

ASPECTOS DE NAVEGAÇÃO COM MAPAS DE NAVEGAÇÃO E DIVULGAÇÕES EM REDES SOCIAIS (MÍDIA DIGITAL E MARKETING)

A ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO PRECISA PENSAR EM MAPAS DE NAVEGAÇÃO DE SEUS SISTEMAS, TANTO NA WEB QUANTO EM SISTEMAS DESKTOPS OU APLICATIVOS, TORNANDO OS SISTEMAS DE FÁCIL E INTUITIVA NAVEGAÇÃO, ALÉM DE PENSAR NOS ASPECTOS DE DIVULGAÇÃO EM MASSA.

AUTOR(A): PROF. ANTONIO ANDRADE DOS SANTOS

Navegação

Todas as ferramentas, Web ou Desktop, precisam de uma orientação de navegação. É importante que se tenha uma forma rápida para acessar determinada funcionalidade.

Às vezes os sistemas se tornam mais complexos, à medida que agregam muitas funcionalidades. Neste caso, precisa de um mapa para que a informação desejada seja encontrada da maneira mais simples e rápida possível.

Veja como um mapa pode simplificar a visualização das funcionalidades de um site:



Legenda: EXEMPLO DE SITEMAP

Na web, há um mecanismo chamado sitemap para facilitar o Google (2018) ou outro mecanismo de indexação de páginas para pesquisa na Web.

Mapa de navegação



Os Sitemaps são uma forma fácil para os webmasters de informar os mecanismos de pesquisa sobre seus sites disponíveis para indexação.

(SITEMAPS, 2018).

Criar um mapa de navegação é uma forma de organizar a arquitetura da informação através da estruturação para o sistema web de forma a se ter:

- Visão geral do conteúdo que do site.
- Organização do conteúdo.
- Possibilidades de navegação pelo site.

A ideia se resume no objetivo do sistema, como um "inventário" sobre quais são os conteúdos principais do site para depois agrupá-los por temas, formando então seções e subseções organizadas por sua importância de forma hierárquica.

A organização aqui referida pode ser criada em forma gráfica como um diagrama ou flowchart. Acesse o link: <https://goo.gl/GZzjxU> (<https://goo.gl/GZzjxU>)

Planejando um mapa de navegação:

Para criar um mapa de site sobre os conteúdos que devem ser disponibilizados no site e como eles serão organizados, você pode se fazer algumas perguntas, para ajuda-lo na forma com que fará a disposição dos links. Questione:

- Qual o principal objetivo principal do site ou sistema?
- O que e como encontrar o conteúdo a ser disponibilizado?
- Quais são exatamente os conteúdos a serem disponibilizados?
- Qual a melhor forma e ordem de organizar os conteúdos?
- Como as seções principais e subseções serão organizadas?
- Qual a profundidade do site? Ou seja, quantos níveis ou subníveis serão necessários para organizar todo conteúdo?

Uma atitude interessante na criação de algo é sempre analisar a concorrência, e este é o caso do planejamento de um mapa de navegação.

Neste caso, tente analisar sites semelhantes ao que deseja construir e analisar seus mapas de navegação.

ALGUNS EXEMPLOS DE MAPAS DE SITES FAMOSOS NA ÁREA DE INFORMÁTICA:

Mapa do site da Apple: Disponível em: <http://www.apple.com/br/sitemap/>
(<http://www.apple.com/br/sitemap/>)

Mapa do site da IBM: Disponível em <https://www.ibm.com/sitemap/br/pt/>
(<https://www.ibm.com/sitemap/br/pt/>)

Mapa do site da Dell: Disponível em: <http://www.dell.com.br/sitemap>
(<http://www.dell.com.br/sitemap>)

Para o desenvolvimento de nossos mapas de navegação podemos utilizar algumas ferramentas, inclusive algumas online que permitem até compartilhamento e edição a distância tais como:

EXEMPLOS DE FERRAMENTAS:

Cacoo (disponível em <https://cacoo.com/> (<https://cacoo.com/>))

Lucidchart (disponível em <https://www.lucidchart.com/> (<https://www.lucidchart.com/>))

Gliffy (disponível em <https://www.gliffy.com/> (<https://www.gliffy.com/>)).

Se você quiser se aprofundar um pouco mais sobre a construção de sitemap, ou as várias formas de fazê-lo, você pode buscar por exemplos práticos na web.

A Microsoft (2018) afirma que em sites que contenham várias páginas, pode ser complexa a construção de um mapa de navegação que permita aos usuários uma navegação simples e objetiva. Até porque alguns sites tem disponibilização de conteúdos dinâmicos.

Veja o artigo: “Passo a passo: Adicionando navegação de site a um site”: <https://goo.gl/4y3ZMb>
(<https://goo.gl/4y3ZMb>)

Segundo Farias (2017), o sitemap é literalmente um mapa para os sistemas indexadores de páginas, o que torna o site mais tangível para os navegadores. Farias (2017) ainda demonstra os vários tipos de sitemaps possíveis em um site.

VEJA MAIS:

Exemplos de mapas de navegação: <https://goo.gl/m7q6CK> (<https://goo.gl/m7q6CK>)

Governo do Brasil - Mapa do Site: <http://www.brasil.gov.br/mapadosite>
(<http://www.brasil.gov.br/mapadosite>)

Se vamos montar um mapa de navegação, precisamos definir o conteúdo. Você sabia que existem estudos consolidados que podem nos ajudar, através de técnicas elaboradas e testadas, facilitando nossa vida?

Pois então, vejamos um pouco sobre essas técnicas. Começando pelo marketing tradicional.

Marketing tradicional

O marketing tradicional pensa em toda comunicação de uma empresa, a ser trabalhada em canais tais como jornais, revistas, rádio, televisão, correio físico, panfletos, cartazes, entre outros nesta mesma linha, off-line. (PORTA.MARKETING, 2018).

A forma de se fazer o marketing, ou a estratégia adotada pode, no entanto, ter focos diferenciados. Veja no quadro abaixo a diferença de foco tradicional e de relacionamento.

Marketing transacional (conquista)	Marketing de relacionamento (retenção)
Ênfase em conquistar clientes	Ênfase em manter clientes atuais e conquistar novos clientes
Orientação para o curto prazo	Orientação para o longo prazo
Interesse em realizar uma venda	Interesse em vendas múltiplas e relacionamento duradouro
Compromisso limitado com os clientes	Alto nível de compromisso com os clientes
Pesquisa pontual de necessidades, utilizada para completar vendas	Pesquisa contínua de necessidades para melhorar relacionamento
Sucesso significa realizar uma venda	Sucesso significa lealdade, compras repetidas e baixa rotatividade de clientes
Qualidade é uma preocupação da área de produção	Qualidade é uma preocupação de todos os colaboradores
Compromisso limitado com o serviço	Alto grau de compromisso com os serviços para satisfazer clientes

Legenda: MARKETING TRANSACIONAL E MARKETING DE RELACIONAMENTO

Veja que no marketing de relacionamento, o foco é manter os clientes já conquistados, e não somente conseguir novos clientes. Tende fidelizar e manter compromisso com o cliente. Além de estar atento às necessidades do cliente para novos serviços, compromisso com a qualidade e satisfação do cliente.

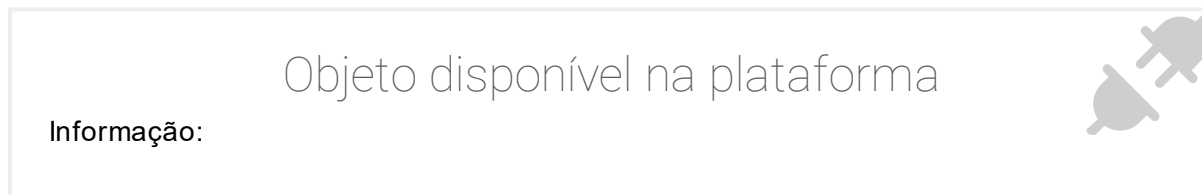
O marketing tem seus conceitos tradicionais e alguns modelos ainda funcionam perfeitamente dentro desses conceitos. Mas como estamos sempre sendo lembrado, o mundo tem mudado, a tecnologia avança e gera novas possibilidades, as pessoas mudam com a tecnologia. E o marketing não pode ficar alheio a isso.

Já ouviu falar em marketing de atração?

Talvez, não. Mas provavelmente pratica e gosta desse tipo de marketing.

Marketing de atração.

Vejamos na figura abaixo, uma comparação entre o marketing tradicional e o marketing de atração.



OUTBOUND MARKETING VS. INBOUND MARKETING

Segundo Rissi (2018), enquanto no marketing tradicional você precisa ir atrás das pessoas, interrompendo suas atividades para chamar a atenção, incomodando-as, o marketing de atração, faz com que as pessoas se interessem em ir atrás de você!

Vários outros pontos podem ser analisados entre esses dois tipos de marketing. Os dois convivem harmonicamente até hoje. Apenas observe o que pode ser melhor no momento de uma campanha de marketing para adotar as melhores ferramentas e estratégias para atingir seus objetivos.

O marketing de atração, no entanto, está ligado diretamente com as novas tecnologias e as mídias e redes sociais.

Mídias e redes sociais

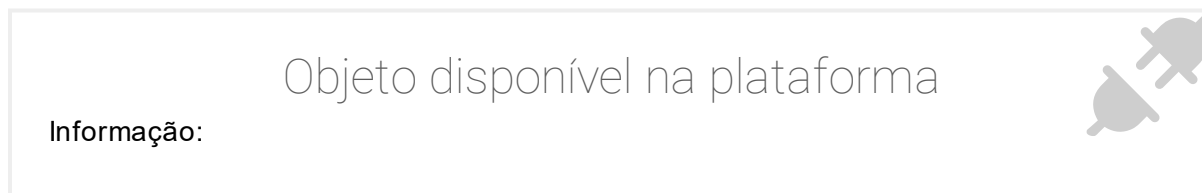
Olhando para imagem dá para imaginar algumas das principais redes sociais na atualidade. Ou seriam mídias sociais?



Legenda: MÍDIAS SOCIAIS

O Portal Educação (2018) define as redes sociais como sendo um grupo de pessoas que compartilham informações de interesse em comum. Já as mídias sociais são canais de divulgação de produtos e serviços que contam com a possibilidade de interação do público. As redes sociais têm sido utilizadas como mídias sociais. Mas também, algumas outras plataformas são utilizadas como canal de comunicação com os clientes (ou as novas mídias) tais como o *WordPress, Facebook, Twitter, Youtube, Blogger*, entre outros. (HERNANDEZ, 2018).

Muitos aspectos devem ser considerados para a criação de uma estratégia de marketing em redes sociais. Veja por exemplo, uma pesquisa sobre quais melhores dias e horários para se postar no facebook:



INFOGRÁFICO COM OS MELHORES HORÁRIOS PARA POSTAR NO FACEBOOK

Este assunto é um tanto quanto extenso, com certeza, e cativante também. Pois é de um bom planejamento de marketing que se aumenta a visibilidade de seu negócio, gerando novas oportunidades.

Vamos continuar esta discussão na próxima aula.

VEJA MAIS:

Como planejar uma campanha de sucesso nas redes sociais. Acesse o link: <https://goo.gl/radyDb> (<https://goo.gl/radyDb>)

Como fazer um planejamento de redes sociais em 8 simples passos. Acesse o link: <https://goo.gl/jEv2g5> (<https://goo.gl/jEv2g5>)

Proposta de atividade em sala

- Conhecimento
 - Abordar sobre navegação, mapa de navegação e planejamento de mapa de navegação.
 - Abordar marketing tradicional e de atração.
 - Abordar mídias e redes sociais.
- Habilidade
 - Buscar exemplos de mapa de navegação e mídias de divulgação.
- Atitude

- Criar mapa de navegação e uma estratégia para campanha em mídias sociais.

O que foi visto neste tópico

Nesta aula foi abordado sobre navegação, mapa de navegação, planejando um mapa de navegação e o conceito de sitemap.

Foi visto também sobre o marketing tradicional, marketing de atração e as mídias e redes sociais.

É importante dar continuidade desta aula na próxima para se elaborar um bom projeto de campanha de marketing.

Teste seu aprendizado

ATIVIDADE FINAL

Em relação a navegação e mapa de navegação, assinale qual das alternativas abaixo NÃO é verdadeira.

- A. Com a modernidade das aplicações, a tendência é desenvolver aplicações sem orientação de mapa de navegação, fazendo com que o usuário encontre tudo em qualquer lugar.
- B. Todas as ferramentas, Web ou Desktop, precisam de uma orientação de navegação. É importante que se tenha uma forma rápida para acessar determinada funcionalidade.
- C. Na web, há um mecanismo chamado sitemap para facilitar o Google ou outro mecanismo de indexação de páginas para pesquisa na Web.
- D. Criar um mapa de navegação é uma forma de organizar a arquitetura da informação.

Sobre um plano para elaboração de um mapa de navegação, assinale qual das alternativas abaixo NÃO é verdadeira.

- A. Para elaborar um plano de mapa de navegação, é importante identificar como os clientes acessam as redes sociais.
- B. Uma atitude interessante na criação de algo é sempre analisar a concorrência, e este é o caso do planejamento de um mapa de navegação.
- C. Exemplos de ferramentas que ajudam a criar um mapa de navegação: Cacao, Lucidchart e Gliffy.
- D. O sitemap é literalmente um mapa para os sistemas indexadores de páginas, o que torna o site mais tangível para os navegadores.

Em se falando de marketing, qual das alternativas abaixo NÃO é verdadeira?

- A. O ideal em uma campanha de marketing digital, o ideal é fazer publicações o tempo todo. Todos os dias, a qualquer hora.
- B. O marketing tradicional trabalhada em canais tais como jornais, revistas, rádio, televisão, correio físico, panfletos, cartazes, entre outros.
- C. No marketing de relacionamento, o foco é manter os clientes já conquistados, e não somente conseguir novos clientes.
- D. O marketing de atração, faz com que as pessoas se interessem em ir atrás de você!

REFERÊNCIA

FARIAS, Flaubi. Sitemap XML: tudo o que você precisa saber. Publicado em 11 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/sitemap-xml/>>. Acesso em 08 jan 2018.

GOOGLE. Saiba mais sobre sitemaps. Disponível em: <<https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=pt-BR>>. Acesso em 08 jan 2018.

HERNANDEZ, Rafael. Diferença entre Redes Sociais e Mídias Sociais. Disponível em: <<http://www.cria.art.br/diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais/>>. Acesso em 10 jan 2018.

MICROSOFT. Passo a passo: Adicionando navegação de site a um site. Disponível em: <[https://msdn.microsoft.com/pt-br/library/w6ws38fw\(v=vs.100\).aspx](https://msdn.microsoft.com/pt-br/library/w6ws38fw(v=vs.100).aspx)>. Acesso em: <[https://msdn.microsoft.com/pt-br/library/w6ws38fw\(v=vs.100\).aspx](https://msdn.microsoft.com/pt-br/library/w6ws38fw(v=vs.100).aspx)>.

PORTAL EDUCAÇÃO. Mídias sociais x Redes sociais: Qual a diferença? Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/informatica/midias-sociais-x-redes-sociais-qual-a-diferenca/48810>>. Acesso em 10 jan 2018.

PORTAL.MARKETING. Marketing Tradicional (*Traditional Marketing*). Disponível em: <<http://portalmarketing.digital/Marketing-Tradisional>>. Acesso em 10 jan 2018.

RISSI, Maicon. O Que É Marketing De Atração? (<<https://maiconrissi.com/o-que-e-marketing-de-atracao/>>) Disponível em: <<https://maiconrissi.com/o-que-e-marketing-de-atracao/>>. Acesso em 10 jan 2018.

SITEMAPS. O que são Sitemaps? Disponível em: <https://www.sitemaps.org/pt_BR/>. Acesso em 08 jan 2018.

