

elabora

CONTEÚDO CRIATIVO

Identificação

- **Nome da empresa:** Elabora-Conteúdo Criativo
- **Tempo no mercado:** 2 anos
- **Segmento:** Empresa Júnior
- **Localização:** 1º Andar do Prédio do Departamento de Mídias Digitais na Universidade Federal da Paraíba – Campus 1



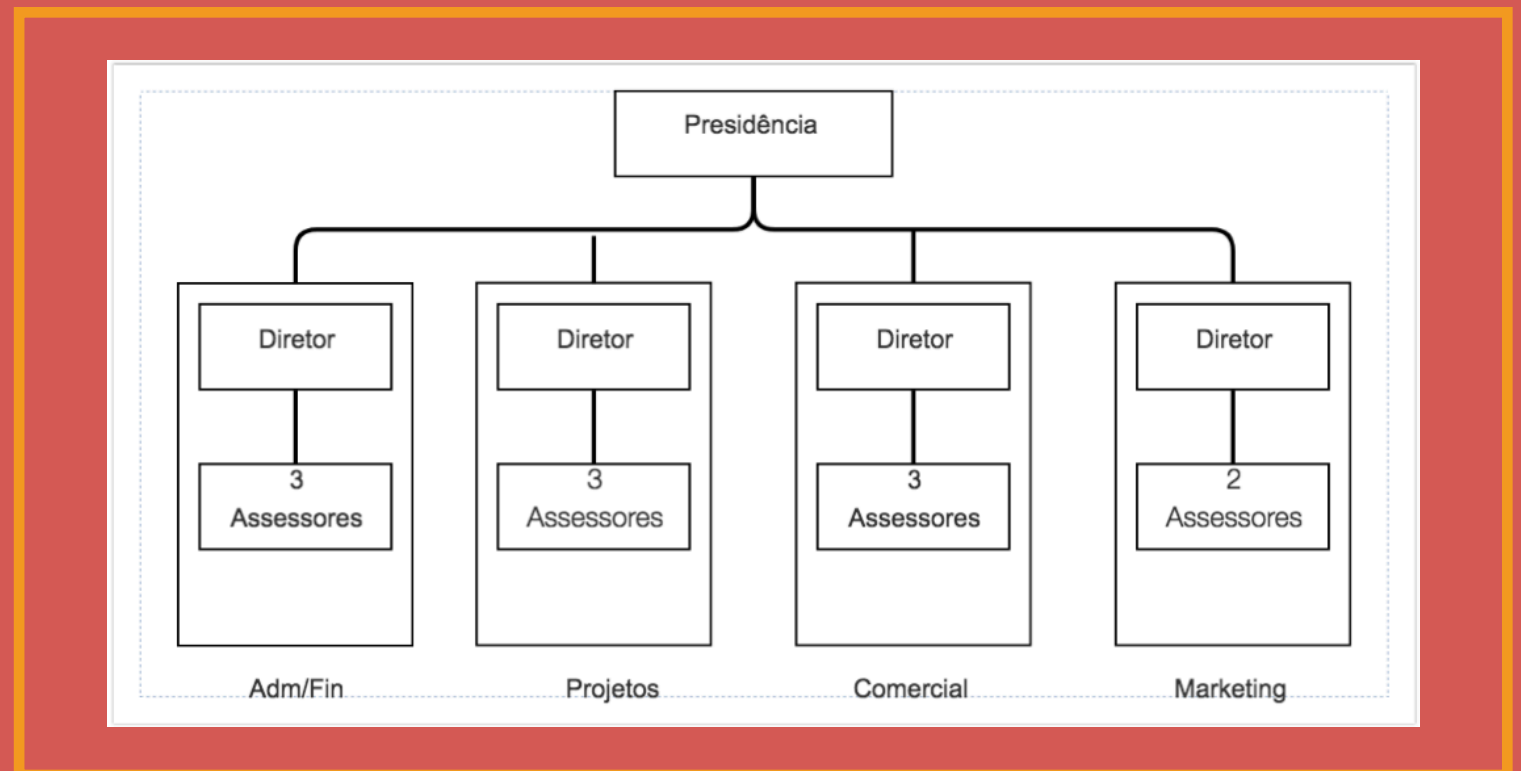
Análise Interna

•Histórico da Empresa

•Produtos Oferecidos

- Confeção e/ou manutenção de websites
- Gravação e/ou edição de vídeos
- Criação de artes para materiais gráficos
- Criação de identidade visual
- Gerenciamento de redes sociais

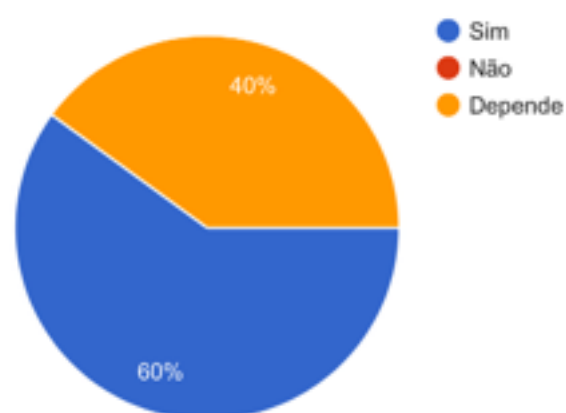
•Organograma



Questionário Interno

5- Você se sente motivado em fazer o seu melhor todos os dias?

5 respostas



6- Quais são os pontos fracos da Elabora na sua percepção?

5 respostas

Não ter dedicação integral dos membros (estágio fora), nem todos os membros fazem todo tipo de serviço

Deveríamos ter mais membros pra garantir os serviços em menos tempo.

Falta de recompensas

Não desenvolver apps para mobile (AINDA)

Demora na resolução de problemas não-urgentes.

9- O que você acha que poderia mudar na Elabora?

5 respostas

Ter um acompanhamento efetivo da produção de cada membro

Ser mais ágil

Sistema de rankeamento e recompensas ser implementado

Adicionar incentivos aos integrantes

Adoção de um método para resolução mais rápida de problemas e melhor método de avaliação de membros.

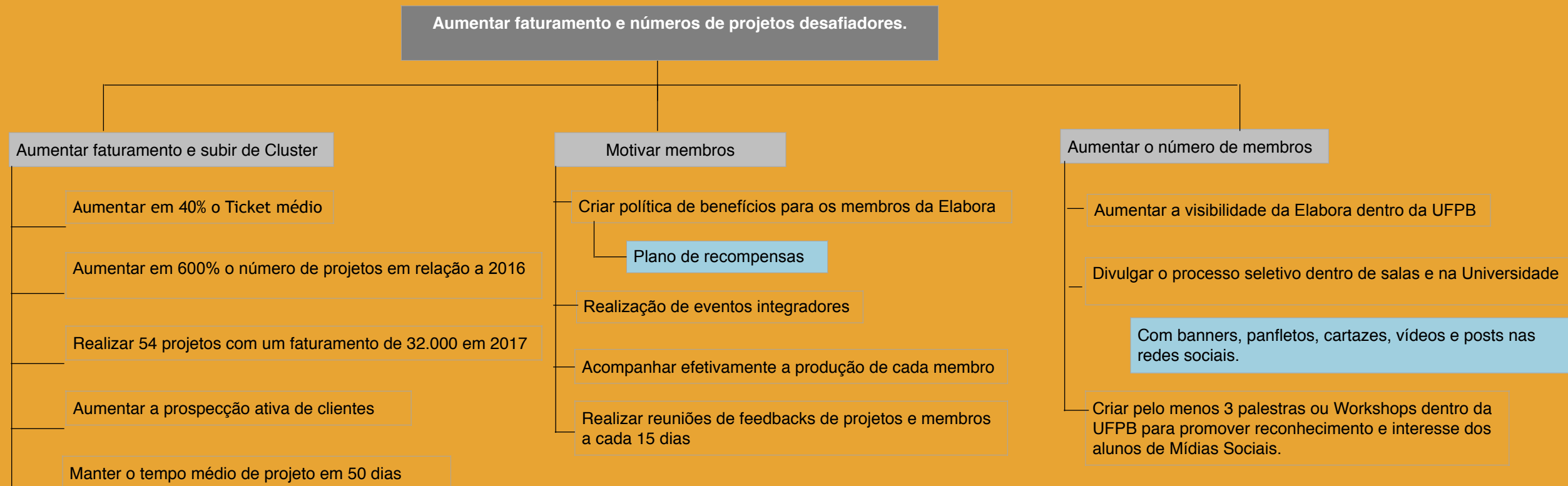
SWOT

SWOT	Positivos	Negativos
Interno	<p>Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atendimento personalizado - Equipe jovem e motivada - Baixo custo de prestação de serviços - Preço competitivo - localização privilegiada - Bom relacionamento com clientes - Forte presença online - Alta credibilidade pela PB Júnior - Alto número de projetos por mês - Prospeção de clientes realizada por todos os membro 	<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baixa dedicação integral dos membros - Poucos membros - Alta rotatividade de membros - Falta de recompensas - Ausência de políticas de benefícios - Não desenvolvem apps para mobile - Não desenvolvem sites com sistemas de pagamentos, login ou comentário - Horário de funcionamento - Não possuem área de Gestão de Pessoas
Externo	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consumidores buscando cada vez mais pessoas jovens e experientes para melhorar seu negócio - Com a crise empresas buscam empresas juniores pelo menor custo - Aumento de tráfego em redes sociais - Aumento de investimentos em serviços de marketing online pelo menor custo - Única Ej de mídias sociais no MEJ 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Freelancers - Baixo ticket médio - Não possuem site - Ej nova no mercado

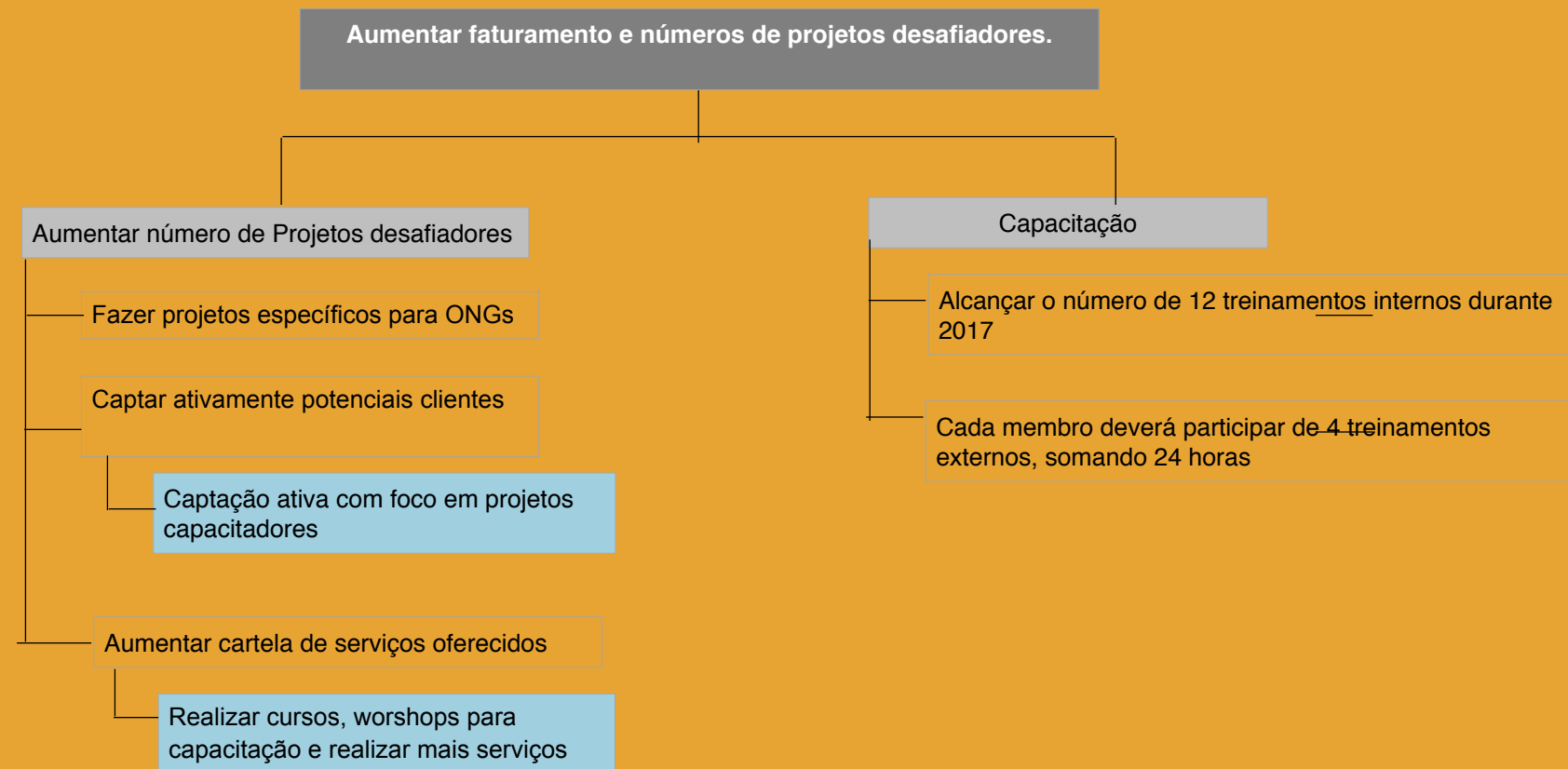
CSWOT

Forças e Fraquezas	Oportunidades e Ameaças	Estratégias
<p>Alta credibilidade pela PB Júnior</p> <p>Prospecção de clientes realizada por todos os membro</p>	<p>Aumento de tráfego em redes sociais</p> <p>Única Ej de comunicação na PB Júnior</p>	<p>Ir atrás de empresas da cidade e região que não possuem contas online ou inativas e obter novos clientes</p>
<p>Ausência de políticas de benefícios</p> <p>Falta de recompensas</p>	<p>Não possuem área de Gestão de Pessoas</p>	<p>Para motivar mais os membros e bonifica-los é sugerido a criação de uma diretoria de Gestão de Pessoas e uma política de benefícios para os integrantes da Elabora</p>
<p>Não desenvolvem apps para mobile</p> <p>Não desenvolvem sites com sistemas de pagamentos, login ou comentário</p>	<p>Aumento de investimentos em serviços de marketing online pelo menor custo</p>	<p>Realização de cursos para desenvolverem apps para mobile e sites com sistemas mais complexos para realizar projetos desafiadores e aumentar faturamento</p>

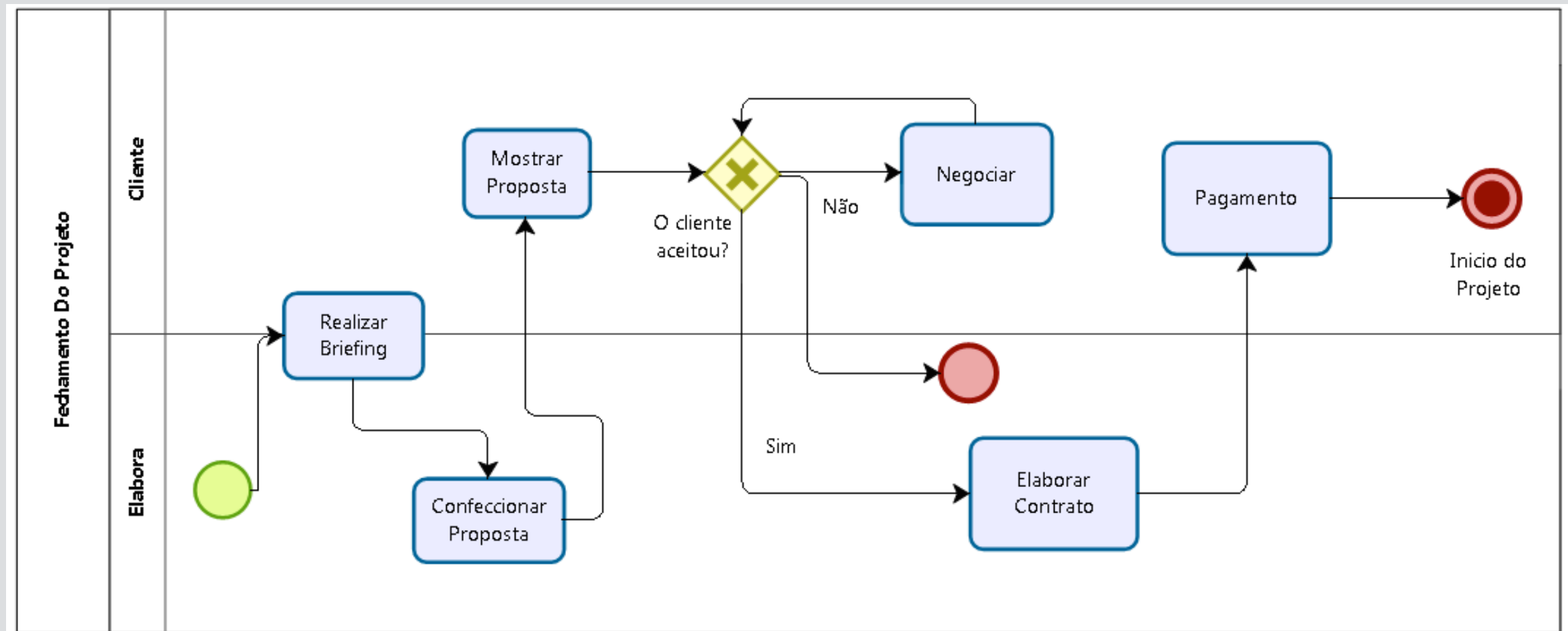
Ações Estratégicas



Ações Estratégicas



Mapeamento do Fechamento do Projeto



Indicadores

Número de curtidas e compartilhamentos das páginas do Instagram e Facebook são indicadores para acompanhar o engajamento das pessoas com a Elabora. Esses números mostrarão se as ações de promoções da Ej e seus serviços estão sendo efetivos tanto para os alunos da UFPB quanto para potenciais clientes.

A quantidade de alunos de Mídias Sociais inscritos no processo seletivo indicará se as ações realizadas para promoção estão atingido o público alvo e engajando os alunos.

Membros mais capacitados, cartela de serviços oferecidos mais extensa e projetos realizados com maior qualidade mostram se os cursos realizados pelos integrantes da Elabora estão dando o retorno esperado.

Elabora mais unida, com membros mais motivados, querendo cada vez mais realizar novos projetos, captar mais clientes e aumentar o faturamento mostra se a política de benefício, atividades integradoras e feedbacks construtivos estão sendo efetivos.

Maior números de projetos, aumento de faturamento e mais clientes por mês são indicadores para a empresa subir de cluster.