciclismo mas pode fabricar peças e componentes para fabricantes de bicicletas ou acessórios.

Hardware Hackatons;

Já que se pretende criar uma comunidade à volta da empresa, criar sessões de reflexão e interação acerca de assuntos relacionados ou não com a empresa (exemplo: o ultimo livro de Michio Kaku, “A Física do Futuro” daria uma boa sessão já que aborda o futuro do planeta conjugado com a evolução da tecnologia, pela positiva como negativa.

Open Day divulgado através de teasers e passatempos nos meios digitais, muito à imagem do que por exemplo faz a Tesla, fabricante de veículos, painéis solares, etc, o que permite criar uma enorme expectativa à volta dos produtos.

Imprensa

Penso que a divulgação num meio de comunicação social nacional, no inicio da empresa poderá ser importante, talvez num programa ou revista especifica, tipo Exame Informática, Pc Guia, Forbes, Exame, até porque são “montras” fortes, credíveis e podem assim ajudar a alavancar o inicio de divulgação da marca, mas terá que se aferir o custo/benefício desta ferramenta numa fase inicial, até porque de resto os outros canais de comunicação (redes sociais principalmente) da empresa podem oferecer um mercado bem mais vasto e são bastante completos e complementares entre si.

Cronograma

O website e todos os canais de comunicação anteriormente falados terão que estar prontos aquando do lançamento oficial da empresa e embora as redes sociais e o youtube sejam locais para se ir adicionando conteúdos e por isso se indo consolidando com o passar do tempo, pelo menos um vídeo de apresentação da empresa deverá estar pronto a ser postado.

O website é muito importante que desde o início esteja totalmente operacional, até porque servirá de local de fornecimento de serviços (upload para impressão de ficheiros e software para criação orçamentos) e é o meio primordial para apresentação da empresa ao mundo.

Cronograma de comunicação

Mês anterior ao lançamento público da empresa:

-Criação das páginas das redes sociais (Facebook, Twitter e LinkedIn) conjugado com o lançamento do canal de Youtube.

-Criação de teasers nas redes e de um vídeo que apele à apresentação de um produto e forma de estar totalmente disruptiva.

Exs.

“Queres lançar o teu produto no mercado?

Já falaste com o teu designer? Ele já falou com a equipa de engenharia? E os protótipos estão prontos? Não te esqueças que a empresa de moldes vai precisar de tempo antes de avançar com a produção. E já agora.....uf que nunca mais acabam!!

Não desespere daqui não um mês não precisarás de mais do que dois clicks do rato no teu computador para materializares o teu sonho.”

Tipos de vídeo com sentido editorial semelhante ao que se poderá fazer.

<https://www.youtube.com/watch?v=IOTDj6fI-IE>

<https://www.youtube.com/watch?v=c3eHcvTRQwE&index=1&list=PLdLJV6tsi3ABSCK3NJ1BPMLp6BpOhI7DO>

Juntamente com o lançamento oficial da empresa teremos que ter o site com todas as características mencionadas anteriormente, porque será um dos pontos de é claro que logo que seja possível responder aos pedidos dos clientes a empresa estará a trabalhar em digamos modo beta.

A partir daí o ritmo de atualizações e posts será o também descrito na parte de caracterização das redes sociais e modos de comunicação tentando manter a empresa em modo online.