

Guia Prático

WEB MARKETING E MARKETING TRADICIONAL

Divulgando o seu Site na Internet
e no Mundo Real



Carlos Delmondes

1ª Edição

Sumário - Índice

Marketing – Definição e Conceito	03
Web Marketing	05
Marketing Tradicional	14
Design na Web	23
Cross Media	27
Designer e suas atividades no mundo corporativo	29
Agência de Publicidade ou Free Lancer	31
Dicionário e Nomenclaturas	33
Designer Associações, Entidades Técnicas	40
Sobre o Autor	41

• Marketing – Definição, Conceito e História –

De acordo com os Mestres em Administração e Marketing em palavras simples nada mais é do que planejamento estratégico com ações organizadas com foco (objetivo) no público alvo (cliente) que deverá se beneficiar com a aquisição do produto ou serviço oferecido a esse mesmo mercado pelas empresas. Assim desta forma é possível diminuir o caminho entre o produto e consumidor final, trazendo assim benefícios para ambos os lados.

Desde o começo dos tempos o homem oferece alguma coisa aos seus semelhantes seja produto ou serviço, antes se trocava mercadorias o chamado “Escambo”, ou como muitos preferem “Permuta” depois veio a moeda como fator de troca, assim começava o mundo capitalista.

Até o final do século XIX, praticava-se normalmente a compra de produtos em seus estabelecimentos e de serviços por profissionais na própria comunidade, mas com a chegada e o avanço da indústria e das novas invenções tecnológicas que se apresentava ao mundo com a chegada do novo século, o século dos homens e suas máquinas maravilhosas, houve um crescente avanço das cidades em todos os seus aspectos, tanto em etnia, economia assim como em comunicação, principalmente no mercado de impresso, o chamado mercado editorial, e junto com ele chegava as invenções eletrônicas do rádio e do telégrafo, começava então a era das comunicações em massa.

Aproveitando-se desta ferramenta poderosa, os administradores perceberam a necessidade de levar os seus produtos e serviços em um raio maior de distribuição dentro das cidades, automaticamente houve-se a necessidade de informar aos moradores da região a chegada do novo produto e serviço, começava-se comercialmente a publicidade, rapidamente escritórios se esparramaram pelo mundo todo se especializando em arte e comunicação publicitária, ao mesmo tempo na Europa surgiam as primeiras escolas de design e arte, mais tarde já nos Estados Unidos as grandes faculdades começavam a criar graduações em Administração e Marketing. Assim as empresas começaram a aperfeiçoar as estratégias de aproximação entre seus produtos e serviços e seus clientes, obtendo uma maior certeza que o consumidor estaria adquirindo o que realmente necessitaria e aumentaria os lucros das empresas.

Mas eis que nasce uma ferramenta maravilhosa de comunicação que viria encantar as pessoas no mundo todo, a televisão até então em preto e branco, mais do que rapidamente foi explorada pelo mundo da propaganda com seus fantásticos comerciais divulgando ao mundo os produtos de todas as maneiras possíveis.

Em meio as várias mídias que iam se formando e se fortalecendo - Tv - Rádio – Revistas – Cinema – Jornais – Eventos e etc - os publicitários e artistas gráficos ampliavam as formas de divulgação e criatividade, inclusive as possibilidades de cartas comerciais via correios, começava as ferramentas de mídia direta, as Malas Direta e Catálogos de produtos e com eles as vendas diretas e as primeiras comunidades de consumidores através da indicação e reuniões domiciliares, nasciam ali as primeiras redes de consumo e redes de revendedores por indicações as Networks ou ainda redes de trabalhos, ampliando assim cada vez mais as formas de aproximação e infiltração entre empresa e cliente.

Com o acesso mais rápido aos lares das linhas telefônicas as empresas perceberam a possibilidade de abrir um canal de comunicação entre elas e seus consumidores. começava a era dos chamados Call Centers – Centros de ligações telefônicas, possibilitando uma nova interação entre cliente e empresa, tanto para vender como obter informações. Paralelamente o computador que serviu para desempenho militares e de comunicação entre bases e Quartéis Gerais deixou de ser secreto quando acabou a guerra fria entre as nações no final dos anos 80 e início dos anos 90 e assim passou a ser utilizado apenas como instrumento de comunicação no mundo acadêmico e científico, mas logo o mesmo foi explorado pela comunicação de massa, mais uma vez com o surgimento dos provedores a internet aberta e os primeiros portais de conteúdo, e passaram a serem acessados pelas empresas no mundo todo, rapidamente a

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

publicidade via ai mais uma possibilidade de expandir a comunicação das empresas através de sites institucionais e comerciais, anúncios nestes portais, mais uma vez a ampliação se manifestou de maneira rápida e duplicadora, a Internet comercial havia se estabelecido no mundo moderno em pleno final de século XX e início do XXI, começava a comunicação digital em massa no mundo todo possibilitando o acesso e a interatividade entre empresas e clientes numa velocidade de retorno e de comunicação em tempo real como nunca visto antes. Por ser de acesso a todos a internet começou a ditar regras no mundo dos negócios, pois, finalmente surgiu uma ferramenta que estava a favor do consumidor final e esse logo percebeu essa vantagem para se impor tanto positivamente como negativamente em relação as empresas, manifesto que levou aos mestres da comunicação em massa agirem rápido com sua criatividade, trazendo para o mundo digital versões das ferramentas de marketing tradicional para assim começarem estabelecer as primeiras ferramentas de marketing na web, estas primeiras ferramentas de características ainda bem simples e praticamente nenhum recurso tecnológico, serviu para filtrar e elaborar novas ferramentas com muito mais interatividade e dinamismo que pudesse oferecer ao cliente final a real confiança em se relacionar com a empresa de sua escolha.

Dentro deste ambiente digital crescendo a uma velocidade fantástica, muitas empresas se jogaram na internet literalmente com o intuito de dizer “estamos na Web também”, mas Status não garante negócios em um mundo altamente competitivo como o da internet, pois estar simplesmente na internet sem um modelo de negócio consistente e sem considerar o consumidor final como parte deste mundo, é declínio e fracasso comercial mais rápido do que se possa imaginar. Assim no final do século XX e início do Século XXI em meados do ano 2000, foi a época que determinou o fim de muitas empresas no mundo virtual assim como o nascimento de outras, muitas destas permanecem na web em um ritmo de crescimento fantástico, outras não tão fantástico mas em um ritmo mais lento mas estão lá, sobreviveram ao “Boom” da internet do início deste século, mas não importa, o que importa é que estão ai e se estão é porque souberam unir forças com o seu principal parceiro de negócio “O CLIENTE” (escrevi em letras maiúsculas pois é ele que realmente importa e grave isso em sua mente e cole bem grande em um local em sua empresa para que todos lembrem que é o “CLIENTE” que realmente é o seu patrão, pois sem ele não existe negócio que sobreviva).

Dentro desta nova atitude das empresas perante o cliente até então ferramentas de marketing, tornaram-se realmente eficaz pois passaram a ter uma nova roupagem que a tecnologia vinha a oferecer e assim também se fortalecendo e impondo novas formas de marketing digital a onde o centro das atenções passou realmente ser o cliente, o mundo corporativo então passava realmente a colocar em prática o chamado Web Marketing (Marketing na Internet), esse que foi testado e continua a se aperfeiçoar a cada dia que se passa. Empresas gigantes (multinacionais), juntamente com especialistas de comunicação e tecnologia do mundo todo uniram forças para fazer deste novo ambiente um negócio ser realmente eficazes. O Web Marketing colocou e determinou regras, conceitos e padrões que até então apenas os mais ousados (casos isolados) estavam aplicando no mundo digital através do mundo todo, mas que agora realmente se tornava popular e de fácil acesso, não importava o tamanho da empresa que se encontrava ou estava migrando para a internet, era necessário mesmo que apenas uma ou duas ferramentas de web marketing fosse usada, entre elas a que se popularizou e tomou conta do mundo moderno das comunicações digitais, foi o “News Letter” (Nova Carta) um e-mail Eletrônico com fotos, textos e mensagens sobre a empresa “X” oferecendo seus produtos e serviços, que pode ser enviado a milhares de caixas de e-mail no mundo todo e ao mesmo tempo, esse “News Letter” tem a missão de mostrar informações dos produtos e serviços, pode levar o cliente até o site da empresa responsável pelo e-mail enviado.

Você conheceu a breve história do Marketing no mundo até os dias de hoje, a seguir estaremos detalhando um pouco mais a respeito de cada um deles de forma prática e objetiva que possa lhe orientar o “Caminho das Pedras” no mundo da comunicação, trata-se de um resumo geral que possibilitará a

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

elaborar a sua divulgação tanto na internet como no mundo real, um ponto de partida para você se aperfeiçoar cada vez mais e que poderá levá-lo ao sucesso.

• Web Marketing

Falar em marketing na internet é algo que se possibilita criar questões e idéias a todo momento, pois, a internet é como um camaleão, a cada dia ela toma uma nova forma, uma nova linguagem, uma nova tecnologia e principalmente o surgimento de novos mercados tanto do lado empresa como do lado comercial. Assim sendo mostra caminhos e ferramentas das mais variadas, que qualquer um possa utilizá-la, mas é claro que você deverá estudar cada uma delas com mais afinco para saber qual destas poderá beneficiar a sua empresa e seus clientes. A própria internet está repleta de informações sobre cada uma destas ferramentas que é utilizada no marketing digital, lógico que umas mais e outra é menos, umas em determinada época ou não e a casos que se usa à totalidade deles ou pelo menos as mais conhecidas que possam trazer um benefício real ao envolvido em um tempo mais rápido, ferramentas estas que são utilizadas mundialmente pelas multinacionais, e como diz o ditado “Em time que está ganhando não se mexe”, ora se as grandes empresas utilizam porque você não usa também, mas é claro que dentro de suas limitações adequando ao tamanho da sua empresa, mas com um olho no futuro da mesma. Esta é uma dica que lhe passo, fique de olho nas formas de divulgação que surgem na internet, adapta a idéia ao seu negócio e na medida do possível aperfeiçoe, pois assim você não só estará impondo novos conceitos como também a torná-los necessários as empresas, criando assim um processo duplicador de idéias e mecanismos onde todos saem ganhando.

Baseado em pesquisas que venho fazendo desde que conheci a internet em meados de 1996, quando começava a internet comercial no Brasil e na minha experiência de quase 20 anos em comunicação gráfica e publicitária notei e observei que muitas das ferramentas tradicionais de Design e Marketing ganharam as suas versões na web, mas com uma roupagem e cara voltadas ao mundo virtual. Foram livros, revistas e artigos lidos e relidos nestes anos todos, para aqui descrever que marketing digital nada mais é do que um relacionamento direto com o seu consumidor final de maneira que ele possa interagir com você e colher benefícios com isso, e para isso você deverá utilizar as próprias ferramentas da internet, mas com os conceitos de comunicação há muito tempo criado e continua valendo até o presente momento. Provavelmente enquanto escrevo estas linhas algum gênio da comunicação e da tecnologia está lançando a suas idéias na rede a fim de melhor se aproximar de seus clientes, e é isso que você deverá fazer dia após dia, mês após mês em uma ordem crescente e constante de ações de divulgação para com o seu público alvo (mercado consumidor), sim você deverá ter claro em sua planilha de ações onde se encontra esse cliente, o perfil, a idade, as cidades, poder de consumo, cultura, acesso a internet e regiões no país em que ele se encontra quanto mais você souber sobre o seu cliente, melhor será as chances de você chegar até ele e de ele lhe dar atenção, e com isso feito de maneira organizada você perceberá as estatísticas do seu site crescendo e a sua caixa de mensagem enchendo com e-mails de clientes com dúvidas, pedidos de informações de seus produtos e serviços e automaticamente as vendas acontecendo. É claro que você não irá ficar pendurado na internet 24 horas do dia para fazer isso, pois você terá que tocar os seus negócios no mundo físico também, então em plena era da informação, você já percebeu a necessidade de se organizar e antever os fatos e reações do mercado para que assim seja constante e atual as suas ações. Se você for um empresário que tem equipes em sua empresa de TI (Tecnologia da Informação) e de Marketing, Gerência e Vendas, inclusive você, comece a elaborar rodadas de reuniões semanais ou quinzenais para discutir e fomentar idéias para ter um relacionamento mais afinado com o mundo digital, crie uma interação entre esses departamentos e mãos a obra, agora se você for do tipo de empresa “VOCÊ S.A.” você é seu próprio patrão, gerente, produção, vendedor, financeiro e marqueteiro, então passem a pensar em partes separadas essas funções, e determine horário

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

para cada uma delas em sua agenda de trabalho diário e semanal, pois assim você poderá executar todas as tarefas de maneira eficaz, não tumultue, pois assim o seu rendimento cairá e muito, e isso reflete nas ações e conseqüentemente nos negócios, tenha em mente uma coisa você é uma pessoa só para realizar várias funções, as vezes você verá alguém ou empresa obtendo resultados mais rápidos do que você, isso as vezes provoca um sentimento de frustração e de desânimo, mas nestas horas lembre-se das metas e objetivos que você tem consigo, com seu negócio, com sua família e com seus sonhos (metas, objetivos como assim preferir). E se alguém está indo mais rápido do que você, talvez o produto dele seja de maior aceitação, ou ele tem alguém ou equipe lhe dando apoio, não importa, o que interessa é que você faça o trabalho que tem que ser feito, no mundo dos negócios não importa quem chega primeiro, o que importa é que você chegue lá, perceba que antes de você muitos já chegaram e depois de você muitos virão e chegarão lá da mesma forma.

As ferramentas abaixo é uma lista que deverá servir como ponto de partida até porque a cada dia novas ferramentas irão surgir e você deverá adequar esta realidade constante as suas necessidades e planejamento.

Construção de Marca – Marketing Direto – Vendas on-Line – Suporte ao Cliente – Pesquisa de Mercado – Serviços – publicação de Conteúdo.

1º Ter um Nome Curto e Fácil de Lembrar

Crie um domínio para o seu Site que transmita força e impacto e fácil de lembrar

Ex.: AOL, BOL, TERRA, G1, Google, Globo, e assim como muitos outros.

Pode ser abreviaturas do nome da empresa junção de partes do nome da empresa, um nome que reflita o conceito, perfil e política da sua empresa ou produto. Nome do Principal Produto “Carro Chefe da Empresa”. Tenha em mente um nome que seja de fácil falar e de soletrar, imagine a seguinte situação: um amigo que muito tempo vocês não se vêem e ele liga para você, e você quer contar que tem um site e ao falar o domínio (nome do site) você tem que soletrar várias vezes, esse é um nome ruim e é provável que ele anote errado e não chegará até o seu site, pelo contrário ele talvez até caia em um site concorrente e faça negócios lá.

Evite números e letras armadilha tais como “ Y, W, RR, SS, Ç, M, N, F”.

Ex.: Ao pronunciar via telefone a letra “M” se o ouvinte não entender que é um “M” talvez ele entenda “N”, isso porque temos vários fatores externos que podem atrapalhar tais como sons ambiente (pessoas conversando, música, automóveis, animais e etc.). Mas se o seu caso utiliza uma destas situações então deverá proceder da seguinte forma:

Diga letra por letra seguida de um nome de identificação, exemplo:

www.nomegrande.com.br

Então quando falar ao telefone diga assim:

“N” de Navio, “O” de Ovo, “M” de Maria, “E” de Elefante, “G” de Gato, “R” de Rato, “A” de Avião, “D” de Dado, “E” de Elefante, seguido de “ponto com”. Pronto assim você terá certeza que o ouvinte estará tomando nota certa. Veja os exemplos de domínio curto e direto, www.google.com, www.g1.com.br perceba que o “G” associado ao nº “1” deu força a combinação e fica fácil de falar e de memorizar, se tiver de soletrar é mais fácil ainda.

2º Cadastro em Motores de Busca

Escreva palavras chaves e cadastre o seu domínio e as palavras chaves em sites de busca como Google, Yahoo, AOL, UOL, Cadê, Buscapé e tantos outros, se o seu produto for do tipo exportação também além dos portais mundialmente conhecido cadastre também nos portais locais do país em que se encontra o seu mercado consumidor, lembre-se de cadastrar no idioma popular e fluente do país em questão. Ao fazer o

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

cadastro não espere que o seu site irá aparecer na primeira página de resultados, nos primeiros dias após o cadastro, isso pode levar semanas e até meses para ele começar aparecer nos resultados e geralmente nas páginas que não são as primeiras, isso porque igual a você outros milhares estão fazendo a mesma coisa, então porque cadastrar? Isso é óbvio pois os motores de buscas consideram o nº de sites que aparecem textos se referindo ao seu site, assim quanto mais melhor, e para você aparecer nas primeiras páginas é necessário palavras chaves muito bem selecionadas inscritas no cadastro isso só pode ser obtido após muitas pesquisas em sites concorrentes e similares, mas há uma alternativa muito eficaz, esses mesmos portais também oferecem planos pagos de cadastro, os chamados links patrocinados, aonde o seu endereço aparecerá nas primeiras páginas de resultados de pesquisas, para saber mais acesse cada portal e entre em contato com o departamento de publicidade do mesmo.

3º Redes Sociais, Lista de Discussão, News Groups (novos grupos) e Rodas de Negócios.

- Acesse Site com comunidades específicas e comece a fazer parte das mesmas, assim que você se sentir estabelecido na comunidade obtenha permissão para divulgar o seu produto ou serviço de maneira discreta ou fale diretamente com o “Moderador” da lista para fazer essa promoção, mas faça de maneira ética e com respeito a comunidade e deixe bem claro que é para o bem da comunidade em si ex.: se o seu Site oferece Produtos de beleza então faça parte de uma comunidade feminina, não esqueça de ter o acompanhamento de uma pessoa de sexo, idade e cultura relevante a comunidade, pois assim você estará diminuindo as chances de sua empresa ou até você mesmo passar por uma “Gafe” no mundo virtual e com isso prejudicando os seus negócios, lembre-se, o poder de duplicação da internet é fantástico então use isso a seu favor com ética, prudência e eficiência.

Participe e faça parte das redes sociais, de grupos de negócios e comunidades de empresários e empresas no mundo físico e virtual, nestas comunidades há comentários, divulgações e reuniões periódicas onde empresas expõem seus produtos e serviços e com isso fazem novos negócios e abrem novos mercados. Consulte e visite Feiras de Negócios e uma fonte de consulta nesta área é o Sebrae e na Federação das Indústrias de cada estado em todas as grandes cidades existe uma, além destes existem outros, basta se informar e fique atento a seminários e workshops você ficará surpreso que muitos estão procurando o seu produto ou serviço.

4º Links em Sites de Afinidades

- Coloque o Link do seu site em outros sites que complementam o seu Produto.

Ex1.: Seu Site vende produtos para animais, vá em sites voltados a veterinários e portais que tenham matérias sobre o assunto.

Ex2.: Seu Site vende produtos para automóveis, vá em sites voltados a esportes automobilísticos e portais que tenham matérias sobre o assunto.

5º Banner Publicitário

- Através de troca de Banners em Sites de Afinidade ou mesmo Banners Pago. Você entra em contato com o Site que deseja anunciar e ofereça para incluir o seu Banner no Site dele e em troca você coloca um Banner dele no seu Site, caso ele não tenha esta possibilidade você pode contratar espaços publicitários no site dele para colocar o seu.

Obs.: Caso queira pode contratar opções pagas no Site em questão.

6º News Letters (Mala Direta Eletrônica)

- Crie e envie E-mail Eletrônico com aspecto visual com Design Personalizado para o seu público alvo caso já tenha um cadastro (Obtido através do Permission Marketing – Marketing de Permissão – o usuário

entra em seu site e se cadastra e assim permite o envio de informações para o E-mail dele). Caso queira poderá comprar Banco de E-mails (Mail List) disponível no mercado, oferecidas por empresas competentes e que já obtiveram esses cadastros anteriormente com autorização desses clientes em potencial. Além disso você poderá fazer o seu próprio banco de dados de clientes em potencial através de pesquisas na internet, esse é um processo lento, pois você terá que “garimpar” esses clientes na rede e poderá levar dias, semanas e até meses, mas que uma vez feito será seu e apenas seu, caso queira poderá contratar um profissional para fazer esse tipo de serviço, geralmente são contratos por período e ele deverá fornecer relatórios dos e-mail encontrados.

Ainda sobre o News Letter se informe sobre as leis e direitos de envio de e-mail em massa para que assim você não pratique os famosos “Spam” e-mail indesejados, ou seja e-mails enviados sem serem solicitados, mas como divulgar então sem praticar Spam, assuntos discutidos a respeito de marketing na web diz que todo e-mail que é enviado deverá ter um link de como o destinatário deverá solicitar o cancelamento. Digamos que foi solicitado o cancelamento e mesmo assim você continua a enviar o seu informativo eletrônico ai sim você estará praticando Spam e estará sujeito as penalidades em lei, portanto cautela, informação e ética, nunca fizeram mal a ninguém.

7º Marketing de Permissão – Permission Marketing.

Ofereça alguma informação gratuita, ou alguma coisa para que o navegante (Internauta) possa receber esse benefício,, ele deverá preencher um cadastro a qual ele autoriza receber promoções em sua caixa de E-mail (Nota: esta opção deve ser opcional para ele assinalar), é Óbvio que ele irá autorizar, pois quem não quer receber alguma coisa gratuita neste mundo?...!!!. Esse cadastro vai para seu e-mail e para o seu banco de cadastro de possíveis clientes a comprar no futuro.

8º Slides e vinhetas Comerciais.

Propaganda Multimídia patrocinada pela sua empresa, cuja publicidade é inserida no rodapé ou final da Mensagem Comercial apresentadas em feiras, quiosque e eventos multimídia, telões seja em seminários, congressos ou em repartições públicas.

9º Screen Savers (Protetores de Tela).

Crie Protetores de Tela com Design arrojado de maneira que o internauta sinta orgulho de tê-lo instalado em sua máquina, sua publicidade deve ser discreta, geralmente em, um dos cantos da tela ou ao final de cada seqüência de imagens para iniciar a animação novamente.

Faça a distribuição gratuita da mesma em seu site e em sites de parceiros, essa distribuição deverá ser para quem você quiser principalmente para Prospects (Clientes em Potencial). Deixe disponível no Site, e envie por e-mail um link para amigos poderem fazer download a partir do seu site e pode ter certeza se for legal o protetor de tela com certeza os usuários recomendarão a outros, e ai começa a maravilha da duplicação. E já que falamos nisso lembre-se o Marketing Boca a Boca é a ferramenta mais poderosa de aproximação entre cliente e empresa e na internet isso tem um poder de fogo fantástico.

10º Jogos On-Line.

Caso o seu produto tenha a possibilidade de entretenimento, divulgue através dos Banner em Sites de jogos on-line ou em site de Downloads de jogos, ou mesmo crie um jogo com o seu produto para os internautas brincarem com os mesmos, também vale promoções do tipo atinja tantos pontos e Ganhe o benefício “X”.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

Ex.: Um site de uma corretora pode disponibilizar um jogo simulando investimentos do seu Capital antes de você tomar a decisão de aplicar realmente o seu dinheiro – Vantagem conhecimento do mercado financeiro e rendimentos econômicos.

Para desenvolver um sistema deste tipo contrate o serviço de Programador de Jogos conforme o Projeto ou de web designer que tenha conhecimentos em Flash e jogos interativos.

11º Marketing Participativo.

Crie sistemas em que o Internauta que tem como “Público Alvo” possa publicar em seu site criações dele, invenções e opiniões, publique o nome dele, é lógico que para isso você deverá oferecer algo para ele que ele se sinta estimulado a se cadastrar e participar, pois ele irá receber algo em troca, ou irá concorrer com algum brinde, e ainda além de tudo ele terá a “ Boa Idéia dele publicada e assinada com nome e e-mail no seu site. (Este tipo de comportamento incentiva o Marketing Boca a Boca - Networking).

12º Grupo de Focos Gratuitos.

Tenha uma página em seu site em que o seu Público Alvo possa criticar , elogiar o seu produto sugerindo melhorias, faça isso de maneira como se fosse uma lista de discussão tipo um (SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor).

13º Tenha um Suporte ao Cliente em tempo Real.

A onde o Internauta fala em Tempo Real com o Técnico do outro lado da WEB. Tipo um serviço de Chat (Bate Papo on-line em Tempo Real), porém focado na necessidade dele.

Fale com um Programador e um Designer de como implementar isso em seu site.

14º Promoção de Tempo Limitado.

Inclua no seu site promoções especiais de curto prazo de tempo, tipos duas semanas, (isso faz com que seu site seja mais visitado em determinado período) é claro que para divulgar essa promoção utilize as técnicas de Marketing aqui descritas e outras que vão surgindo diariamente, fique de olho na internet.

15º Utilize de estratégia para se aproximar de Mercados Indiretos ao seu Produto.

Pois os participantes destes mercados eles podem ter pessoas em seus círculos de amigos e familiares, parentes e amigos que podem consumir o seu produto.

Exemplos de mercados indiretos:

- Mulheres (Empresas de roupas infantis devem aproximar-se delas, pois tem filhos, sobrinhos, netos, etc.).
- Mulheres (Empresas de seguros devem se aproximar delas pois elas tem maridos, pais, tios e outros que podem ser executivos, donos de negócios e que se preocupam com a segurança da família.
- Fisioterapeutas e Psicólogos (Empresas que trabalham com produtos ligados a qualidade de vida, pode atingir um público direto e crescente, pois com certeza, eles podem passar a clientes e amigos melhores maneiras de viver melhor as fases da vida e isso pode trazer receitas ao seu site.

16º Criação e Desenvolvimento do Público.

Você pode inserir por curtos períodos de dias semanas, promoções e divulgações especiais dentro de determinada seção do seu site, materiais e informações de alto grau de aceitação pelo público alvo, isso fará com que seu tráfego de internautas aumente, mas atenção faça uma avaliação junto ao seu provedor de hospedagem um controle desse acesso, para que você possa ter assim um gráfico de crescimento antes,

durante e depois do período, para que assim vocês possam criar novas Ancoras de Criação de desenvolvimento do público.

17º Salas de Bate Papo (Chats) em Sites diversos.

Analise antes a sala e avalie como você irá divulgar o seu produto de maneira a não ser expulso da sala ou ser chamada sua atenção.

OBS: Avalie o Chat se os usuários daquela sala se encaixam no perfil do seu público-alvo.

18º Promoções do Tipo Click Aqui dão muito resultado e tráfego na audiência do seu site.

Faça parcerias com fornecedores e empresas correlatas, e ofereça prêmios reais de produtos ou em dinheiro, mas é claro que para participar, o internauta deve se cadastrar, e ainda por isso tudo a promoção deve fazer parte de uma estratégia cuidadosamente elaborada juntamente com sua equipe de Marketing e seus parceiros que irão participar na promoção.

19º Eventos On-Line

Participação ao vivo no seu Site, onde os internautas podem falar através de um Chat exclusivo com alguma personalidade que estará disponível para responder as perguntas em seu Site em um determinado período de tempo.

Ex01: Um médico famoso (é claro que seria um site de saúde) estaria respondendo as perguntas sobre determinado assunto que as pessoas ficariam constrangidos em perguntar pessoalmente.

Ex01a.: Menstruação, AIDS, Doenças da Cabeça etc. É claro que os participantes não precisam se identificar se quiserem com seus nomes verdadeiros. O Site teria uma ótima audiência, você poderia vender a promoção para o fabricante de remédios sobre o assunto e é claro teria um link para o site do fabricante para maiores informações sobre o remédio.

20º Eventos ao vivo através de vídeo:

Quando o WTC foi atingido em 11 de setembro de 2002 nos EUA eu estava a frente do meu PC, a pouco mais de 30 minutos do fato ter ocorrido eu recebi a notícia do que estava acontecendo o maior atentado da história do EUA e da história mundial, um amigo da outra sala entrou espantado na minha sala e disse acabei de ver na internet em um portal de notícias, a manchete do século “O WTC foi atingido por um avião, até então o segundo avião não tinha atingido a outra torre, ainda, abri o meu navegador e lá estava as fotos do WTC em Chamas, e ainda tinha opção para Downloads das fotos e de vídeos das cenas de terror em tempo real. Olhando pelo outro lado imagine a sua empresa realizando um evento, ou participando de Feira de Negócios, e você coloca uma câmara transmitindo ao vivo para seu site os acontecimentos do seu **Stand** com as novidades que você guardou com segredo para o evento. E as webcams hoje está a preços populares e fácil de adquirir nas lojas especializadas. Muitos de seus possíveis clientes não poderão ir a feira, por diversos motivos, mas poderão ver no seu site os lançamentos. Imagine como eles ficarão satisfeitos e isso marcará presença na memória deles, adivinha que site eles recomendarão quando alguém comentar com ele onde encontrar o produto ou serviço “X”.

21º Boletim de notícias no seu site.

Crie um boletim de notícias no seu site, tenha assuntos que possam interessar o seu público alvo, é claro que esse boletim pode ser veiculado de acordo com as suas expectativas de novos navegantes. Pode ser diariamente, uma vez por semana, uma vez a cada 15 dias ou uma vez no mês. No seu Site eles se cadastram para receber a próxima edição no e-mail deles. E você deixa publicado no seu site as edições anteriores para que eles possam verificar o tipo de mensagem que irão receber. Se seu Boletim foi muito

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

útil em poucas semanas muitos novos cadastrados chegarão, aumentando assim a sua audiência e conseqüentemente novos negócios.

22° Mouse Pad e Brindes Personalizado:

Distribua Mouse Pads e Brindes como canetas, chaveiros e similares com seu endereço na Internet para o seu público alvo da sua cidade.

23° Lançamento dos Novos Produtos e Serviços:

Utilize-se de Sites correlatos ao seu público alvo enviando para eles a notícia do seu novo produto, e peça para eles divulgarem em suas listas o seu produto. Mas para isso deixe bem claro que eles terão que acessar o seu Site se cadastrarem e com isso estarão concorrendo a Brindes Especiais. Notifique a Imprensa On-Line e a Tradicional (Jornais, Rádio, TV's) através de um "Release" (Resumo do Assunto) de maneira que seu produto se torne matéria em sua mídia, senão você terá que pagar muitos reais, como uma propaganda.

24° Jornalista que escrevem colunas em veículos de comunicação em massa.

Descubra alguns jornalistas, em que veículos de comunicação eles estão e que suas colunas que escrevem tem a ver o que seu Site ou produto que você oferece, e que os leitores daquela coluna se encaixam no seu público alvo. Mande um "Press Release" (Prévia do Resumo do Assunto de um futuro "Release") para este jornalista ele terá o prazer de falar do seu site na coluna, pois tem tudo a ver com o que ele escreve.

25° O Press Release Modelo:

Deve ser curto o seu Release para enviar para a Imprensa, ele deve conter os seguintes itens:

Título, Data, Conteúdo e Agradecimento ((Imitar o conteúdo como se fosse uma notícia). Isso desperta a curiosidade do jornalista que vai ler o Release, em seguida coloque as citações de pessoas envolvidas no assunto.

Texto Padronizado, descrição breve da empresa e o seu posicionamento.

Preço e Disponibilidade: dos produtos e serviços em questão.

Informações de Contato: fones, endereços, e-mails e etc.

Número de Página: na versão imprensa, número cada um das cópias, porém para a versão eletrônica retire a numeração.

Note: Caso perceba que seu Release ficou superior a duas páginas (Ideal) use um resumo no topo do Release e envie somente o resumo com o endereço do Site, para que eles possam encontrar o Release completo que quiser no Link específico.

26° Mandando a Mensagem Eletrônica.

Nunca mande a mesma mensagem para vários jornalistas de uma única vez, pois isso soa como certo descaso, transmitindo a imagem de desrespeito com cada um, o correto é enviar individualmente, mas caso você insista em fazer isso nunca coloque uma lista de destinatários no campo "CC", em vez disso, coloque todos os endereços no campo "CCo". (Cópia Carbono Oculta) ao selecionar os remetentes e enderece a mensagem para você mesma no campo destino "Para".

27º Banner Publicitários na Web.

Contratar serviços de exposição de seu produto na WEB através de Banners é mais uma maneira de divulgar o seu Site, porém se comparado com as técnicas anteriormente descritas, o investimento é proporcionalmente mais alto, isso porque Banners na WEB é cobrado por CPM (CLIKS POR MIL) você paga pelo mineiro de cliques que espera obter. Mas mesmo sendo relativamente mais alto o custo, ele ainda é eficaz, é claro que você deve avaliar o veículo, (Site) que irá receber o seu Banner, se ele se encontra na faixa de seu público alvo, e imaginamos que você esteja usando as táticas de criação de público citadas anteriormente e que esteja divulgando também um Banner na Web, tendo feito isso irá obviamente resultar um crescente tráfego de visitantes no seu site.

28º Marketing Tradicional.

Imaginamos que você irá programar o Marketing on-line de seu Web Site. Isso é muito bom, mas não podemos esquecer que existe o mundo físico, que as pessoas vão a lugares, vêem, houve e interagem com seus semelhantes. O que quero dizer é que a mesma pessoa que viu ou recebeu a sua divulgação on-line também vive no mundo físico, portanto desenvolva para a sua marca, produtos e serviços, uma estratégia de Marketing Tradicional a médio e longo prazo, significa que você está criando raízes do seu negócio e feito de maneira organizada e racional. Coloque o seu endereço eletrônico em todas as peças impressas da sua empresa, do seu Cartão de Visita, passando pelas Embalagens e até Anúncios em Rádios e Televisão, utilize-se de Campanhas Publicitárias para fazer isso de maneira estratégica e racional e de maneira crescente e sustentável.

Neste caso é necessário contratar o serviço Terceirizado de uma Agência de Publicidade e Propaganda ou de um Free-Lancer em Design e Comunicação Gráfica e Publicitária, análise o investimento de cada um e faça o trabalho, pois só assim seu site sairá do anonimato.

29º Cross Mídia

Este é um termo muito novo, mas amplamente difundido na Europa e nos Estados Unidos, o termo quer dizer cruzamento de mídias, muito eficaz em tempos de comunicação digital e global, mais a frente estaremos falando com mais detalhes sobre a mesma.

30º Second Life – Mundo Virtual

Para os desinformados, trata-se de um mundo virtual em 3D (três dimensões) na internet que surgiu em meados do ano de 2003, nos Estados Unidos, inicialmente era apenas para ser um lugar a onde as pessoas poderiam criar seus personagens 3D “Bonecos” (Avatares) para se relacionarem em um ambiente virtual, mas rapidamente ele se popularizou pelo mundo e em outros países, e como o marketing não perde tempo começou de maneira um tanto modesta neste novo mundo mas que atualmente já se consolidou com a presença forte de marcas de peso do mundo real, demarcando seus territórios e expondo suas propagandas em locais públicos tal como é feito no mundo real, inclusive já se fala de uma moeda própria no Second Life, o Linden Dollar, bom para os curiosos e mais ousados pesquise o assunto e veja se o seu público alvo está por lá também e quem sabe você não se torne o mais novo integrante, é claro que já vou avisando é necessário uma máquina de última geração com um excelente desempenho de imagens gráficas em 3D para que você não passe raiva com uma máquina mais lenta e também uma excelente internet Banda Larga.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

Abaixo segue um resumo do tipo de divulgação tradicional que você pode implementar.

A Comunicação Global consiste em Programação Visual (Design Gráfico e Visual – Imagem Interna e Externa da Empresa) e Campanhas de Comunicação Publicitária que podem ser:

- Campanhas de Lançamento
- **Campanhas Institucionais**
- **Campanhas Promocionais**
- **Campanhas de Segmento de mercado**
- **Campanhas de Datas comemorativas**

No marketing tradicional você deverá considerar que os custos e investimentos são altos, mas que poderá ser feito de maneira crescente e planejada. Se você tem capital para investir pesadamente em tão faça um grande barulho, caso contrário você faz parte de mais de 90 % dos negócios em que tem muita vontade e pouco capital para divulgação, então considere o seguinte, comece fazendo uma pequena reserva mensal em seu faturamento e comece com as mídias alternativas e de baixo custo e a relação custo benefício é válida, ou seja, você investe “X” em um tipo de mídia e que sabe que seu poder de abrangência e retorno é de “X” percentual. E na medida em que você for crescendo vá fazendo investimentos mais considerados, tenha em mente o seguinte ditado “Quem não é visto não é lembrado” e pode ter certeza que a propaganda é a alma do negócio sim, é claro que o retorno ao seu negócio será proporcional ao seu investimento e trabalho que irá realizar.

A seguir veremos mais sobre marketing Tradicional.

• Marketing Tradicional –

No parágrafo anterior falei muito rapidamente sobre o marketing tradicional, pois bem agora irei descrever um pouco mais a respeito e também mostrarei algumas peças gráficas que compõem a divulgação tradicional no mundo físico. Usarei uma empresa fictícia, para os exemplos, mas, lembre-se essas peças servirão apenas de conteúdo ilustrativo, pois a cada empresa deverá ter a sua com seu design e sua comunicação específica e para isso nada mais importante do que consultar um Designer (Projetista e Artista Visual) ou um Publicitário.

No primeiro capítulo falei um pouco sobre a breve história do marketing e nele citei algumas das mídias que o compõe, entre elas a mídia editorial, a mídia eletrônica e a mais recente mídia virtual – a internet vista no capítulo anterior.

O marketing cresceu tanto nestes últimos 100 anos que seria impossível falarmos e detalharmos nestas poucas páginas as muitas formas e mecanismos do marketing tradicional assim sendo farei um panorama geral das ferramentas mais conhecidas para que assim você possa por conta própria ou com ajuda de especialistas seja através de livros ou de assessorias a trilhar os muitos caminhos do marketing tradicional. O que aqui vou expor é suficiente para você dar início a essa jornada de maneira consistente e orientada e na medida em que seu negócio crescer você perceberá a necessitar de expandir as muitas ferramentas deste conceito de divulgação utilizado no mundo todo, aí sim será a hora de você investir um pouco mais e transformar a sua divulgação em algo realmente de peso.

Vou chamar este processo de Comunicação Global, ou como também é chamado de Comunicação Integrada, pois é realmente isso que ele é, uma visão planejada de sua empresa que vai desde comunicação interna, tecnologias, postura, posicionamento, design e marketing, em suas peças de propaganda e publicidade que vai desde o cartão de visita até o seu Web Site, e junto com tudo isso um planejamento estratégico em etapas, que será aplicado. Irei apresentar a parte que se refere a propaganda e

publicidade pois as outras partes envolvem profissionais de outras áreas e afins, mas o nosso objetivo aqui neste guia é a comunicação pelo marketing. Consideremos uma empresa fictícia que está se estabelecendo no mercado em uma determinada cidade, pois bem essa empresa possui um capital fechado e pequeno, mas que ao longo de sete anos de uma constante e crescente divulgação poderá tornar-se conhecida em seu mercado de atuação, é claro que para uma empresa que já está algum tempo no mercado e que já tem algum trabalho de divulgação em andamento, esta mesma poderá fazer as adaptações e juntamente com o seu pessoal de finanças e demais departamentos elaborar um plano de Comunicação Global de médio e longo prazo. Digo de médio e longo prazo, pois é assim que um empresário deve pensar, pois só assim ele criará raízes e fará com que sua empresa venha a ter solidez. É claro que muita das ferramentas lhe trará algum resultado de imediato, desde que utilizada corretamente, e assim com a sua gerência financeira e sua assessoria de comunicação, e a sua sensibilidade em administrar e divulgar seus produtos você irá passar para a etapa seguinte.

Eu coloco uma base de cinco anos apenas como referência, mas isso poderá ser para menos ou para mais, alguns conseguem em, quatro anos, cinco anos, outros podem levar dez, quinze anos, vinte anos, mas como disse anteriormente não é quem chega mais rápido, mas o importante é que chegue lá. Toda caminhada, jornada possui uma rota a ser trilhada, rota essa que tem pedras, montanhas, desertos, perigos, oásis, campos de vegetação abundante, calor, frio, sol, noite, luz, escuridão, mas por fim o caminhante chega ao seu destino, alcançando assim seu grande sonho e objetivo. Veja a sua empresa desta forma, veja você mesmo desta forma e sendo esse caminhante, prepare-se psicologicamente e comece hoje mesmo, dias mais rápido e dias mais lento, mas o que importa é que a cada dia você dê mais um passo e nunca fique parado ou desista, pois tempo perdido não se recupera, e desistir é para os fracos e perdedores, pois a distância a percorrer continua sendo a mesma. Faça sol ou faça chuva, com dor ou com saúde, acompanhado ou sozinho, caminhe sempre, pois quando você chegar lá amanhã ou daqui a alguns anos terá válido a pena, pois fez o que teria que fazer e aí é só usufruir da conquista, não veja as derrotas como fracasso, mas sim como experiência para melhor aplicar aquele determinado conceito ou idéia em uma outra ocasião com muito mais experiência, desta forma você estará crescendo como pessoa, como profissional, como empresário e como patrão e com isso se tornando um verdadeiro líder a qual muitos irão fazer questão de se juntar a você e assim eles estarão ajudando você a conquistar seus sonhos e você ajudando eles a conquistarem o sonho deles.

Comunicação Global ou Comunicação Integrada –

Comunicação Global é para ajudar a sua empresa ou negócio a ter uma imagem e um perfil visual perante o seu mercado de atuação. Consiste em um planejamento desenvolvido em etapas para que assim você, que é pequeno e médio empresário possa ter a oportunidade de ter a comunicação gráfica ajudando nas vendas de seu produto ou serviço.

O sistema possui uma estratégia de divulgação planejada para a sua empresa aparecer e conquistar uma imagem junto ao mercado no decorrer dos anos. É claro que tudo isso só será possível se o seu produto ou serviço tiver uma política de infiltração no mercado consumidor (Público Alvo).

No modelo abaixo proposto a divulgação foi planejada para uma empresa ou Profissional que está iniciando no mercado e que não tem nenhum modelo de divulgação e nem material com visual profissional para ser apresentado junto ao seu mercado de atuação.

Em casos que a empresa ou Profissional Liberal já tem uma identidade visual e uma estratégia de divulgação em andamento, o Plano de Comunicação se adapta a estratégia utilizada em questão, focando os objetivos que a mesma se propõe.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

A Comunicação Global consiste em divulgações específicas que podem ser:

- Campanhas Internas
- Institucionais
- Promocionais
- Segmento de mercado
- Datas comemorativas
- Épocas do ano
- Lançamento de Produtos ou Serviços

Abaixo segue o relatório das peças de Design que compõem o Sistema de Comunicação Global e contribuem para a boa imagem do seu produto, serviço ou empresa.

1º etapa

***Programação Visual**

- Logotipo • Fachada • Uniformes • Layout Interno.

***Papeleria**

- Cartão de Visita • Papel Timbrado • Envelope • Talão de Nota Fiscal • Talão de Pedido • Tabela de Preço • Catálogo • Totens

2º etapa

- * **Internet – (Divulgação On-Line)** • Internet • Web Site • News Letters (Folheto Eletrônico por E-mail)

3º etapa

*** Mídia Eletrônica**

- CD-ROM / DVD / VCD • Screen Savers (Protetores de Tela para Computadores) • Slaid Show / Banner Publicitário na Web .

4º etapa

- * Portfólio • Folder • Mala Direta

*** Informativos**

- Folhetos • Filipeta

*** Mídia Exterior**

- Banners Externo (Ponto de Venda) • Embalagens • Rótulos • Sacolas • Calendários

5º etapa

*** Divulgação externa / Impressos**

- Out Door • Bus Door • Revistas • Anúncios • Cartazes

6º etapa

*** Divulgação externa**

- Painel Eletrônico • Trífase • Placas

7º etapa

*** Informativos**

- Tablóides • Jornalzinhos

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

* **Mídia Eletrônica**

- Vinhetas, Comerciais na Tv e na Internet(Animações, Desenhos Animados e Videos Publicitários)

* **Brindes**

- Bootons • Chaveiros • Canetas • Bonés • Camisetas • Réguas

Mídia Impressa

- Revistas • Anúncios • Livretos • Encartes / Tablóides • Jornáis

* **Desenvolvimento de Mascotes**

- Personagens

O que a Empresa ganha com tudo isso:

1. Identidade visual com perfil Profissional
2. Boa imagem junto ao seu mercado consumidor e concorrente,
3. Confiança e respeito junto ao mercado em geral
4. Posicionamento
5. Alcança novos clientes

Planejamento de divulgação a serem feito:

- Planejamento de divulgação externa
- Planejamento de divulgação na internet

Todos os planejamentos são focados em “nichos de mercado” para cada produto ou empresa conforme sua necessidade.

Análise de resultados

- Resultados com o cliente
- Análise de crescimento junto ao cliente
- Análise de novos clientes
- Novos nichos de mercado
- Novas estratégias

Apresentamos abaixo uma sugestão de um “Plano” em Design e Comunicação Gráfica e Visual focado para a Comunicação Global da Empresa ou Profissional Liberal. Trata-se de apenas um modelo podendo ser alterado conforme a necessidade da sua empresa conforme suas necessidades.

1º Etapa (Sugestão para 1º ano) Identidade Visual interna e Externa 2D

- Papelaria, Fachada, Layout Interno, Uniforme, Totem, Catálogo de Produtos ou Serviços, Banners Interno e demais peças que compõem material para Identidade Visual.

2º Etapa (Sugestão para 2º ano)

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- Internet (Web Site e Divulgação online)

3º Etapa (Sugestão para 3º ano)

- Divulgação através da multimídia com ou sem aplicação específica de computação gráfica.

Screen savers (Protetores de tela) - Slaid Comercial - Banner Publicitários na internet.

CD-ROM Interativos / DVDs / VCDs /

4º Etapa (Sugestão para 4º ano)

- Divulgação Externa através de: Banner externo em ponto de venda.
- Folders, Mala Direta, Folhetos, Calendários, Embalagens.

5º Etapa (Sugestão para 5º ano)

- Divulgação Externa através de: Cartaz, Bus Door, Out Door, Anúncios em Jornais e Revistas,

6º Etapa (Sugestão para 6º ano)

- Divulgação Externa através de: Triface / Painel Eletrônico/ Rádio/ Placas

7º Etapa (Sugestão para 7º ano).

- Divulgação Externa através de: Televisão, Cinema, Jornais, Tablóides, Brindes.

Acima foram relacionadas algumas das peças de comunicação mais usadas no mercado é claro que existem outras e se forem necessárias a aplicação das mesmas no decorrer dos anos poderá ser adotadas como parte do Plano e que podem ser utilizadas através de divulgações em conjunto com outras peças ou isoladamente. É claro que quando forem utilizadas juntas com outras peças de divulgação a força que as mesmas exercem sobre o Público Alvo é muito mais forte do que a mesma isoladamente, porém nada impede de que as mesmas alcancem os mesmos resultados, porém em um tempo mais longo, no decorrer de vários anos as divulgações constantes ou isoladamente só depende exclusivamente da empresa ou profissional liberal e isso demanda vários fatores desde a política financeira da empresa, política de atuação e divulgação e até de definição de mercado e posicionamento em relação ao mesmo.

Nesta Proposta está uma idéia geral do plano que pode ser alterado conforme as necessidades de cada empresa.

Vamos ver a seguir algumas peças gráficas de uma empresa fictícia chamada Ótica Olho Vivo.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

Identidade Visual:

- Logotipo e Slogan:



- Veículo



- Uniforme dos funcionários



Homens



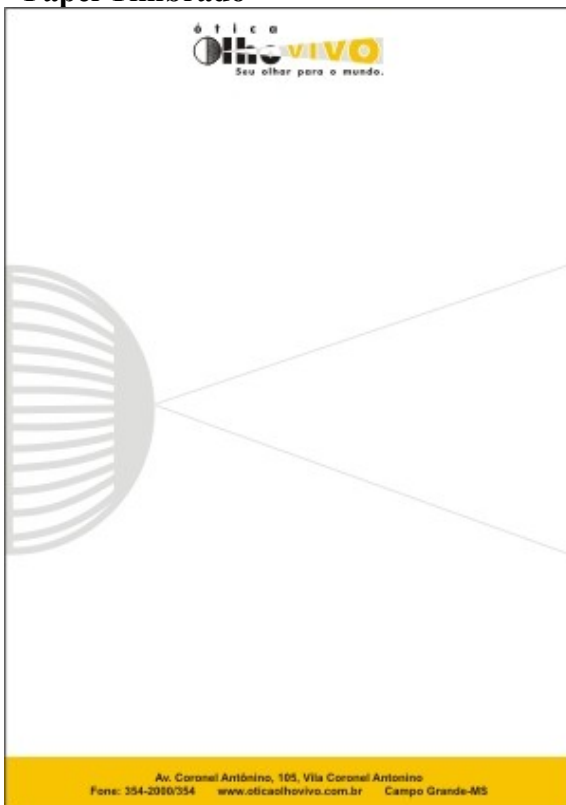
Mulheres

- Cartão de Visita

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

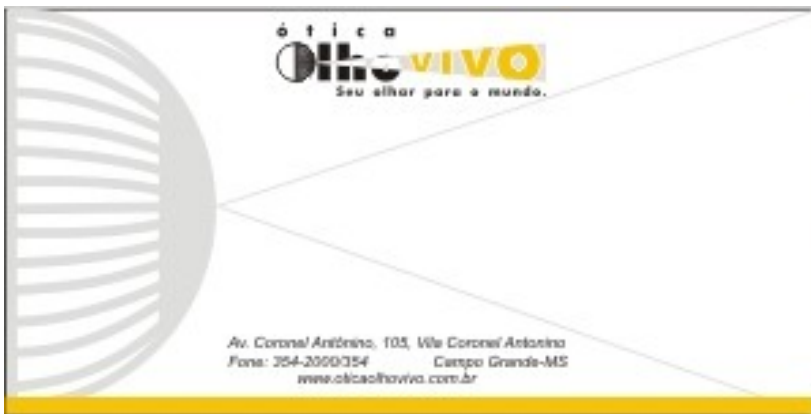


- Papel Timbrado



-Envelope

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional



-Folheto / Cartaz / Anúncio em Jornal ou Revista



-Banner Externo e Interno em pontos de venda



- Out Door - Grandes cartazes externo em pontos específicos nas cidades



- Bus Door – Cartazes colados na parte de trás dos ônibus coletivos, que circulam pela cidade

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional



- Totem - Placa de identificação fixada em um poste na frente do estabelecimento



Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- Brindes



- Sacolas e Embalagens



Essas poucas imagens tiveram como objetivo mostrar que sua empresa deverá ter uma identidade visual universal, integrada e clara em sua comunicação, as informações nas peças tem de ser objetivas e de fácil leitura pelo observador. Perceba que o endereço do site e telefone aparecem em todas as peças, para que assim o cliente possa ter como se comunicar com a empresa de qualquer lugar. Seguindo este conceito todo material de divulgação criado será ferramenta do seu plano de marketing e divulgação seja para qualquer campanha que venha a ser criada deverá ter uma linguagem que identifique a empresa, produto e serviço em qualquer lugar do planeta que se possa encontrar, vejam o exemplo das grandes Marcas, Coca-Cola, McDonalds, Tubos e conexões Tigre, Petrobras, Lojas Americanas, Magazine Luiza, Casas Bahia e tantos outros que se utilizam destes conceitos de forma inteligente e eficaz. A diferença entre você e eles é que eles começaram muito antes de você e com isso se alcançaram faturamento e resultados que possibilitam a eles fazerem hoje divulgação em níveis e cifras milionárias, mas no começo

não foi assim e com você será da mesma forma, você irá começar em uma expressão de investimento dentro da sua realidade, e na medida do possível vai aumentando o seu raio de ação.

• Design na Web –

Vamos agora falar um pouco de Design na Web, pois Design Gráfico para mídia impressa e tradicional, você já teve uma boa noção no capítulo anterior.

Ao se falar em Design na Web muitas pessoas e profissionais acham que simplesmente deverá pegar a sua atual identidade visual e material promocional e jogar no site, ou simplesmente pegar um template qualquer e colocar a logo e pronto, grande engano, pois essa atitude poderá inclusive comprometer os seus produtos ou serviços e principalmente a imagem da sua empresa, pois uma nova mídia como a internet dita regras e padrões como já vimos anteriormente citados no capítulo de web marketing, então criar peças gráficas requer conhecimento em comunicação visual e uma boa dose de informação do mundo digital, informação essa que deverá ser acompanhada diariamente ano após ano.

O material gráfico, juntamente com a identidade visual da empresa irá ser o ponto de partida para criação do visual de um site, como disse antes não se deve simplesmente jogar o layout na web, mas sim fazer uma interpretação do mesmo e fazer as adaptações para internet dentro da linguagem da web e dos padrões que a mesma dita. Mesmo que se utilize um Template, deve se fazer adaptação necessária para manter a identidade da empresa no site, do template deverá aproveitar o conceito e estrutura inicial para apenas termos um ponto de partida, mas o certo mesmo é desenvolver toda uma linguagem visual e de arquitetura de informação compondo uma boa navegação estruturada e análise de conteúdo a ser inserido, assim como deverá ocorrer as atualizações deve-se juntamente com o departamento de marketing da empresa e o de tecnologia, avaliar se terá necessidade de ser um site com integração total com a empresa ou simplesmente um site institucional. E sendo um site integrado com a empresa é óbvio que a demanda por mais tecnologia no desenvolvimento do site será muito maior e é claro que isso irá refletir nas etapas de desenvolvimento assim como em seu tempo de construção. Com Briefing (Pedido) como se diz na publicidade, com esse relatório bem elaborado relatando as necessidades da empresa em estar na internet juntamente com os objetivos da mesma, ele será de extrema importância para se dar início a um site com consistência e funcionalidade. A partir daí que se define as tecnologias a serem usadas no website, elas podem ser Flash (animação), Html, Asp, Php, Java, Javascript, Perl, Ajax, MySql, SQL, com as definições em mãos juntamente com os desenvolvedores do site, passa-se para a parte de layout e navegação com as etapas de testes, apresentação ao cliente, alterações e correções finais e finalmente a publicação do site.

Ao empresário deve-se juntamente com os profissionais do web marketing seja de sua empresa ou contratados terceirizados, deve-se traçar as estratégias de divulgação do site, o foco do site deve estar bem definido e o público alvo a que tem de atingir. Com o site em mão e com as estratégias definidas então vem o grande trabalho, “divulgar, divulgar e divulgar”, tanto na internet como no mundo real, utilize-se das orientações aqui mostradas e juntamente com profissionais da área a fazer um plano estratégico consistente para que aos poucos ou muito rapidamente o seu site torne-se conhecido, é claro que isso será definido juntamente com o departamento financeiro e de gerência de sua empresa para que passem a reservar uma verba para a nova etapa de divulgação, se você for um dos felizardos que tem isso já reservado e que são cifras de até 06 dígitos, parabéns, o seu site se tornará conhecido em poucos meses de campanhas intensas na mídia tradicional e na mídia virtual, agora se você for como a maioria das pessoas algo em torno de 90 % da população brasileira que raramente possui alguma verba definida para isso, então o conselho que dou é o seguinte: comece fazer essa reserva mesmo que ela seja modesta, e comece o trabalho aos poucos mas que seja constante e que na medida que você for percebendo o retorno, vá reservando uma parte deste mesma para a divulgação, mesmo de maneira lenta você estará fazendo o trabalho, é claro que os lucros virão neste mesmo ritmo pois os clientes em potencial só saberão do seu

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

site e da sua empresa se realmente eles lembrarem de seu negócio, produtos, serviços e do seu site, e isso só acontecerá se você incansavelmente dia após dia, semana após semana, mês após mês e ano após ano você utilizar a mídia para eles comprarem de você, basta ver os exemplos das grandes empresas, como Coca Cola, Mac Donald's, Casas Bahia e muitos outros, porque nós compramos deles? Você já se perguntou? é simples porque eles sempre fazem propagandas de seus produtos e serviços, e assim desta forma garantem que ao falarmos de refrigerante nos lembramos da Coca Cola, de lanche? do Mac Donald's? de Móveis? das Casas Bahia, é claro que no começo destas mesmas empresas as verbas eram pequenas mas que com o passar dos anos e das décadas, isso mesmos mais de 10, 20, 50 anos elas se tornaram grandes possibilitando campanhas de divulgação em níveis mundiais. Ficou chateado com a realidade, diminuiu o entusiasmo de ter um website e depois desta verdade de divulgação cansativa a ser feita? bem vou lhe acalmar, essas mesmas empresas fizeram o que tinha que ser feito em tempos sem mídia virtual e chegaram lá, hoje com a internet isso pode-se tornar mais rápido e em menos tempo, basta lembrarmos de exemplos como "Google", Amazon Books, Mercado Livre, Ibest" e recentemente o Second Life" utilizaram-se da rede para ficarem conhecidos no mundo todo e tornaram-se empresas de capital privado bilionários, se você fizer o trabalho continuamente, saiba que estará garantindo o seu lugar no mundo dos negócios com possibilidades reais de ganhos, mesmo que no início seja lucros insignificantes, mas perceba que se fazendo o retorno virá com o tempo, imagine se você fizer sempre, como será então o seu negócio daqui a cinco, dez e quinze anos? E além disso, se você não fizer, tenha certeza de uma coisa, que o seu concorrente que está lendo estas mesmas páginas, o fará e ai sim o seu fracasso será garantido e o sucesso do seu concorrente será notável, sabe porque? Porque você deixou a sua fatia de mercado para ele abocanhar e usufruir dos lucros.

Bom isso tudo só será possível se você tiver um produto ou serviço em que o seu mercado consumidor possa realmente querer consumir e a isso você acrescenta as estratégias de marketing aqui citadas ai então teremos o que se diz no mercado em um velho ditado, teremos "a faca e o queijo nas mãos" é só cortar e servir a quem te "fome e vontade de comer".

Deu para perceber que ao falarmos de Design é preciso que o mesmo esteja alinhado com o perfil de sua empresa e com o perfil de seus negócios junto ao cliente, e ai aonde entra o Designer com o Layout e com um visual que será a sua imagem e semelhança da empresa, neste conceito que sua empresa representa, ele será o responsável pelas cores do site, tamanho de fonte, efeitos sim ou não, quando usados deve-se dosar o mesmo para que não comprometa o tempo de carregamento do site pois muitos clientes ainda navegam em conexões discadas ou mesmo que em banda larga, mas que esta acaba-se dividindo em várias máquinas e isso faz com que individualmente a navegação seja mais lenta, por exemplo se em uma empresa tivermos uma conexão de 2Mb de transferência, e essa mesma conexão é para dez máquinas, então temos 2Mb dividido por dez, se todas estiverem conectadas ao mesmo tempo então teremos uma conexão de 200 Kbps (Kbyte por segundos), por máquina, então lembre-se tempo é dinheiro e facilite a vida do seu cliente quando ele acessar o seu site, em não esperar páginas pesadas de carregamento, isso fará com que ele possa desistir e com isso você perderá negócios.

Como no mundo físico, muitas das vezes a decisão de compra está no design entre um produto e outro, quantas das vezes estamos em uma gôndola de supermercado e diante de mais de um produto com características semelhantes, e o fator que nos leva a decidir pelo produto "X" está no design, isso porque o design não só leva estética e beleza, mas também tem a missão de proporcionar ao cliente uma experiência única seja na embalagem, em uma promoção, ou propriamente no produto em si é o caso de vasilhames, como painéis, óculos, carros e muitos outros. E na internet isso não é diferente, já que não temos o plano físico aonde se pode tocar, cheirar e experimentar, temos então somente o site e o atendimento para proporcionar essas características, ou seja o cliente deve ter uma experiência positiva ao navegar no seu site, pois é esse momento que o fará memorizar voltar ao seu site e quem sabe até recomendar o seu site para alguém, que ele vai recomendar isso não há dúvida, então que seja uma

recomendação positiva, lembre-se na internet a capacidade de falar bem ou mal de algo, alguém ou de uma empresa está apenas há um click do mouse, agora imagine que esse cliente é um jornalista, imagine o que pode acontecer quem sabe ele entra em contato com você para saber mais de seus produtos e serviços, como disse antes, que seja então uma recomendação positiva.

O ato de fazer do seu site uma experiência única ao cliente, é uma tarefa que deve-se somar um conjunto de fatores que representará a sua empresa, pois imagine a seguinte situação: você está instalado no Rio Grande do Sul e um cliente da Bahia que nunca viu a sua empresa chega em seu site, o que ele espera é que as expectativas dele sejam atendidas logo de cara, pois senão sabe o que vai acontecer “Tchau, tchau” Site, ele vai embora, ai ele faz o seguinte entra em um buscador localiza outra empresa do mesmo segmento e “Zás” teve a expectativa atendida, conseqüentemente mais um negócio fechado naquele site. Então trate de pensar e repensar sempre juntamente com sua equipe e o Designer que vai desenvolver o seu Web Site, ou se ele já existe qual seria as possibilidades de implementação no site, é claro que isso não é de graça, converse com o Designer transforme ele em um parceiro na manutenção do seu site, pois quanto mais ele souber de suas expectativas, da sua empresa e do seu público alvo e das suas dificuldades e principalmente o quanto você pretende investir, isso mesmo fale a ele com sinceridade o quanto você tem de verba disponível para o negócio, pois assim você estará dando liberdade para um criativo achar as soluções cabíveis e viáveis ao seu site até porque ele conhece, respira e entende de Design e comunicação Digital, mas atenção cuide e saiba se o seu Designer tem realmente experiência e competência técnica no assunto internet, design e comunicação, e acima de tudo se ele é ético, se ele trabalha com contratos e quais as condições de pagamentos. Se ele oferecer a você que irá fazer o site e depois vocês conversam sobre pagamento desconfie, já diz o ditado “Quando a esmola é grande o santo desconfia”, e a você empresário seja ético também e jamais faça um pedido deste tipo a um designer pois isso desestimulará o mesmo a ter um cliente amigo, ele o verá apenas como mais um cliente e isso fará com que ele lhe atenda da mesma forma, o que com certeza resultará em mais um site na internet entre milhões de outros e ai meu amigo não reclame e não diga que ninguém lhe avisou, faça da mesma maneira de quando você vai consultar um médico, você diz o que sente ele faz o diagnóstico e lhe da na receita as possíveis curas da doença, ou você é daquele que vai ao médico e diz pra ele que remédio quer tomar, bom neste caso lhe pergunto porque foi ao médico então ?, se já sabe onde encontrar a cura, com design é assim também, para que chamar um especialista no assunto se você já se acha o artista do negócio, falemos a verdade, concordo que quem realmente conhece o seu negócio é você mesmo, mas quem realmente entende de design, comunicação e internet é você ou o Designer? Mesmo que você seja formado em Administração e Marketing, tem anos de experiência, seja humilde e ouça o que o profissional tem a lhe oferecer, quem sabe ele mostra uma visão de mundo que até então você não tinha percebido, e como diz um outro ditado “ duas cabeças pensam melhor do que uma”, assim o Designer perceberá que você está dando valor a ele e espera dele uma solução para o seu negócio, e lhe digo com certeza todo Designer que se presa realmente quer ajudar, pois ele sabe que se a parceria se tornar sólida muitos outros negócios virão. Você acha que falei demais? Pois digo isso porque tenho muita experiência no assunto com quase 20 anos e não 20 dias, eu mesmo tenho clientes que atendo a mais de 10 anos, tenho clientes com 05 anos e os outros com 03, 02 anos e cada cliente desses acaba me indicando 02 outros no mínimo, e assim sempre tenho novos clientes, atendo a todos e com tempo, vou permanecendo realmente com os clientes que realmente me deixou conhecer e oferecer soluções para ele com eficiência e ética, já aqueles outros que queriam ganhar mais do lado deles infelizmente eu mesmo fiz questão de deixar de atender, pois profissional que se presa pensa que deve haver um “Ganha a Ganha” para ambos os lados e olha que a parte financeira neste tipo de relacionamento é apenas um detalhe formal de prestação de serviços e obrigações em um contrato, pois o valor em um Designer indicar o seu Site e que foi ele que fez, é muito grande, e já pensou se esse outro cliente do Designer for um cliente em potencial do seu produto ou serviço? O que quero dizer é o seguinte: com a internet se você trabalhar com

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

paciência, ética, respeito e acima de tudo considerar o seu próximo (ser humano como pessoa), mesmo ele não estando tão próximo de você, pode ter certeza que o retorno virá, basta fazer o trabalho sempre e ter paciência para colher os frutos.

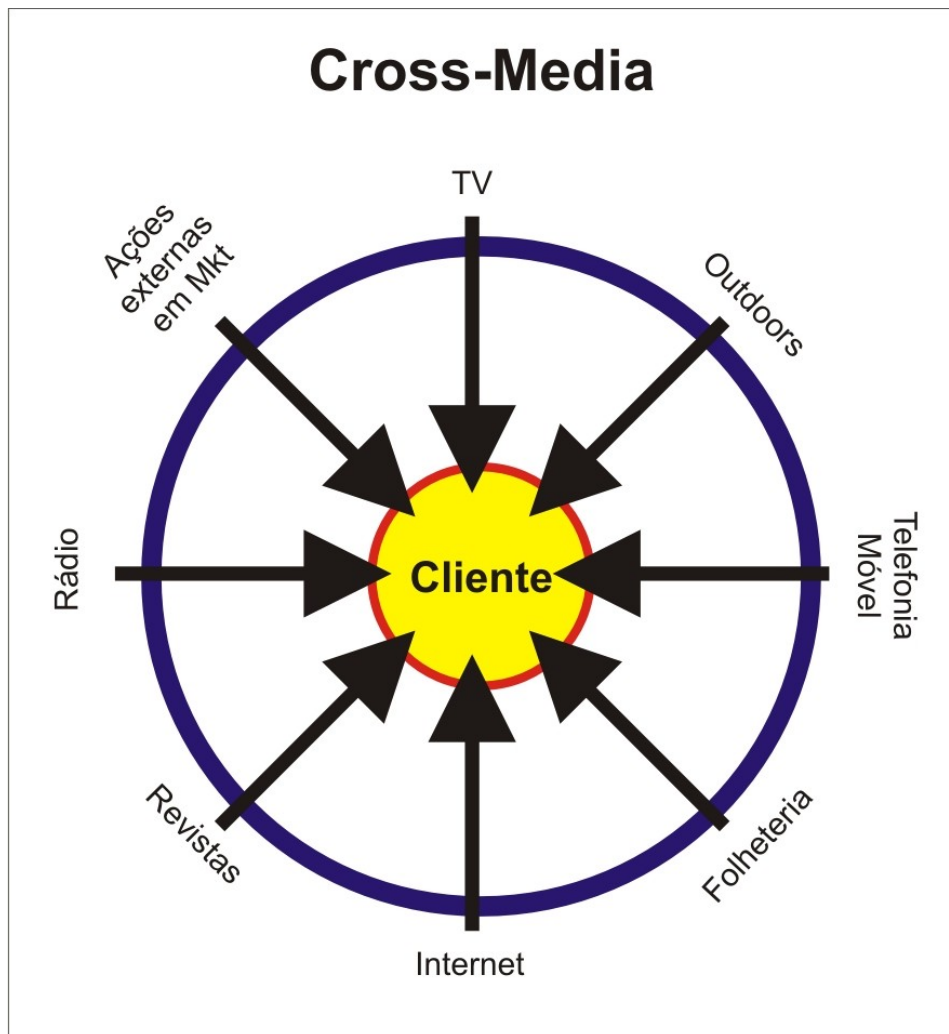
Então Design é muito mais do que simplesmente uma bela imagem, compreende a extensão da coisa, mas se você esquecer isto tudo que falei, é simples de lembrar. Basta lembrar quando você sentar em um sofá, se você se sentir confortável então você teve uma experiência positiva, palmas ao Designer do mesmo e a você pelo bom gosto, no entanto se for uma experiência desconfortável, humm!!!... puxa vida, então foi experiência negativa, então ofereça ao seu cliente sempre um sofá confortável para ele sentar, seja na vida real ou na virtual.

• Cross Media para o Mundo Corporativo

Em comunicação principalmente em época e era digital as novidades e novos meios de se reutilizar os conceitos se fazem presentes a cada momento na vida das empresas, e no mundo de hoje um novo nome se faz presente na vida das empresas de comunicação é o chamado Cross Media (Cruzamento de Mídia) ou se preferir nada mais é que ações em Campanhas de Publicidade realizadas simultaneamente ao mesmo tempo em diversas media (TV – Rádio – Internet – Ações em ponto de venda – Impressos e etc. etc. etc.). Bom isso parece loucura, mas em tempos que somos diariamente bombardeados por informações também se faz a necessidade de um marketing de impacto. Considerando o que é agora, amanhã já não é mais, então temos que agir de maneira rápida e certa para colher frutos e sem perda de tempo com questionamentos sem fundamento, se você já sabe o que tem que ser feito então faça agora já, e é isso que o Cross Media determina, uma vez que temos como objetivo despertar a atenção do cliente para o nosso serviço ou produto, então porque não garantir que realmente ele veja isso, pois então se você está sozinho gritando no meio da rua uma determinada mensagem, vai demorar um pouco esta mesma mensagem chegue ao outro extremo da cidade, mas se você está no centro da cidade e com uma equipe espalhada em diferentes pontos da cidade transmitindo a mesma mensagem então você terá 100 % de certeza que todos receberão a mesma mensagem e sem distorcer a mesma. Assim é o efeito do Cross Media em relação ao seu mercado de atuação.

Na imagem abaixo temos uma idéia de como seria isso, temos várias medias transmitindo a mesma mensagem e ao centro está o cliente recebendo esta informação, isto o possibilitará realmente memorizar uma marca. Mas lembre-se isso tem que ser feito de maneira organizada e planejada, em uma determinada campanha “X” pois assim realmente estará coletando resultados e podendo analisar na íntegra os verdadeiros resultados. Mas para realizarmos isso demanda um investimento alto, trata de um conjunto de ferramentas sendo usadas ao mesmo tempo e que anteriormente era usado quase que individualmente. Para os pequenos empresários essa é uma realidade distante até porque o tamanho do seu mercado também é pequeno. Mas você não precisa anunciar nas Grandes Medias ao mesmo tempo e acabar com a sua verba antes mesmo do seu cliente te procurar, o que quis mostrar é que para você ter e saber como as coisas andam hoje em dia no mundo dos negócios e das comunicações, mas ai você me pergunta e isso vai adiantar para mim, e eu te respondo claro que sim, você pode e deve fazer um cross media, porém dentro da sua realidade e dentro do seu mercado consumidor, na medida em que você for crescendo irá expandindo também as suas ações. E como seria um cross media em pequeno mercado? Que tal realizar uma pequena campanha com folhetos, um e-mail Eletrônico com fotos e textos promocionais com link para o seu site, produzir alguns cartazes não precisa ser muito (as gráficas rápidas são excelentes nisso), e colocá-los em pontos onde se encontra o seu público alvo, separe dois dias da semana para fazer novos contatos, um dia para fazer uma lista e outro para fazer ligações e marcar reuniões, e ai você deixa o seu Folder, ou seu folheto com seu cartão de visita, crie um programa de indicações e bonificações para os seus clientes, e mostre isso a eles e com certeza eles farão indicações, pronto parece que não, mas você fez uma pequena campanha utilizando conceitos de cross media, estabeleça um período de dias para fazer essas ações.

Dê preferência para as épocas em que seu mercado de atuação fica mais receptivo, faça isso pelo menos umas três a quatro vezes ao ano, e entre uma campanha e outra analise os resultados e o desempenho das mesmas faça as correções para que os erros não se repitam nas próximas, assim tenho certeza que então pouco tempo o seu negócio se tornará conhecido e logo você estará fazendo pequenos anúncios de TV em canais alternativos e em horários mais baratos, mas neste caso analise junto a emissora se o seu público alvo estará enquadrado nos respectivos horários.



Manter uma campanha de divulgação ativa não é algo fácil, se você já tem alguma experiência no assunto, sabe que a coisa não é tão simples assim, então a necessidade de planejar e executar é constante. Caso tenha dificuldades nestes pontos de organização, administração e planejamento e você não tem tempo de fazer uma faculdade no assunto, então contrate alguém que entenda do mesmo, mas se mesmo assim você não pode e não tem como contratar mais uma pessoa, pois já esgotou as verbas e o orçamento, faça uma visita ao SEBRAE de sua cidade, eles possuem pequenos cursos de uma semana ou um pouco mais e que em minha opinião todo empresário ou profissional que se preze, independente da área em que atua deve procurar fazer pelo menos dois ou três dos cursos que eles oferecem, digo isso, pois eu mesmo fiz vários e são verdadeiro Passo a Passo do que deve e do que não deve fazer no mundos dos negócios, e quando falo de profissionais não me refiro somente aos administradores e marqueteiros, digo desde uma Administradora do Lar (Dona de casa), passando por Mercearia até o empresário que têm algumas filiais espalhadas mundo a fora, aliás se analisarmos qual destes três o que mais visita o SEBRAE adivinhe quem será, não vou nem responder, deixo isso para você descobrir.

Sem contar que até nestes cursos você encontra clientes, parceiros. Ei! Espera!... Olha você ampliando a sua Network e fazendo Cross Media ao mesmo tempo. Mãos a obra... Amigo, trabalhe e trabalhe e divulgue sua empresa sempre em mídias diferentes.

• Designer e suas atividades no mundo corporativo –

No capítulo anterior observamos que entender de comunicação, mídia, imagem e administração de recursos voltados para este fim são coisas que se completam e se entrelaçam ao mesmo tempo, isso significa que a necessidade de ter uma mente aberta 24 horas do dia em tudo a sua volta se faz necessário, é claro que você não precisa ser uma excelência em todos esses assuntos, daí como já falamos antes, contrate ou faça parcerias.

Em comunicação um fator que pesa muito é o impacto que a sua mensagem é recebida pelo seu público alvo e a forma como ela é recebida muita das vezes para não dizer quase sempre é ela que determina o rumo dos negócios e não existe alguém mais envolvido e conhecedor deste assunto do que o Designer e o Publicitário, neste capítulo rapidamente irão falar do mesmo.

Design é uma nomenclatura muito vasta se digitarmos essa palavra no site da **Wikipédia, a enciclopédia livre mais consultada no mundo digital encontraremos a seguinte descrição:**

- **Design** (em alguns casos **projeto** ou **projecto**) é um esforço criativo relacionado à configuração, concepção, elaboração e especificação de um artefato. Esse esforço normalmente é orientado por uma intenção ou objetivo, ou para a solução de um problema. Exemplos de coisas que se podem projetar incluem muitos tipos de objetos, como utensílios domésticos, vestimentas, máquinas, ambientes, e também imagens, como em peças gráficas, famílias de letras, livros, e (recentemente) interfaces de programas. **Design** é também a profissão que projeta os artefatos. Existem diversas especializações, de acordo com o tipo de coisa a projetar. Atualmente as mais comuns são o design de produto, design gráfico e o design de moda. O profissional que trabalha na área de design é chamado de designer. Finalmente, o design pode ser também uma qualidade daquilo que foi projetado. O termo deriva, originalmente, de *designare*, palavra em latim, sendo mais tarde adaptado para o inglês *design*. Houve uma série de tentativas de tradução do termo, mas os possíveis nomes como *projética industrial* que acabaram em desuso.

Então como digo, podemos também dizer que é a concepção de uma idéia que tem e possui um propósito e objetivo concreto de resolver determinado problema em um mercado específico e que para isso se usa de recursos e ferramentas distintas que irão produzir uma solução para o problema em questão. Vejamos exemplos:

- **Design de Produtos:** Busca inovar e facilitar a apresentação e a funcionalidade de bens de consumo de massa, para que estes possam cada vez mais usufruir de conforto e praticidade alcançando melhores resultados exemplos: Liquidificadores, carros, televisores, tratores e etc.

- **Design Gráfico:** Busca uma concepção visual para peças publicitárias através de imagens, sons e mensagens para realçar as qualidades de um produto ou serviço em seu mercado de atuação.

Dentro de Design Gráfico temos o **Design Gráfico para Web** ou como é chamado **Web Design**, temos o **Design Gráfico para mídia Impressa**, peças impressas que vão desde um simples cartão de visita até um Out Door (grande cartaz de rua), temos o **Design Gráfico para vídeo** onde este através de animações, vídeos e gráficos animados concebe os comerciais e vinhetas que vemos na televisão, cinema e dvd's, o **Design de interfaces** onde se preocupa com a aparência de programas de computador e apresentações em Cd-Rom e DVD's multimídia, o **Design de Moda** a qual está voltado para as estéticas do mundo do vestuário e é este que dita as tendências e regras no mundo badalado da moda, **Design de Interiores** que se preocupa com ambientes internos de casas, residências, apartamentos, escritórios e empresas, este geralmente é mais tradicionalmente exercidos por arquitetos e decoradores de interiores, o **Design automobilístico** voltado para indústria de automóveis este nem é preciso comentar e assim vale aqui citarmos os mais conhecidos e mais fácil de ser percebido pelas pessoas no geral, mas partindo do princípio de que tudo que existe no mundo de alfinete até a turbina de um avião, tudo é milimetricamente projetado, desenhado e produzido por desenhistas em suas muitas especialidades, desenhistas, arquitetos,

engenheiros e projetistas, então percebemos que o campo e a aplicação do Design é interminável e a cada dia ele se manifesta necessário em muitos produtos e serviços em nosso mundo moderno crescente e desenfreado e é o Designer e os comunicadores que irão dar sentido e direção nessa massa crescente de imagens, serviços e produtos constantes, diga-se os designers pois é eles que estão com a mente voltada para o consumidor que dita as suas regras e os designers, engenheiros, arquitetos da informação e comunicadores transformam essas exigências para as empresas em necessidades que por fim se tornarão novos produtos e serviços. Então agora você percebe a importância de um Design consistente ao seu produto ou serviço, saiba que esta sua atitude estará fazendo deste mundo um lugar mais agradável de se viver, seus clientes irão agradecer e recomendá-lo, pode ter certeza disso. Bom agora vem uma parte muito delicada neste tumultuado mundo de imagens gráficas que existe hoje, dentro do que já dissemos vamos acrescentar um novo tipo de design que acabou por surgir com o advento e avanço dos modernos programas de imagens gráficas e com o surgimento dos computadores para computação gráfica veio o *Design express*, ou seja o design do “já”, maiou menos assim: “espere um pouquinho é só quinze minutinhos e já está pronto”, sim esse é Design concebido por profissionais e empresas no mundo todo, que em sua maioria das vezes não têm a menor conhecimento do seu produto ou serviço a tal modo que simplesmente a partir de poucas informações apresentadas se concebe algo que pode acertar ou errar totalmente a representatividade de sua empresa ou serviço, pois as informações não são suficientes para uma definição de um conceito e uma solução realmente fundamentada no cliente e no público alvo em questão a ser atingido, portanto sendo assim produzida uma peça apenas com uma imagem bonita e com informações que apenas falam mas não mostram realmente a preocupação com o cliente e essência da sua empresa, é claro que muitos destes Design Express são funcionais e cumprem a risca o conceito de um design funcional e eficiente, mais isso vai da experiência do designer em questão e também do empresário na hora de fornecer as informações a ele e estas de serem importantes e objetivas pois o mesmo sabe com clareza o que realmente espera alcançar com o seu plano de marketing e de divulgação anteriormente já planejado em sua empresa e refinado com muita cautela e avaliação, é claro que raramente um empresário com este perfil irá procurar um design express, com certeza ele irá pedir um design bem planejado e que irá transmitir o que realmente ele precisa passar ao seu mercado consumidor, ele também estará ciente que um design nestes termos o investimento e custos de desenvolvimento será muito maior do que um design express, mas ele sabe também que essa será uma atitude que trará muitos frutos ao longo dos anos diferente do design express que acaba ao longo do tempo levando o empresário corrigir por várias vezes e até ter que refazer a mesma peça por centenas de vezes até acertar realmente o que ele realmente precisa, e neste intervalo de tempo vários investimentos que foram feitos, e isso pode comprometer toda uma cadeia produtiva de uma empresa que pode até resultar em extinção da mesma se isto não for conforme as dificuldades forem aparecendo sendo corrigidas por profissionais competentes e com experiência para lhe ajudar. Então refiltra bem antes de fazer simplesmente qualquer coisa, invista realmente no que vale a pena, pois planejar é preciso sempre e em Design isso é essencial.

• Agência de Publicidade ou Free Lancer –

Bom agora que você já sabe quem é o designer, vamos falar rapidamente de uma agência de publicidade. Em uma agência existe uma equipe de profissionais voltados para criar, planejar e executar projetos de comunicação para a sua empresa. A agência de publicidade possui profissionais de criação gráfica, redação publicitária, profissionais de mídia e marketing, assim como departamento de tráfego e de atendimento, rapidamente vamos falar um pouco de cada um deles:

- Atendimento - é o profissional de vendas e de relações que faz a ligação entre cliente e agência, é ele que traz as necessidades do cliente para a agência e também é o responsável de defender a verba que o cliente tem para investir em propaganda, também providência reuniões de apresentação dos projetos junto ao cliente. Um atendimento eficiente consegue criar uma relação longa, prospera e duradoura entre um cliente e uma agência.
- Criação - este é o departamento mais agitado de uma agência, pois é o coração da mesma é onde as idéias fervem na cabeça dos profissionais, é aqui que fica o pessoal do design e da arte, da redação, estes são os responsáveis diretos pela materialização das idéias dando forma e conteúdo conforme o conceito definido em uma reunião anteriormente denominada de “Tempestade de Idéias”.
- Mídia - uma vez definida as ferramentas e peças gráficas da publicidade do cliente e estas já estão definidas e aprovadas pelo cliente, então o pessoal da mídia corre atrás de definir os veículos de mídia que irão distribuir estas peças de publicidade, seja na televisão, no rádio, em locais onde serão fixados os cartazes em que sites serão expostos os banners, esse pessoal geralmente trabalha juntamente com os executivos de marketing responsáveis pelas estratégias globais para a empresa em questão, seja estes da própria agência ou profissionais da empresa do cliente. O pessoal da mídia também é responsável pelo controle e verificação dos resultados dessas mídias qualificadas, assim eles têm como junto com o marketing estar sempre verificando os resultados das peças distribuídas e o impacto que as mesmas estão trazendo para o cliente.
- Tráfego - esses também são da correria são eles os responsáveis de colocarem no mercado alvo onde se encontra o público consumidor, as peças anteriormente produzidas e já finalizadas pela agência e pelos parceiros de produção, tais como vinhetas comerciais, jingles de rádio (vinhetas de áudio), cartazes, folhetos, outdoors e assim por diante. São eles que fazem contato direto com os veículos de distribuição, entregando e estabelecendo prazos e entregas das peças gráficas junto aos fornecedores, agências e veículos de comunicação.

Resumidamente aqui apresentamos uma agência e seus departamentos, na prática tudo acontece quase que simultaneamente, pois são vários os clientes que uma agência atende e administra campanhas de publicidade. Geralmente as agências estão focadas em clientes com determinado porte e tamanho, estou falando mesmo é de verba para publicidade (dinheiro), ou seja, clientes com capacidades de fazerem campanhas com cifras na casa dos seis dígitos, pois assim o seu faturamento também é muito maior já que ela é remunerada por comissões em cima do valor praticado pelas mídias e veículos de comunicação, mas isso não quer dizer que uma agência não atenda um pequeno cliente, ai vai de o cliente procurar a agência certa e expor suas necessidades e objetivo, uma maneira de você descobrir isso é procurar saber quem são os clientes da agência, assim você poderá perceber se a sua empresa está no mesmo nível deles, pois caso você não se enquadre no perfil de atendimento, você corre risco de ser um cliente desinteressante para agência, se você estiver muito abaixo do perfil de clientes dela pode acabar por gastar mais do que o necessário, mas é claro que muitas agências olham pelo potencial do cliente independente do tamanho dele hoje no mercado, isso porque a agência sabe que ela ajudando esse cliente a crescer ela também vai crescer junto e com certeza trará novos clientes, portanto avaliação, conversa e esclarecimentos é muito importante pois você estará entregando a imagem de sua empresa nas mãos de profissionais de comunicação.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

Essas definições e escolha da agência também refletem nos orçamentos e investimento que você irá fazer em propaganda em qualquer campo da publicidade seja on-line ou tradicional, como disse antes muitas das vezes em vários dígitos.

Algumas empresas preferem não contratar agências, mas em montar um quadro pequeno de profissionais de propaganda internamente dentro da própria empresa, ou seja, ela mantém constantemente e com uma atenção vip (exclusiva) destes profissionais voltados para os objetivos e metas da empresa, mas digamos que você não pode e não têm recursos para a primeira (contratar uma agência) ou a segunda situação, (montar um pequeno quadro de publicitários dentro da sua empresa), então neste caso você pode terceirizar o serviço para profissionais free-lancers, tais como designer, fotógrafos, jornalistas e publicitários, esses não são difíceis de encontrar, as vezes até as próprias agências indicam eles, ou ainda basta ligar para algumas empresas como gráficas, produtoras, jornais e fotógrafos que com certeza eles conhecerão pelo menos um ou dois de áreas correlatas e complementarem a deles e a remuneração deles geralmente são por projetos ou honorários previamente combinados, e não se esqueça se você pretende construir algo consistente e duradouro procure ter um relacionamento forte e duradouro com esses profissionais, peça para assinarem contratos de prestação de serviços e que os projetos sejam sempre por escrito e detalhados com cópias para ambos os lados, pois assim o controle e definição do objetivo das propagandas serão mais fáceis de serem analisados no todo e pelos profissionais envolvidos da sua empresa, assim tendo uma certeza clara do que realmente se está produzindo. Profissionais free-lancers são ótimos em trabalhar quando eles percebem que eles farão a diferença para a sua empresa e principalmente se os acordos de remuneração forem bons para ambos os lados e os pagamentos forem efetuados a risca, isso fará com que eles vejam que você realmente conta com a colaboração deles, afinal eles estudaram e se especializaram para isso, então o valorize-os pois, assim você terá um fornecedor de idéias muito ativo e consistentes por muito tempo. E já que estamos falando de remuneração desses profissionais, free-lancer tem um custo muito menor do que os praticados por agência de publicidade, não entenda que eles estão querendo desvalorizar as tabelas das agências, estão cobrando o que realmente é relevante para elas e até porque o número de profissionais envolvidos em uma agência é muito grande, automaticamente reflete nos orçamentos, já no caso dos free-lancers por serem eles próprios os responsáveis por muitas destas funções isso acaba por diminuir o tamanho da conta a ser paga, mesmo que você esteja trabalhando com vários free-lancers ao mesmo tempo e cada um em diferentes áreas do processo e do desenvolvimento do projeto, esse custo ainda se torna bem mais atraente e mais próximo da sua realidade.

Uma coisa muito importante é você estar trabalhando com vários free-lancers de diferentes áreas (ex.: designer, fotógrafo, redator, marketing), peça para eles se interajam e se relacionem para que assim todos possam ter um mesmo foco e objetivo no mesmo projeto como um todo, isso evita desacordos de idéias e atrasos em etapas do projeto, pois todos estarão pensando em sua empresa e principalmente em seu público alvo.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

• Dicionário e Nomenclaturas de Termos Técnicos –

- **2D Imagens 2D** - Consiste em uma figura que tenha altura e largura, apresentando assim a representação de uma imagem real em um plano bidimensional.

- **3D -Imagens 3D** - são imagens de duas dimensões elaboradas de forma a proporcionarem a ilusão de terem três dimensões, possuem altura x largura x profundidade.

- **Agência de publicidade** ou **agências de propaganda** são empresas responsáveis pela criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias.

- **Animação** – Produção de desenhos e imagens quadro a quadro, que ao projetar apresenta a ilusão de um movimento real. Em computação Gráfica significa a etapa ou processo de movimentar algo ou alguma coisa ou mesmo um personagem e isso pode ocorrer em um planos dimensionais de 2 ou 3 dimensões.

- **Arquitetura de Informação ou ainda Arquitetura de navegação** – É a denominação ao processo de análise e criação e definição de uma estrutura com hierarquias de acesso em um web site, ou seja é a maneira em que será distribuído, em que níveis e como será o acesso ao conteúdo quando o internauta está navegando em um site. É desta forma que se determina o que vem primeiro e o que vem depois em uma complexa estrutura de dados e de informação.

- **Arte Finalista** - é o profissional que faz arte gráfica, diagramação, design ou apenas finalização de arquivo para serem impressos. Podendo ser autônomo ou contratado de agências de publicidade e gráficas.

- **Asp** - O **ASP** (de **Active Server Pages**) é uma estrutura de programação em Script que se utiliza de VBScript, JScript, PerlScript ou Python processadas pelo lado servidor para geração de conteúdo dinâmico na Web.

- **Avi** - é a abreviatura de "Áudio Vídeo Interleave" e trata-se de um formato encapsulador de áudio e vídeo criado pela Microsoft cuja extensão oficial é .avi. É um dos formatos mais populares no mundo, sendo nativamente reconhecido pela maioria das versões do Windows e por todos os leitores de vídeo em computadores, que são compatíveis com o codec DivX. É o que todos podemos chamar de container: um espaço em que se guarda informação. O AVI pode ser um container de uma faixa de vídeo codificada em XviD, famoso codec atual. Combinado nesta faixa de vídeo, podemos ter um áudio em mp3. Isto é um AVI: um entrelace de áudio e vídeo, e cada um deles em suas respectivas proporções e particularidades.

- **Back litght** – Denominação dada para “painéis luminosos” que geralmente são colocados em ambiente externo as empresas e com grande circulação de pessoas. Chama-se de Back Light (Luz de trás) pois os painéis são construídos de maneira que a iluminação é feita pela parte de trás do mesmo, e são popularmente conhecidos como “Luminosos”, muito utilizado para à noite em fachadas de comércio e sinalização pública.

- **Banner de ponto de venda, Banner fixo, Banner institucional** – É um elemento importante no ambiente de comunicação visual da loja, é ele que anuncia o preço e as vantagens da mercadoria, promoção, chamando a atenção do cliente e contribuindo para a decisão de compra. Um grande cartaz confeccionado em material sintético plástico ou PVC e que são fixados ou pendurados nos pontos de

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

venda e tem a finalidade de informar e divulgar uma mensagem comercial, muito visto em bancos, lojas de celulares e supermercados e etc.

- **Banner interativo (web)** O **banner** é a forma publicitária mais comum na internet, muito usado em [propagandas](#) para divulgação de [sites](#) na [Internet](#) que pagam por sua inclusão. É criado para atrair um usuário a um site através de um [link](#). Embora todos os tipos de sites sejam suscetíveis a ter banners, são os sites com maior tráfego e conteúdo de interesse que atraem os maiores investimentos de anunciantes.

- **Bristorm ou tempestade de idéias** – Em uma empresa de comunicação onde trabalha diversos profissionais com o objetivo de criar e desenvolver soluções para os clientes, as idéias são as mais variadas, e o processo de reunião de idéias a qual irá se definir as diretrizes de uma campanha e das peças publicitárias se chama “ Tempestade de idéias” ou Braistorm, nesta reunião se reúne toda a equipe de criação – Diretor de criação, Diretor de Arte, Redator, Marketing e Mídia.

- **Businessman** – Homem de negócios, ou executivo como é denominado nas empresas de marketing e finanças.

- **Buss-Door** – Cartaz fixado em ônibus, cuja finalidade é informar mensagens comerciais de pequenas até grandes anunciantes.

- **Call Center** - Uma **central de atendimento** (em [inglês](#) *call center* ou os atuais *contact center*) é composta por estruturas física e de pessoal, que tem por objetivo centralizar o recebimento de ligações telefônicas, distribuindo-as automaticamente aos atendentes e possibilitando o atendimento aos usuários finais.

- **Capital ou Verba** – Dinheiro nada mais do que dinheiro, refere-se a quantia ou investimento que uma empresa irá dispor em determinado empreendimento, projeto, marketing e divulgação.

- **Case** – Um projeto de uma empresa ou cliente, este termo é muito usado pelas empresas de comunicação, mas que se refere a um projeto específico e que este mesmo superou as regras e padrões executados pelo mercado em geral, trazendo assim novas soluções, conceitos e idéias que resultaram tanto ao cliente como ao desenvolvedor trazendo um impacto e também em retorno financeiro.

- **CMYK** - é a abreviatura do sistema de [cores](#) formado por [ciano](#) (cyan), [magenta](#) (magenta), [amarelo](#) (yellow) e [preto](#) (black). O CMYK funciona devido à absorção de luz, pelo que as cores que são vistas vêm da parte da luz que não é absorvida. Este sistema é empregado por imprensas, impressoras e fotocopiadoras para reproduzir toda a gama de cores do [espectro visível](#), e é conhecido como *quadricromia*. É o sistema subtrativo de cores, em contraposição ao sistema aditivo, o [RGB](#) (Red, Green, Blue).

- **Contato Comercial ou Atendimento** – Profissionais que representam a empresa junto ao cliente.

- **Cotação** – Procedimento para verificar valores de um mesmo serviço ou ainda de um mesmo produto em diferentes fornecedores ou comércio do mesmo ramo e atividade.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- **Design** - (em alguns casos **projeto** ou **projecto**) é um esforço criativo relacionado à configuração, concepção, elaboração e especificação de um artefato. Esse esforço normalmente é orientado por uma intenção ou objetivo, ou para a solução de um problema.
- **Design Gráfico** - é uma forma de [comunicação visual](#). É o processo de dar ordem estrutural e forma à [informação](#) visual, trabalhando frequentemente a relação de [imagem](#) e [texto](#). Podendo ser aplicada a vários [meios de comunicação](#), sejam eles [impressos](#), [digitais](#), [audiovisuais](#), entre outros.
- **Designer** - é o profissional habilitado a efetuar atividades relacionadas ao [design](#). Normalmente o termo se refere ao [designer gráfico](#) (programador visual), [designer de produto](#) (desenhista industrial), uma série de tipos diferentes de designers e ainda de *projetista* (termo genérico para quem projeta).
- **Diretor de Arte** - O **diretor de arte**, ou **editor de arte** (chamado em inglês de "production designer" or "art director"), é geralmente aquele que gerencia a atividade de design e concepção artística de um produto audiovisual, incorporando uma série de funções, em [publicidade](#), [design editorial](#), [internet](#), [videogames](#), [cinema](#) e [propaganda](#).
- **Diretor de Criação** - em [propaganda](#) e [marketing](#) é o responsável pelo [departamento](#) de criação, aprovar e lapidar as peças criadas pelo redator e diretor de [arte](#).
- **Display** – Pequeno cartaz para balcões e vitrinas. Toda peça promocional a ser colocada em pontos de venda.
- **Executivo de Marketing ou Marqueteiro** --segundo os principais dicionários [brasileiros](#) ("Aurélio" e "Houaiss"), é "pessoa ou profissional do [marketing](#)". O termo, todavia, é quase sempre utilizado pela [imprensa](#) para designar especificamente aqueles profissionais que fazem "[marketing político](#)". Contudo, como a expressão carrega um viés depreciativo, estes preferem ser chamados de "profissionais do [marketing político](#)" ou "consultores políticos".^[1]
- **E-Zine** - é a contração de *electronic* e [fanzine](#), ou seja, um "fanzine eletrônico". Trata-se de uma publicação periódica, distribuída por [e-mail](#) ou postada num [site](#), e que foca uma área específica (como [informática](#), [literatura](#), [música experimental](#) etc).
- **Fonte, Font** – Todos os caracteres em uma família de tipos.
- **Frame** - é um conjunto de quadros (imagens) que formam um [filme](#) por inteiro.
- **Front-Light** – É o inverso de Back Ligth, este possui iluminação frontal na frente do Painel, Front Ligth (Luz Frontal).
- **Freelancer** - é o termo inglês para denominar o [profissional autônomo](#), que se auto-emprega em diferentes empresas ou, ainda, guia seus trabalhos por projetos, captando e atendendo seus clientes de forma independente. É uma tendência mundial no mercado de [jornalismo](#), [design](#), [propaganda](#), [web](#), [tecnologia da informação](#), [música](#) e muitos outros.
- **Home Page** - Página principal, página de entrada (ou *Home Page* em [inglês](#) é a página inicial de um [site](#) da [internet](#) (também chamado sítio). Compreende uma apresentação do site e de todo seu conteúdo.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- **Hot Site** – Mini-site.

- **Html** - (acrônimo para a [expressão inglesa](#) *HyperText Markup Language*, que significa *Linguagem de Marcação de Hipertexto*) é uma [linguagem de marcação](#) utilizada para produzir [páginas na Web](#). Documentos HTML podem ser interpretados por [navegadores](#). A [tecnologia](#) é fruto do "casamento" dos padrões [HyTime](#) e [SGML](#).

- **Ícone** - para a [Semiologia](#), é uma [imagem](#) que mantém com um determinado objeto uma relação de semelhança ou propriedade. Um ícone é uma abstração de algo que é do nosso [conhecimento](#) e apresenta pelo menos um traço em comum com o objeto representado.

- **Identidade Corporativa** - (em [inglês](#), *Corporate Identity*) pode ser definida como o conjunto de atributos que torna uma [empresa](#) especial, única. Esses atributos são classificados de *essenciais* e *acidentais*. Os primeiros são os atributos que se referem ao propósito da empresa, a missão e aos valores; os atributos acidentais contribuem para a descrição da empresa, mas não definem a sua essência.

- **Identidade Visual** - Conjunto de [elementos gráficos](#) que representam visualmente, e de forma sistematizada, um [nome](#), [idéia](#), [produto](#), [empresa](#), [instituição](#) ou [serviço](#). Esse conjunto de elementos costuma ter como base o [logotipo](#), um [símbolo gráfico](#) e conjunto de [cores](#).

- **Ilustrador** – Pessoa que desenha e ilustra uma imagem para uma peça comercial utilizando-se dos mais variados recursos a sua disposição, tais como: desenho, tinta, papel, colagem, computador, entre outros.

- **Ilustração** - Uma ilustração é uma [imagem](#) pictórica, geralmente [figurativa](#) (representando algo material), embora algumas raras vezes também abstrata, utilizada para acompanhar, explicar, acrescentar [informação](#), sintetizar ou até simplesmente decorar um [texto](#). Embora o termo seja usado frequentemente para se referir a [desenhos](#), [pinturas](#) ou [colagens](#), uma [fotografia](#) também é uma **ilustração**. Além disso, a ilustração é um dos elementos mais importantes do [design gráfico](#).

- **Interatividade** - Muito embora se trate de um fenômeno ainda novo, já está muito absorvido no nosso dia a dia esse convívio em [ambientes virtuais](#) que, com as novas tecnologias, torna-se cada vez mais interativo. Os veículos de [comunicação mediada](#) têm lançado mão de recursos técnicos que abrem cada vez mais o espectro de possibilidades nesse sentido, aumentando e modificando estruturalmente as formas de [interação social](#), ocasionando novas formas de relação e até mesmo criando novos paradigmas para elas. É importante nesse ponto esclarecer que a interatividade é o que possibilita ao indivíduo afetar e ser afetado por outro numa [comunicação](#) que se desenvolve num sistema de mão dupla que vamos analisar dentro da grande rede mundial de computadores, a [internet](#). Trataremos desse assunto, a seguir, tomando como base de análise o consumo nos ambientes virtuais interativos através das relações do sujeito com as [marcas](#), que acontecem sob certos aspectos de forma diferenciada dos espaços físicos. –

- **Layout** - (ou leiaute) é um esboço mostrando a distribuição física, tamanhos e pesos de elementos como [texto](#), [gráficos](#) ou figuras num determinado espaço. Pode ser apenas formas rabiscadas numa folha para depois realizar o projeto ou pode ser o projeto em fase de desenvolvimento.

- **Layout-man** - Profissional que trabalha em agências gráficas e empresas de comunicação ele é o responsável em materializar a idéia ou projeto gráfico concebido e elaborado pela equipe de criação.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- **Logomarca** - é um [neologismo](#) usado de forma empírica e genérica, para designar [logotipo](#), [símbolo](#) ou [marca](#), sem que haja consenso nem precisão absoluta ao que ele se refere, se apenas ao símbolo, ao logotipo ou ao sinal misto (combinação de ambos). O seu uso está popularizado no Brasil e o termo consta do dicionário Aurélio. No entanto, o termo é considerado inadequado por alguns designers por, segundo eles, não possuir a necessária precisão.

- **Logotipo** - refere-se à forma particular como o nome da marca é representado graficamente, pela escolha ou desenho de uma [tipografia](#) específica. É um dos elementos gráficos de composição de uma [marca](#), algumas vezes é o único, tornando-se a principal representação gráfica da mesma.

- **Mala Direta** – Remessa de impressos através do serviço de correios, geralmente trata-se de um informativo impresso com propaganda de produtos ou serviços.

- **Marca** - é a [representação](#) simbólica de uma [entidade](#), qualquer que ela seja, algo que permite identificá-la de um modo imediato como, por exemplo, um sinal de presença, uma simples [pegada](#). Na [teoria](#) da [comunicação](#), pode ser um [signo](#), um [símbolo](#) ou um [ícone](#). Uma simples [palavra](#) pode referir uma marca.

- **MySQL** - é um sistema de gerenciamento de [banco de dados](#) ([SGBD](#)), que utiliza a linguagem [SQL](#) (Structured Query Language - Linguagem de Consulta Estruturada) como interface. É atualmente um dos bancos de dados mais populares, com mais de 10 milhões de instalações pelo mundo.

- **Mercado** – Região, zona, local ou população a que se dirigem as mensagens ou a que se destinam os produtos, etc.

-**Merchandising** – Planificação, estratégia das operações de marketing. Geralmente a propaganda ela é apresentada por meio de ações específicas e em ambientes e locais onde se encontra o mercado alvo.

- **Mídia** - No [Brasil](#), o termo mídia foi criado a partir do aportuguesamento do [inglês](#) "media", para designar a função, o profissional, a área, o trabalho de mídia ou o ato de planejar, desenvolver, pensar e praticar mídia, nas agências de publicidade.

- **Mídia Eletrônica** - Mídia refere-se aos veículos utilizados em uma [campanha publicitária](#). Esses veículos são geralmente classificados em categorias: rádio, TV.

- **Mídia Tradicional** – Simplesmente se refere ao planejamento e divulgação nos modelos convencionais de publicidade, (Cartaz, folheto, impressos em geral, TV, Rádio, Out-Doos e similares).

- **Modem** – Aparelho que fornece a comunicação entre computador e provedor de acesso a internet.

- **Multimídia** - A Multimídia digital é qualquer sistema que permita o armazenamento e manipulação de dados e informação através de uma variedade de formas como som, texto, gráficos, animação e vídeo. Multimídia ([Portugal](#)) ou multimídia ([Brasil](#)) é a combinação, controlada por computador, de pelo menos um tipo de [media](#) estático ([texto](#), [fotografia](#), [gráfico](#)), com pelo menos um tipo de media dinâmico ([vídeo](#), [áudio](#), [animação](#)). Quando se afirma que a apresentação ou recuperação da informação se faz de maneira multissensorial, quer-se dizer que mais de um sentido humano está envolvido no processo, fato que pode

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

exigir a utilização de meios de comunicação que, até há pouco tempo, raramente eram empregados de maneira coordenada, a saber. O termo *multimídia* refere-se portanto a tecnologias com suporte digital para criar, manipular, armazenar e pesquisar conteúdos. Os conteúdos multimídia estão associados normalmente a um [computador pessoal](#) que inclui suportes para grandes volumes de dados, os [discos ópticos](#) como os CDs(CD-ROM,MINI-CD,CD-CARD) e DVDs, abrange também nas ferramentas de informática a utilização de arquivos digitais para a criação de apresentações empresarias, catálogos de produtos,exposição de eventos e para catálogos eletrônicos com mais facilidade e economia. Privilegiando o uso dos diversos sentidos [visão, audição e tato](#) este tipo de tecnologia abrange diversas áreas de informática.

- **News Letter** – Peça publicitária de divulgação em massa através de e-mails.

- **Off Set** – Método de impressão litográfica indireta em que a imagem ou os caracteres, gravados por processo fotoquímico em uma folha de metal flexível (chapa), geralmente zinco ou alumínio, são transferidos para o papel por intermédio de um cilindro de borracha.

- **Out-Door** – Propaganda ao ar livre, geralmente em cartazes e painéis de 8, 16,32 folhas, etc.

- **Php** - (um [acrônimo](#) recursivo para "*PHP: Hypertext Preprocessor*") é uma [linguagem de programação](#) de computadores [interpretada](#), [livre](#) e muito utilizada para gerar conteúdo dinâmico na [World Wide Web](#), como por exemplo a [Wikipédia](#). Apesar de ser uma linguagem de fácil aprendizagem e de utilização para pequenos scripts dinâmicos simples, o PHP é uma poderosa linguagem orientada a objetos.

- **Projeto Gráfico** - É o estudo que definirá as características visuais de um peça de [design gráfico](#). É um conjunto de elementos que formam e dão característica a um meio de informação. Exemplo no jornal impresso, o projeto gráfico é o formato, número de páginas, tipo de papel, tamanho das letras, mancha, diagramação etc.

- **Promocional** – Relativo a promoção.

- **Quick Time** – Programa Player de vídeo para ler os mais diferentes formatos de vídeo na internet principalmente extensões “.mov”.

- **Recall** – Retorno esperado pelo público alvo em relação a determinada ação de marketing aplicada.

- **Redator-publicitário** - Redator, em [publicidade](#), é o responsável pelo [texto](#) do [anúncio](#), ou seja, a [mensagem](#) que será enviada, a forma como será escrita, etc.

- **Rough (lê-se Rafe)** – Rascunho de um projeto gráfico de um peça publicitária.

- **RGB** – Padrão de cores utilizado pelos monitores de computadores do mundo todo (R –Red, G – Green, B – Black).

- **Slogan** – Frase de impacto e com forte apelo emocional a ponto de memorizar na mente do público alvo quando a mesma é muito repetida e este o observador assimila com facilidade, esta mensagem deve representar em poucas palavras o conceito e a política de um empresa ou produto.

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- **Storyboard** – Arte seqüencial de desenhos tipo uma história em quadrinhos, o storyboard é baseada em um roteiro para um filme a ser produzido seja ele comercial ou não, têm por finalidade, demonstrar enquadramento, posição de atores e cenários, assim todos os envolvidos terão uma visualização do que se deve filmar.
- **Stream** – Processo que se dá no descarregamento de áudio e vídeo na internet, através desta tecnologia o vídeo e o áudio vão sendo mostrado no monitor na medida em que as informações vão chegando ao computador do usuário.
- **Telemarketing** – Ferramenta de marketing em que a finalidade é alcançar o público alvo através do telefone, o profissional desta área oferece ao cliente produto ou serviço que a empresa está oferecendo junto ao mercado em potencial.
- **Vinheta** – Termo que se dá a uma apresentação visual em vídeos e impressos como revistas e jornais, em vídeos muito utilizados em aberturas de programas e novelas com muito recurso visual e gráficos animados com áudio. Em impressos para designar e separar tópicos e conteúdos distintos.
- **Xml** – Linguagem de programação utilizadas em web sites.
- **Web 2.0** – É a internet que conhecemos mas bem mais aberta e mais interativa difundida no mundo todo, trata-se de uma tecnologia de comunicação a onde o internauta tem mais poder de interatividade com o web site e também estes são mais adaptáveis a qualquer tipo e padrão de navegador, largura de banda e monitores de computadores.
- **Web Design** - O **web design** é uma extensão da prática do [design](#), onde o foco do [projeto](#) é a criação de [web sites](#) e documentos disponíveis no ambiente da [web](#).
- **Web Developer** – Profissional de Tecnologia da informação cuja função a desempenhar é dar suporte e manutenção em Web Sites com muita configuração e interatividade, é muito requisitado por grandes portais de conteúdo na internet, está centralizado mais em programação e sistemas computacionais voltados para a grande rede de comunicação a internet.
- **Web Marketing** - O **web marketing** é o nome dado ao conjunto de instrumentos e 'modus operandi' que realça a presença ou a existência de uma empresa, profissional, pessoa, ou mesmo uma idéia em uma área pré definida ou em toda rede mundial de computadores interligados com a utilização da internet.
- **Web Site** - Um **site** ou **sítio** é um conjunto de [páginas Web](#), isto é, de [hipertextos](#) acessíveis geralmente pelo protocolo [HTTP](#) na [Internet](#). O conjunto de todos os *sites* públicos existentes compõem a [World Wide Web](#). As páginas num *site* são organizadas a partir de um [URL](#) básico, onde fica a [página principal](#), e geralmente residem no mesmo [diretório](#) de um [servidor](#). As páginas são organizadas dentro do *site* numa [hierarquia](#) observável no URL, embora as [hiperligações](#) entre elas controlem o modo como o leitor se apercebe da estrutura global, modo esse que pode ter pouco a ver com a estrutura hierárquica dos arquivos do *site*.
- **Webmaster** - Um **webmaster** é um profissional que tem por finalidade a tarefa de instalar, dar manutenção, criar e realizar a gestão de um determinado [site](#). Por vezes, o **webmaster** acumula a tarefa de administração de servidores na qual se hospeda o [site](#).

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

- **Wmv** – Windows Media Vídeo - Formato de vídeo mundialmente usado nos computadores, pois é o formato desenvolvido pela Microsoft e vem junto com o sistema operacional Windows.

- **Www** – Word Wild Web significa rede mundial de computadores ou como é conhecida de Internet.

• Designer, Associações e Entidades Técnicas

ABAP- Associação Brasileira de Agências de Propaganda
<http://www.abap.com.br/> - e-mail:abap@abap.com.br

ABP – Associação Brasileira de Propaganda
<http://www.abp.com.br/> - e-mail:abp@abp.com.br

ABEMD – Associação Brasileira de Marketing Direto
<http://www.abemd.org.br/>

ADG – Associação dos Designers Gráficos
<http://www.adg.org.br/>

ABRE – Associação Brasileira dos Representantes de Veículos de Comunicação
<http://www.abre.inf.br/>

ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
<http://www.abert.org.br/>

ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil
<http://www.advbfm.org.br/>

ALAP – Associação Latino-Americana de Agências de Publicidade
<http://www.alap.poa.terra.com.br/>

Guia Prático de Web MKT e MKT Tradicional

• Sobre o Autor –

Carlos Delmondes - Designer com 41 anos de idade natural de Maringá-PR Brasil que atua nas áreas de Treinamentos, Cursos, Projetos, Consultoria, Comunicação em Artes Visuais, Design, Computação Gráfica, Multimídia, Propaganda e Publicidade juntamente em parceria com outros profissionais vem desenvolvendo projetos para diversos segmentos do mercado utilizando os modernos recursos da tecnologia da Computação Gráfica e Multimídia.

Tenho como objetivo solucionar os problemas de comunicação através do Design, da Arte do Som e da Imagem, causando assim um bem estar social e profissional para as empresas e seus consumidores.

E por missão sempre procurar dar o melhor da minha capacidade, oferecendo assim um serviço personalizado e único de acordo com a necessidade de cada cliente.

Ao longo destes anos fui me aperfeiçoando e me atualizando, trabalhando em diversas empresas e prestando serviços para inúmeras outras ampliando assim a experiência e conhecimento profissional.

----- • -----
Estamos a disposição em nossos sites/blogs e pelos nossos e-mails para qualquer dúvida ou sugestão:

E-mails: crdsdesign@hotmail.com • crdsdesign@gmail.com

Sites/Blogs:

- www.crdsdesign.wordpress.com
- www.brasilmultisite.wordpress.com
- www.brasilshopmais.wordpress.com
- www.cursodeartesbr.wordpress.com

----- • -----
Carlos Delmondes
O Autor



WEB MARKETING E MARKETING TRADICIONAL

Divulgando o seu Site na Internet e no Mundo Real

1ª Edição

Carlos Delmondes