

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

FLÁVIO DOS SANTOS BARENCO PINTO

CONTROLE DO AMBIENTE DIGITAL E MARKETING 4.0
COM APLICAÇÕES MOBILE E WEB.
CLIENTE - COLÉGIO ESPAÇO VERDE

VOLTA REDONDA
2019

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CONTROLE DO AMBIENTE DIGITAL E MARKETING 4.0
COM APLICAÇÕES MOBILE E WEB.
CLIENTE - COLÉGIO ESPAÇO VERDE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Design do UniFOA como requisito à obtenção do título de bacharel em Design.

Aluno:

Flávio dos Santos Barenco Pinto

Orientador:

Prof. Bruno Correa

VOLTA REDONDA
2019



Fundação Oswaldo Aranha

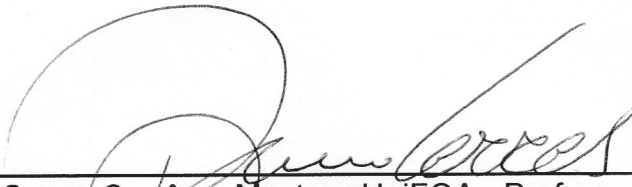


FOLHA DE APROVAÇÃO

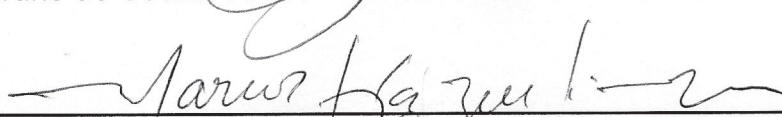
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: Controle do Ambiente Digital e Marketing 4.0 com Aplicações Mobile e Web. Cliente – Colégio Espaço Verde
Elaborado por Flávio dos Santos Barenco Pinto
apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design

Aprovada em 27 de junho de 2019.

Banca Avaliadora



Bruno de Souza Corrêa – Mestre - UniFOA - Professor Orientador



Marcos Kazuiti Mitsuyasu – Doutor - Professor Avaliador



Silvio Wander Machado – Mestre – UniFOA - Professor Avaliador

Dedico esse trabalho aos muitos amigos que estiveram comigo, minha família que mesmo não entendendo minhas escolhas sempre tiveram fé em mim e aos mestres que me elucidaram durante está jornada.

Agradeço a quem tenha dividido momentos comigo e que me modificaram através das experiências do conhecimento fraterno, da identidade pessoal e da identificação profissional. Pois dividir seu tempo com outros é o maior tesouro que o ser humano pode ofertar.

RESUMO

Esse presente projeto tem como objetivo o desenvolvimento de um ambiente digital no formato de Landing Page, visando a captação de novos clientes para o Colégio Espaço verde, o qual inaugura sua nova unidade dedicada ao ensino fundamental I e II. Sendo que através do trabalho em conjunto dos diferentes atores do processo de criar busca-se chegar em um resultado eficiente, através da análise do comportamento de consumo e acesso digital por parte dos usuários.

Procurando qualificar e estruturar a árvore de etapas do sistema de criação, foi utilizada a análise metaprojeto dos processos de design. Com o estudo concluído dentre as metodologias disponíveis foi selecionado a doutrina segundo a teoria do Design Thinking na sua especificidade, O Double Diamond.

Sendo dos objetivos finais: a conversão do funil de vendas através do acesso e pré cadastros feitos por novos e antigos clientes da instituição, a apresentação do posicionamento de mercado da empresa, o rebranding dos seus valores institucionais e a apresentação do Colégios em suas outras mídias.

Palavras-chave: Design de Interface, UX|UI, Marketing

ABSTRACT

This project aims to develop a digital environment in the format of Landing Page, aiming at attracting new customers to the Colégio Espaço Verde, which inaugurates its new unit dedicated to elementary education I and II. Being that through the work together of the different actors of the process of creating seeks to arrive at an efficient result, through the analysis of consumer behavior and digital access by the users.

In order to qualify and structure the tree of steps of the creation system, we used the metaproject analysis of the design processes. With the study concluded among the available methodologies was selected the doctrine according to the theory of Design Think in its specificity, The Double Diamond.

The final objectives are: the conversion of the sales funnel through the access and pre-registrations made by new and old clients of the institution, the presentation of the company's market position, the rebranding of its institutional values and the presentation of the Colleges in its other media .

Keywords: Design, Interface Design, UX|UI Marketing

SUMÁRIO

1 - Introdução.....	13
1.1 - Delimitação.....	17
1.2 - Objetivos.....	18
1.3 - Justificativa.....	18
1.4 - Metodologia.....	19
1.4.1 - Metaprojeto.....	19
1.4.2 - Double Diamond.....	22
1.4.3 - Design Thinking.....	23
2 – Desenvolvimento.....	26
2.1 - Descobrir.....	26
2.1.1 - Imersão Preliminar.....	26
2.1.2 - Pesquisa Desk.....	28
2.1.3 - Pesquisa Exploratória.....	32
2.1.4 - Imersão em Profundidade.....	52
2.2 - Definir.....	58
2.2.1 - Quadro de Canvas para modelo de negócio.....	58
2.2.2 - Viabilidade mercadológica.....	60
2.2.3 - Cronograma.....	61
2.2.4 – Preços.....	62
2.2.5 - Síntese.....	62
2.3 - Desenvolver.....	63
2.3.1 - Ideação.....	63
2.3.2 - Ferramentas.....	63
2.3.3 - Desenvolvimento.....	63
2.3.4 - Aprovação.....	66
2.3.5 - Jornada do usuário.....	66
2.3.6 - Definir versões.....	67
2.3.7 - Mapa estratégico.....	77
3 – Conclusão.....	78
3.1- Despachar.....	78
3.1.1 - Prototipação.....	78
3.1.2 - Sub sistemas e funcionalidades.....	78
3.1.3 - Mídias complementares.....	89
3.1.4-Feedbackdosusuários.....	100

3.1.5-Custo Final.....	100
3.1.6-Aplicação.....	100
3.1.7 - Parceiros comerciais.....	100
3.1.8-Lançamento.....	100
3.2 - Considerações finais.....	100
4 - Referências.....	102

LISTA DE QUADROS

Infográfico 01: Double Diamond.....	23
Infográfico 02: Fases do Design.....	25
Imagem 01: Nuvem de etiquetas.....	26
Infográfico 03: Método Bottom-up de Jesse J. Garrett.....	33
Interface Visual 01: Colégio Interativo.....	36
Wireframe 01: Colégio Interativo.....	37
Fluxograma de Navegação 01: Colégio Interativo.....	39
Interface Visual 02: Colégio N. Sra. Rosário.....	41
Wireframe 02: Colégio N. Sra. Rosário.....	42
Fluxograma de Navegação 02: Colégio N. Sra. Rosário.....	44
Interface Visual 03: Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	46
Wireframe 03: Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	47
Fluxograma de Navegação 03.1: Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	49
Fluxograma de Navegação 03.2: Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	50
Fluxograma de Navegação 03.3: Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	51
Infográfico 04: Quadro de canvas.....	59
Infográfico 05: Jornada do usuário.....	66
Fluxograma de Navegação 04 - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	68
Wireframe 04: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	69
Wireframe 05: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	70
Interface Visual 04: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	71
Interface Visual 05: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	72
Interface Visual 05.1: Mobile Links 06, 07, 08 - L.P. Colégio Espaço Verde.....	73
Logo 01: Landing Page Colégio Espaço Verde.....	74
Fonte 01: Fonte Primária - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	75
Fonte 02: Fonte Complementar - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	76
Interface Visual 06.1: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	80
Interface Visual 06.2: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	81
Interface Visual 06.3: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	82
Interface Visual 07.1: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	83
Interface Visual 07.1: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	84
Interface Visual 07.1: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	85
Banner 01.1: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	86
Banner 01.2: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	86
Banner 01.3: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	86
Banner 02.1: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	87
Banner 02.2: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	87

Banner 02.3: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde.....	88
Imagem 02: Mock up - Livreto.....	89
Campanha Institucional 01: Landing Page Colégio Espaço Verde.....	90
Campanha Promocional 01: Landing Page Colégio Espaço Verde.....	91
Livreto 01.1: Capa.....	92
Livreto 01.2: Página 01.....	93
Livreto 01.3: Página 02.....	94
Livreto 01.4: Página 03 (Dupla).....	95
Livreto 01.5: Página 04 (Dupla).....	96
Livreto 01.6: Página 05.....	97
Livreto 01.7: Página 06.....	98
Livreto 01.8: Contra Capa.....	99

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: PNI Colégio Interativo.....	38
Tabela 02: PNI Colégio N. Sra. Rosário.....	43
Tabela 03: PNI Colégio Macedo Soares REDE MV1.....	48
Tabela 04: Personas.....	55
Tabela 05: Cronograma.....	61
Tabela 06: Mapa estratégico.....	77

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice 01: Questionário do Cliente.....	103
---	-----

1 - INTRODUÇÃO

O ambiente digital é o maior conversor de informação já criado pela humanidade dentro de toda a sua história. Bilhões de pessoas estão conectadas diariamente, através de relações essenciais para seus cotidianos: entre si, seus governos e instituições, tanto privadas e públicas.

Em 2018 foi apresentado pelo site Canal Tech um artigo escrito por Felipe Dermatini que elucida através de pesquisas da Fundação Getúlio Vargas o cálculo da proporção de 220 milhões de aparelhos celulares em funcionamento para 207,6 milhões de habitantes no Brasil. O IBGE também em 2018 apontou que, 138 milhões de brasileiros possuem ao menos um aparelho de telefonia móvel, o que na data corresponde a 77,1% da população nacional acima de 10 anos e que dessa população 116 milhões estão conectadas a internet no ano de 2017.

Dados como esses confirmam a massiva presença da tecnologia de comunicação no nosso cotidiano e de como dispomos dela como ferramenta para facilitar nossas vidas. A conectividade é tão difundida dentro dos lares brasileiros que a presença de celulares é somente uma parcela do ambiente digital, contando também com transições multimídia em mais de uma tela de navegação.

Ao citar as telas, apontamos que um usuário está conectado simultaneamente em mais de uma plataforma de navegação de interface. Em grande parte das vezes revisitando o mesmo conteúdo em formatos de acesso diferentes, o que atualmente gera uma nova necessidade técnica: a responsividade, que a partir desse momento será tratada dentro do conteúdo presente como um fundamento básico do design.

Esse “mundo fora do mundo”, onde navegamos de forma cotidiana, preenche-se diariamente com novos conteúdos, informações e oportunidades de negócios. Empresas e modelos de consumo surgem completamente no ambiente digital ou vem se adaptando para se inserir de forma eficiente em novos mercados cada vez mais competitivos, sendo que esse diferencial já vem sendo implementado como prática inicial em alguns casos.

Onde partir desses dados e constatações, iniciamos o processo de projetar para o Colégio Espaço Verde um produto que venha a suprir a sua necessidade oriunda da ausência de sua presença on-line, de forma coerente através do seu discurso, seus serviços, valores, seu público, projetos e desenvolvimento empresarial.

O Colégio Espaço Verde é umas das mais antigas instituições de ensino em atuação atualmente na cidade de Volta Redonda, iniciando suas atividades no ano de 1991 e em 2019 completando 28 anos de funcionamento contínuo.

Voltado para a educação infantil, creche e berçário. O cliente vive o encerramento de uma antiga parceria com a instituição colégio Interativo, em função da sua expansão para uma nova etapa educacional dentro das suas competências: o ensino fundamental de 1º ao 9º ano.

O projeto se inicia quando o colégio através dos serviços contratados levanta a demanda para a captação de matrículas voltadas para este novo ramo de atividade. Apresentando a necessidade inicial de um sistema capaz de o fazê-lo.

Em segundo plano é requerido que através desse sistema, inicia-se um discurso empresarial e educacional de preparação e desenvolvimento do individuo para o futuro, através da aplicação da inteligência emocional.

Começa aqui a proposta para o desenvolvimento de um projeto em paralelo com esse referido trabalho de conclusão de curso, visando o criar um sistema multimídia embasado nos fundamentos de design e complementado pelos do marketing. Norteados pelas noções de responsividade, interatividade, navegabilidade e acessibilidade.

Sendo tema de tutela do Design: a editoração, competências da comunicação, diagramação de projetos visuais e seu desenvolvimento. Relacionamos que para produzir uma nova media devemos entender as ferramentas adequadas para a sua criação e princípios para o seu funcionamento.

Dentro do design digital as múltiplas interfaces e layouts são desenvolvidos especificamente através do Web Design e suas ferramentas. Dispostas em fases complementares que envolvem conhecimentos que permeiam a programação e o design gráfico para áreas profissionalmente especializadas: o front-end e back end.

Front-end e back-end são dois aspectos que, como a nomenclatura já sugere, se referem aos níveis necessários para desenvolver sistemas digitais de interfaces: com partes posteriores voltadas para a navegação e usabilidade e anteriores focadas em lógica e programação. Sendo de competência do front-end a interface entre o sistema e o usuário enquanto o back-end escreve os códigos de programação que emulam as funções do sistema através da lógica e arquitetura de dados nas plataformas digitais web.

Dentro dessas duas definições encontraremos a aplicabilidade de linguagens de programação devolvidas para organizar a estrutura da navegação e a sua acessibilidade. Uma sintaxe de programação, onde predominantemente encostraremos o HTML, o Java e o CSS. Existem linguagens mais avançadas voltadas para as funções específicas da programação de dados, as quais não serão abordadas aqui por não se relacionarem preliminarmente com o projeto.

Criado por Tim Berners-Lee em 1998 para a comunicação entre o cliente e servidor em redes HTTP, o HTML é a linguagem de programação responsável pelo surgimento da internet e também é utilizada para desenvolver plataformas web. Sua nomenclatura vem do acrônimo Hypertext Markup Language, sendo a sua principal característica a legibilidade tanto humana quanto para a máquina. Onde através dela estrutura-se a interface de um site, complementarmente o javascript e css são bibliotecas de hypertext responsáveis pelo comportamento de estilos gráficos que articulam a navegabilidade dos elementos que constituem as interfaces.

Essas ferramentas serão utilizadas para erguer a estrutura das interfaces de um ambiente digital web/mobile. Mas por si só não definem ou garantem a aplicação dos princípios da responsividade, usabilidade e funcionalidade. Esses aspectos são definidos ou compõe-se quando relacionados dessa forma ao que chamamos de user experience ou a sigla UX.

Dentro do UX ou UX Design o que define a experiência do usuário é a capacidade do indivíduo ao utilizar de forma cognitiva as interfaces de um sistema de forma intuitiva. Jakob Nielsen e Rolf Molich em 1990 apresentaram as 10 heurísticas dos princípios gerais do design de interface do usuário, que até hoje orientam o desenvolvimento de ambientes digitais.

Esses 10 princípios gerais são: visibilidade do estado de sistema, equivalência entre o sistema e o mundo real, liberdade e controle do usuário, consistência e padrões, prevenção de erro, reconhecer ao invés de lembrar, flexibilidade e eficiência de uso, estética e design minimalista, auxiliar usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar ações erradas, ajuda e comunicação.

Em outras palavras o sistema de interface deve informar ao longo da interação o que está acontecendo e seu status atual, havendo coerência com a comunicação do usuário sem apresentar vernáculos técnicos ou nomenclaturas do sistema fora aquelas previstas pela interface. Nunca se impondo ou tomando do usuário a capacidade de tomar decisões, facilitando-a através de atalhos de regressão ou novos fluxos de navegação mantendo o orientado de forma intuitiva através de padrões de interação coerentes com iconografias definidas e apresentando a informação de forma coerente, cognitiva e didática.

Dispondo de transições que possibilitem a correção de erros e confirmações para atitudes ou condições irreversíveis pelo sistema. Tendo o fluxograma de navegação disposto para criar familiaridade nativa com o usuário de forma reconhecível e que não envolva reaprendizagem. Fomentando que usuários novos usem com facilidade enquanto antigos usuários possam desenvolver a agilidade de UX anteriores, através de design minimalista e coerente com o ambiente.

“Na Web, a usabilidade é uma condição necessária para a sobrevivência. Se um site é difícil de usar, as pessoas saem. Se a página inicial não indicar claramente o que uma empresa oferece e o que os usuários podem fazer no site, as pessoas saem. Se os usuários se perderem em um site, eles saem. Se as informações de um site são difíceis de ler ou não respondem às perguntas-chave dos usuários, elas saem. Note um padrão aqui?” (Texto traduzido de "Usability 101: Introduction to Usability" by Jakob Nielsen, www.nngroup.com. January 4, 2012.)

Pro fim ainda deve-se fornecer ao usuário a capacidade de reconhecer e lidar com erros dentro da interface, fornecendo ferramentas de contato, FAQ e comunicação através de mensagens de erro para que o mesmo possa auxiliar o sistema a funcionar adequadamente.

1.1 - Delimitação

Dentro do segmento qualificado anteriormente como foco para o desenvolvimento do projeto, irão se arguir sua necessidade, funcionalidade, aplicabilidade e objetividade do meio proposto como media.

Derivando os resultados alcançados na forma de dados, criando um mapa de vendas e perfil de usuário para o catálogo da empresa. Esses processos voltados e pensados para interagir com o consumidor final tem com base segmentos abordados pelo design e matérias complementares a sua ementa como o marketing.

Sendo nesse momento apresentado a necessidade de aplicação de ferramentas suplementares ao processo de projetar para o presente caso.

Ao buscar-se embasamento para a corroboração da aplicabilidade dos elementos do marketing ou marketing 4.0 no processo de design, encontramos a relação entro o elemento comum, o usuário na seguinte citação do Ezio Manzini:

“A próxima economia não é orientada pelo produto. A melhor estratégia para superar a crise, o melhor caminho a seguir, é aumentar o sistema e serviços. Por essa razão, dada a natureza dessa atividade, a próxima economia (principalmente) orientada pelos serviços: uma economia baseada em redes sociais e tecnológicas, em que pessoas, produtos e lugares interagem para obter um valor de reconhecimento comum” (Ezio Manzini, Dr., Politecnico di Milano / DESIS Network 2010)

Ezio apresenta e faz uso recorrente durante a introdução do livro Meta-projeto de Dijon de Moraes do conceito de próxima economia, sendo ela cunhada tanto nas especificidades do design quanto do marketing ao propor o pensamento final para a necessidade dos usuários fomentando uma arquitetura de projeto voltada para os mesmos.

Arguindo valores concomitantes tanto para as medias de comunicação, as empresas comunicadoras e os clientes comunicados. Sendo que esses processos por si só ou observados em natura nos ajudam a delimitar as áreas de aplicação e conhecimento científico as quais atuaremos.

Agora, identificadas as bases para o início do projeto também delimitaremos dentro das definições propostas os sistemas e ferramentas aos quais iram ser tratados aqui.

1.2 - Objetivos

A partir do instante em que colocamos a prerrogativa de gestão empresarial, articulada pelos polos do design e do marketing, definimos que os objetivos presentes para o efetivo desenvolvimento do branding, web design e gestão de relacionamento com o cliente como polo direcional para as demandas que devemos atingir.

Dentro do que compete ao branding se procura dispor aos consumidores finais e clientes as articulações dos elementos institucionais da marca, expondo seus valores, qualificações, prerrogativas para vincular-se dentro do cotidiano do público como elemento comum ao consumo dos mesmos.

Quanto ao web design, são seus objetivos alcançar através dos princípios e fundamentos da usabilidade e responsividade o melhor uso possível com o mínimo de disruptura entre o usuário, as interfaces e o sistema de dados.

E enquanto a gestão de relacionamento com o cliente dentro dos princípios do marketing visa estabelecer através da sua metodologia a criação de um produto ou serviço adequado as demandas, desejos e necessidades dos usuários de forma que os venha a atender da forma mais eficiente e melhorar as relações entre empresa e consumidor final.

Onde através da conversão desses três alicerces do conhecimento, representados através das suas especificações, poderemos alcançar uma solução eficiente para a comunicação e fundação empresarial do cliente em seu novo momento comercial, criando canais de mídia adequados, práticas de gestão de conteúdo, relacionamento comercial com fornecedores e soluções práticas para vendas.

1.3 - Justificativa

A crise econômica instaurada no Brasil e o aumento recente do desemprego representam grandes desafios para as Instituições de Ensino na hora de captar alunos. A concorrência cresceu e se potencializou e a crise afetou o orçamento da população para investimentos na educação. Municar-se de todas as ferramentas para se destacar da concorrência que não para de crescer é a única opção para se manter no mercado. Sendo que a solução pode estar no design e marketing digital que comprovadamente através das suas respectivas metodologias criam resultados expressivos.

Segundo a pesquisa "TechTrends: Benchmarks de Ferramentas para Instituições de Ensino", cerca de 40% das instituições respondentes afirmam que perceberam uma melhora considerável em seus resultados ao utilizarem os mesmos. De

acordo com a pesquisa, as Landing Pages são usadas por 32,7% dos respondentes.

Todos os apontamentos e oportunidades apresentados até aqui permitem constatar uma clara oportunidade para a inovação dentro de um mercado nitidamente em crise, qualificando esse case para um desenvolvimento profundo. Com a aplicação dos conceitos do design digital, UX design, marketing entre outros.

1.4 - Metodologia

1.4.1 - Metaprojeto

Ao definirmos o segmento de atuação, selecionarmos as ferramentas à serem implementadas e as áreas do conhecimento para corroborar nossas práticas de projeto, chegamos ao momento de definirmos qual a metodologia regimentadora usaremos para qualificar e orientar as etapas a seguir.

Encontrando uma vasta gama de possibilidades metodológicas para utilizar, todas voltadas para o desenvolvimento do pensamento de design, identificamos a necessidade de aplicar um critério anterior para a seleção das mesmas. Adotando as atribuições e competências geradas por um metaprojeto.

O metaprojeto consiste na definição de um entendimento não linear voltado para a organização e percepção de linhas cognitivas dentro do cenário mercadológico moderno. Voltadas para os princípios do conhecimento de design, ao aludir-se de mudança sistemática, visões de sustentabilidade e qualidades sustentáveis.

Levando o pensamento e o entendimento do fundamento do design como agente modificador e qualitativo para os processos humanos. Sendo que ao gerenciar essas relações, por si só gera o que chamamos de uma rede de design, onde diferentes atores e personas do nosso cotidiano comum, através das suas relações, geram resultados ao processo de projetar. Tanto de forma científica quanto empírica.

Fatores como a complexidade do momento moderno que a sociedade vivência com, a articulação contínua de relações híbridas não lineares dos seus elementos não assumem mais a capacidade de serem abordados somente com metodologias puramente objetivas. O que por sua vez define-se como uma entidade complexa ao realizar o item composto por ao menos dois componentes que não podem mais se relacionar independente um do outro com as mesmas capacidades.

Sendo de papel do designer a gestão das relações entre tais entidades complexas, regimentado-as de forma similar à de um maestro que fomenta e aborda novas oportunidades com as informações que possui entre os elementos musicais da sua orquestra, analisando toda a potencialidade dos seus músicos e respectivamente das capacidades as quais um projeto possa alcançar.

Ou seja, a necessidade do metaprojeto ou o ato de planejar o design do design existe para abordarmos e selecionarmos o método ideal ou mais eficiente para a desenvoltura do projeto embasando-se em uma plataforma preliminar de conhecimento dos elementos através da reflexão sobre os mesmos. Não sendo a responsabilidade do mesmo criar soluções mas sim fornecer critério para definirmos a metodologia e ferramentas mais adequada para oferecer resultados efetivos em um cenário mutável e dinâmico. Sendo que, de acordo com Michella Denis:

“Podemos a esse ponto chegar a definição de metaprojeto como o percurso que precede a fase do projeto no sentido operativo; é o momento no qual se observa o existente, explicitam-se escopos, objetivos e meios projetuais. Em outras palavras, observa-se o que já existe de similar ou com as mesmas funções, interroga-se sobre o próprio papel do enunciador (a empresa, o projetista) e do enuciatário (a qual usuário será destinado o projeto), sobre o público-alvo possível (individualizar os grupos de usuários/consumidores possíveis). Imaginam-se cenários, práticas de uso a esses conexos (DENI, 2008, p.98)”

Ou seja, sendo um espaço anterior ao desenvolvimento do projeto onde pode-se relacionar o objeto de design e seus conteúdos de forma a entender até onde se encontra e com quem ele se relacionará através das bases de conhecimento e sua intencionalidade projetual.

Tendo definido o que é metaprojeto e sua necessidade, devemos pontuar que sua aplicação para a captação do conhecimento e critérios para a implementação de uma metodologia projetual adequada divide-se em 6 tópicos principais: fatores mercadológicos, sistema produto/design, sustentabilidade ambiental, influências socioculturais, tipológicos-formais e ergonômicos e tecnologia produtiva.

Antes definir-se os fatores mercadológicos dentro do metaprojeto, dizemos que embora ao design caiba a tutela de segmentos multidisciplinares, ele por si só não advém das plenas capacidades de áreas como publicidade e marketing, que como áreas do conhecimento humano são voltadas para o mercado em si. Embora faça uso de ferramentas no seu desenvolvimento, sendo o caso do marketing mix ou os 5 p's do marketing. (produto, preço, praça, promoção, pessoas). Mas sim com o uso referido dos seus fatores: cenário, visão, concept, identidade, missão e posicionamento estratégico.

O sistema de produto ou de design consiste no entendimento do resultado de um projeto não como uma solução estática mas sim com elemento concomitante que relaciona de forma dinâmica entre o mercado, serviços a comunicação entre si. Tomando de forma coerente a dinâmica do sistema, que de simultaneamente

relaciona seu signos, munindo-o de unidade formal, harmonia visual, coerência entre as partes e percepção da mensagem.

Design e sustentabilidade social ambiental tutela sobre a convergência entre as demandas de produção e seus impactos em sistemas sociais e ecológicos. Criando a reflexão da necessidade o consumo em detrimento a manutenção dos espaços naturais para a subsistência humana e o impacto exploratório que a mesma causa dentro de ecossistemas e grupos socioculturais.

As influências socioculturais consistem nos elementos subjetivos presentes no cotidiano de grupos sociais que quando relacionados entre si criam a noção de identidade comunitária do indivíduo, suas práticas e maneirismos. O que por sua vez influencia ou definem suas predileções de consumo e de como relacionam-se com serviços e empresas. Parte desse tópico abrange itens tais quais a cultura, o território, a arte, moda, comportamento, ética e estética.

Os fatores tipológicos, formais e ergonômicos tratam sobre as disposições do usuário ou atores do processo de design de utilizarem de forma eficiente e confortável os elementos aplicados no sistema do produto ou serviço. Observando além da técnica formal de um objeto de projeto a necessidade de satisfação emocional dentro de uma constelação de valores obtida ao longo da cadeia de produção até chegar ao consumidor de fato. Sendo responsável também por definir as prerrogativas e especificações do sistema indivíduo/tarefa para que o mesmo se relacione com o máximo de conforto ou satisfação possível.

E ao final temos as tecnologias produtivas, que são a capacidade de produção e desenvolvimento para o emprego de novos materiais, técnicas e sistemas tecnológicos, tanto para serviços quanto para produtos.

Sendo que ao analisarmos esse critério para a seleção de uma metodologia devemos ponderar que: a) nele deve haver a capacidade de relacionar, decupar e analisar o mercado ao qual se insere o protejo, b) a capacidade de fornecer ao produto final a comunicação adequada entre si e o mercado, c) que gere valor social e ambiental, d) que se comunique com a sociedade em que está inserido de forma a participar da sua identidade cultural, e) que seja eficiente e crie uma constelação de valor que condiz com sua função e f) que seja tecnologicamente viável e adequado aos seus sistemas.

Ao analisarmos as metodologias disponíveis, encontramos no Design Think a possibilidade para a atender todas os critérios apontados pelo metaprojeto. Sendo que além de possuir elementos comuns e previamente abordados aqui, sua capacidade para gerar inovações tecnológicas e de sistema foram testados e apre-

sentados pelo conselho de Design britânico através da metodologia Double Diamond, e suas fases: descoberta, definição, desenvolvimento e entrega da solução ao cliente.

1.4.2 - Double Diamond

O Double Diamond, ou no português Diamante Duplo, é uma metodologia criada pela Conselho de Design Britânico que divide o projeto em quatro macrofases organizadas em dois momentos distintos.

Seu nome vem da qualificação da linguagem visual do gráfico desenvolvido para apresentar suas fases através do projeto de design. Atribuindo primeiro uma fase divergente dos conhecimentos necessários para o desenvolvimento do projeto, abrindo as possibilidades para a percepção dos problemas há serem identificados; e uma fase convergente, onde através da análise dos dados podemos qualificar e preparar soluções adequadas para a síntese do projeto.

A primeira etapa da metodologia do diamante duplo consiste em descobrir, através das fases de imersão no cliente, pesquisa desk, qualitativa ou quantitativa, observação de concorrentes, entrevista com personagens ausentes do processo de design, regresso ao passado, tendencionamento ao futuro, análise de fornecedores, causas primitivas ao problema e discussão com os atores do design maneiras de olhar inusitadas ou com diferentes pontos de vistas problemas anteriormente insolvíveis ou não identificados.

Em seguida temos a segunda etapa divergente que é a de definição. Onde utilizando-se do o quadro de modelo de negócios de projeto poderemos analisar a viabilidade mercadológica, técnica e financeira do produto ou serviço, definiremos os atores do projeto, o cronograma a seguir, sugerir um cliente ou persona para realização de testes, definir parcerias, estimar preços e prever riscos.

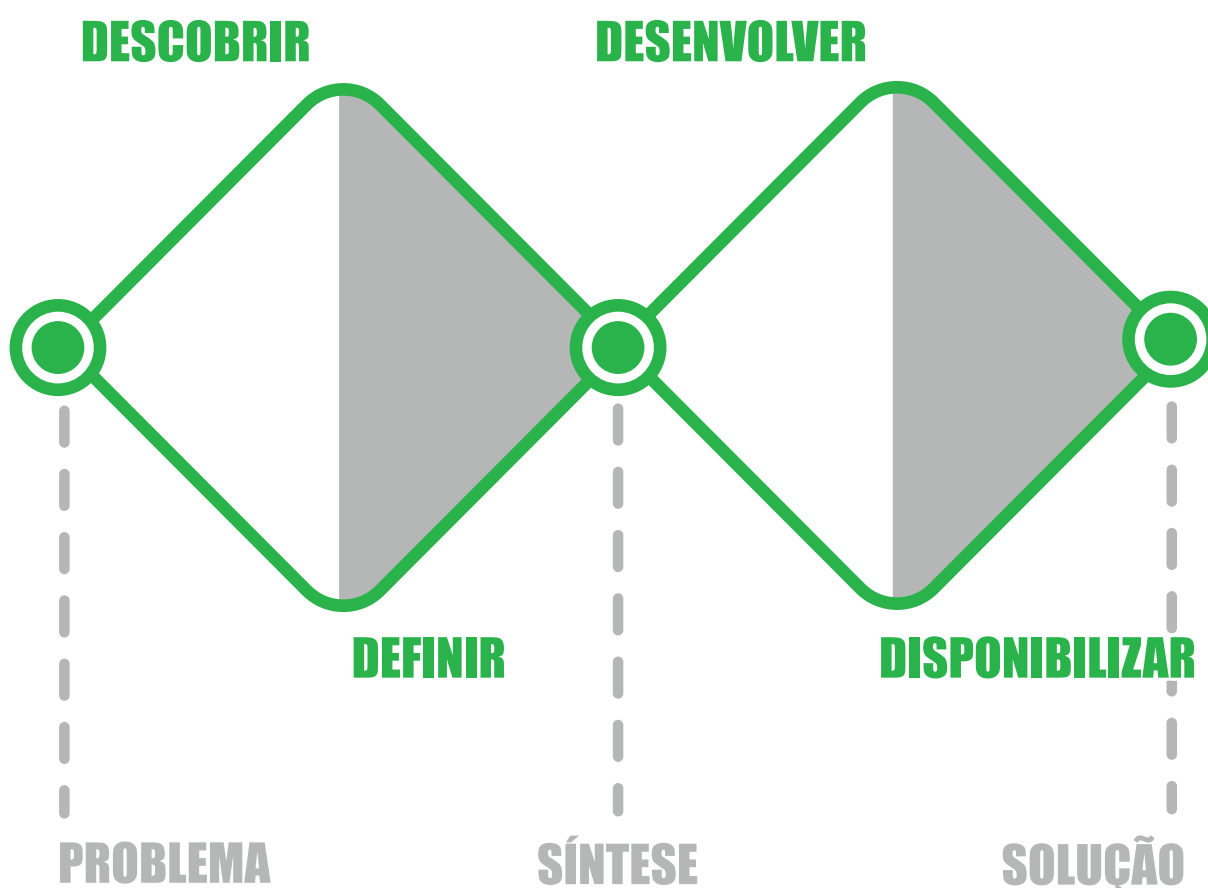
A partir desse momento entramos na fase de conversão dos dados levantados até o momento, onde apresentaremos definições ao roteiro do projeto de forma a construir soluções a partir das ferramentas disponíveis e catalogadas. É aqui que iniciamos a etapa de desenvolvimento do projeto onde será criado um rascunho da solução preferida, detalhar suas partes e funções, escolher os materiais e fornecedores, atualizar o valor do investimento, colher a aprovação com possíveis atores do processo, instruir a jornada do usuário, definir versões e criar um rodemap ou mapa estratégico para a solução apresentada pelo projeto e o caminho que ela deve seguir para ser efetivada.

E por último temos a etapa de despacho ou entrega do produto, onde apresentaremos a solução ao cliente, testamos os sistemas, sub-sistemas e funcionalidades do serviço ou produto, coleta-se o feedback dos usuários, anota-se possí-

veis melhorias e a sua incorporação, atualiza-se os custos, prepare-se os agentes do projeto para a sua aplicação, seleciona-se os parceiros comerciais e por fim lança-se o produto no mercado.

Através dos processos disponíveis, o diamante duplo tem por intuito, além de apresentar-se em uma metodologia eficaz para a criação de soluções de design e outras áreas, visando entregar uma base de conhecimento evolutiva que se retro alimenta dos conteúdos levantados para desenvolver-se continuamente através dos conhecimentos gerados. Com soluções inovadoras propiciadas pelos dados gerados pelo segmento analisado.

Infográfico 01: Double Diamond



Fonte: Autoria Própria

1.4.3 - Design Thinking

Embora o sistema do diamante duplo disponha as 4 macro fases da evolução do projetual no ato de descobrir a informação até disponibilizar uma solução, precisamos elucidar quais fases dispomos para organizar a arquitetura da nossa árvore de projeto. Ou seja, a sequência de argumentos necessários para convergência e divergência da informação em resultados.

Obtemos assim do Design Thinking, exposto através da obra bibliográfica Design Thinking - Inovações em negócios, as diretrizes norteadoras para a organização das etapas do processo.

A metodologia se divide em três etapas distintas, primeiro temos a imersão onde iniciamos a aproximação do conteúdo a ser trabalhado, tanto pelo ponto de vista do cliente contratante quanto pelos usuários, atores e personas, perceptíveis no processo de design. A fase de imersão também se divide em dois momentos distintos, a imersão preliminar e a de profundidade, sendo a primeira dedicada ao entendimento e reenquadramento primário do problema e a segunda dedicada a identificação de necessidades e oportunidades para direcionar o desenvolvimento de soluções, culminando na análise dos dados e na síntese da informação.

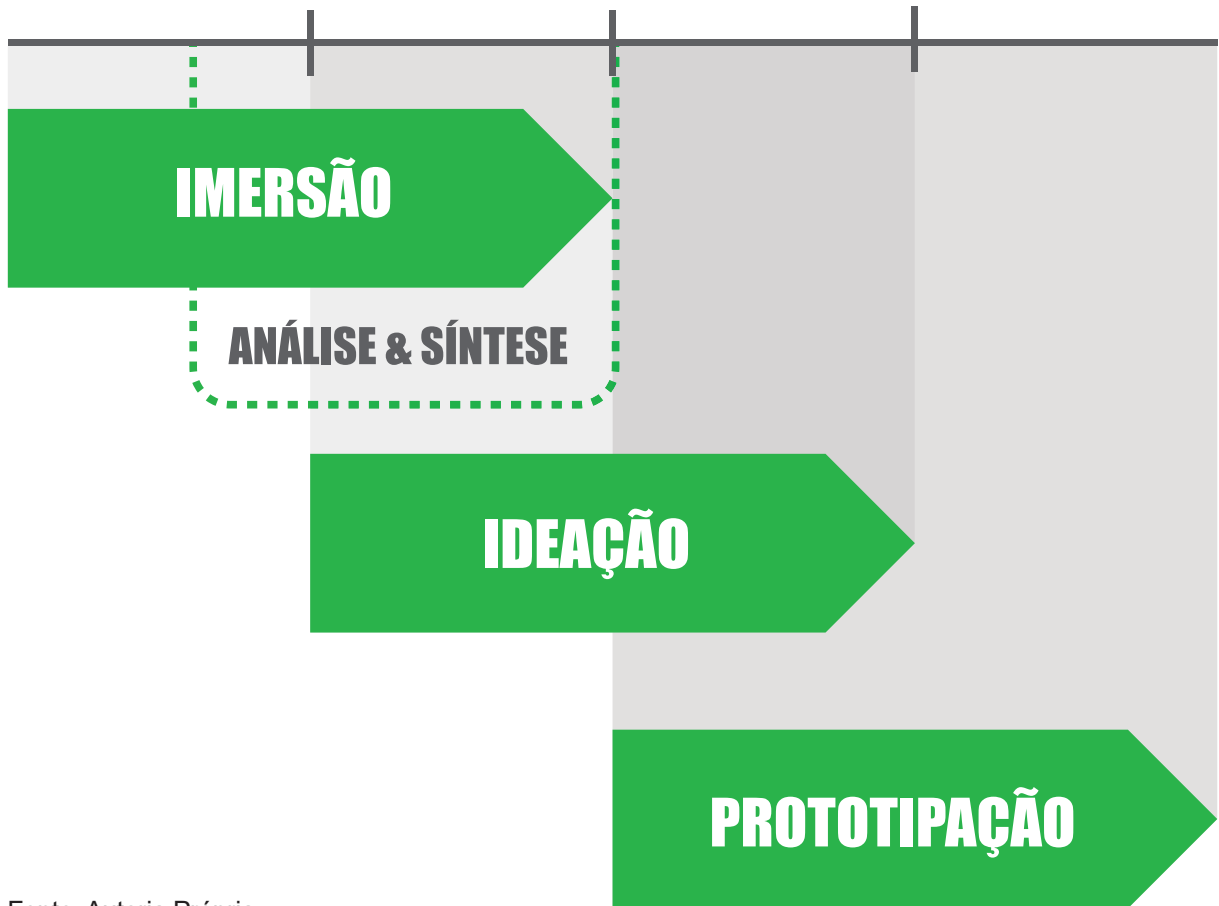
A segunda etapa é a de Ideação, onde utilizando os resultados anteriores obtidos através da imersão, começamos a correlacionar as capacidades criativas para desenvolver possíveis soluções através da estruturas de sistemas, dispositivos e técnicas para atingir o corpo formal da geração de resultados.

Tendo alcançado uma estrutura preliminar das funcionalidades e sistemas, seguimos para a etapa conclusiva no projeto, a prototipação. Observa-se que aqui usamos o termo conclusivo mas o final no projeto não é alcançado aqui, pois se devidamente estruturado, um protótipo irá munir de informação todo o projeto trazendo novas perspectivas as fases anteriores qualificando-as com resultados empíricos.

Através da prototipação iremos definir quais serão os resultados finais alcançados, serviços e produtos dispostos e o relatório de feedback com as informações captadas e conhecimentos gerados.

Sendo que durante o desenvolvimento do nosso projeto, a articulação das sobreposições metodológicas apresentadas até aqui foi capaz de criar um modelo apto a suprir todas as necessidades aparentes do presente estudo de caso. Qualificando os resultados obtidos após o projeto através de relatórios para a análise.

Infográfico 02: Fases do Design thinking

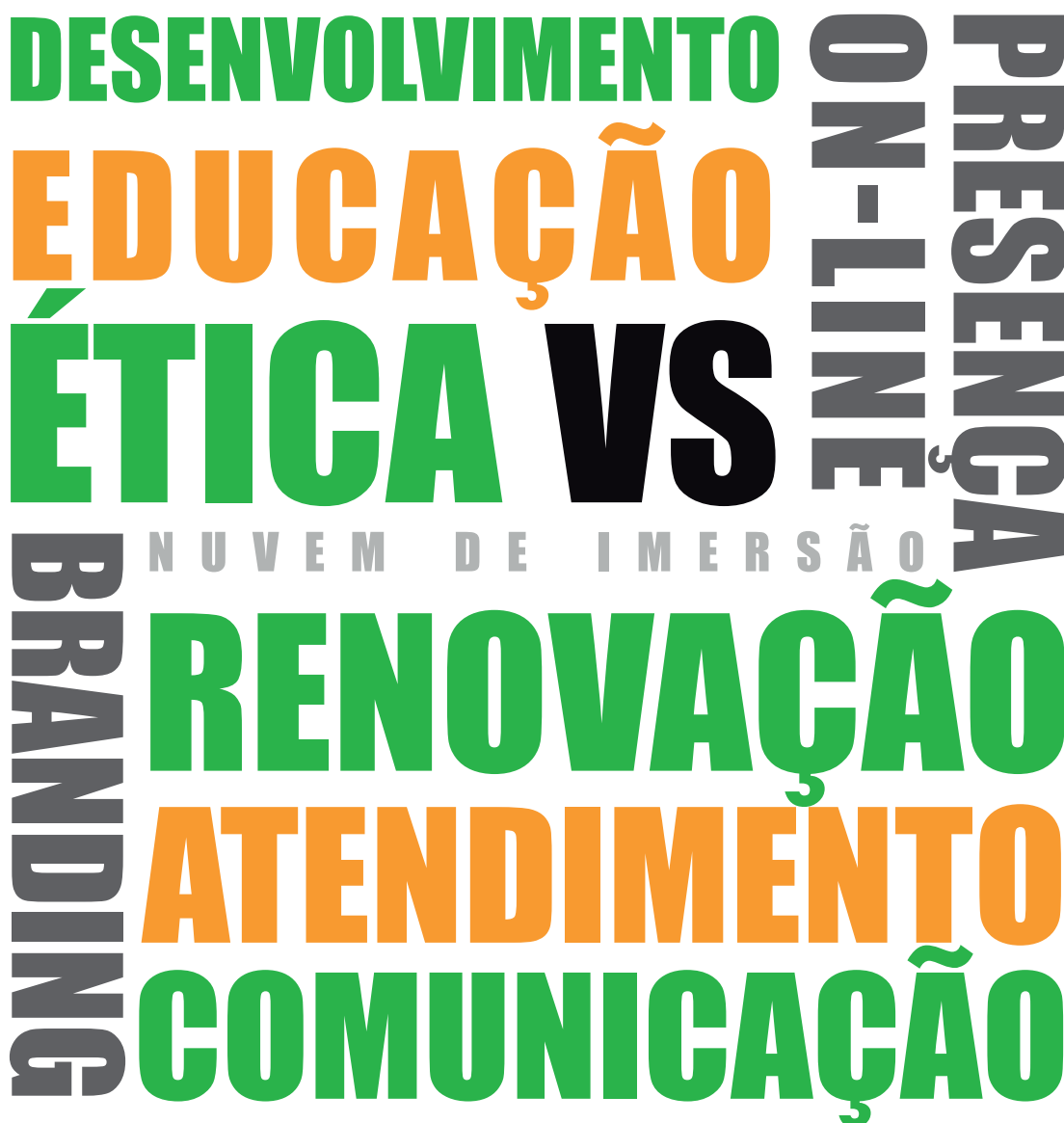


Fonte: Autoria Própria

2 – DESENVOLVIMENTO

2.1 - Descobrir

Imagem 01: Nuvem de etiquetas



Fonte: Autoria Própria

2.1.1 - Imersão Preliminar

É através da imersão preliminar as demandas iniciais do cliente, é que se desenvolve o briefing de atividades, aspectos e conteúdos abordados dentro do projeto. Identificando o que se propõe dado o trabalho a ser desenvolvido ou ao menos o que o cliente pontua como satisfatório ao buscar que as suas necessidades sejam amparadas pelo método de design.

Após essa relação inicial para a captação de informações que inicia-se o processo de delimitação das fronteiras do projeto ao dispormos em reunião com o cliente que:

- A demanda inicial é o Lançamento do Ensino Fundamental de 1º ao 9º ano.
- Deve-se relacionar os atores do processo da matrícula até posterior convívio escolar com pais, avós, alunos e responsáveis.
- Captação de Estudantes para novas matrículas.
- Diferencial para atrair novas matrículas de forma elegante.
- Questionário de perfil de usuário.
- Formulário por e-mail.
- Definir configurações para hospedagem Web
- Domínios on-line
- Trabalhar os serviços anteriores do cliente: o berçário, a creche e a educação infantil
- Induzir a percepção do discurso da Nova Escola: “Aproveita a nova forma de educar-se”
 - Período integral
 - Desenvolvimento Intelectual-Emocional
 - Preparação do indivíduo para o Futuro
- Fuga do formato educacional Técnico Industrial.
- Escola da Inteligência
- Valores:
 - Espiritualidade
 - Liderança
 - Planejamentos
 - Bem Comum
 - Humanitários
 - Adaptação
 - Inovação
 - Interdisciplinaridade
 - Moral e Ética

- Principais fornecedores: Sistema Farias Brito e Editora Moderna
- Principais concorrentes: Colégio Interativo e Colégio Rosário. Sendo o Interativo dentro da sua propensão as inovações educacionais e ao Rosário como o reduto da demanda mais conservadora crescente na sociedade.
- Vídeo Institucional.
- Segurança através de controle on-line da agenda do eu filho, atualizada pelos operadores educacionais do Espaço Verde. (Agenda EDU)
- Comunicação com outras redes sociais: whatsapp e Facebook
- Descontos promocionais para Ex-alunos e Segundos Filhos
- Marketing digital.
- Discurso institucional do Colégio Espaço Verde frente ao rompimento com antigas parcerias institucionais. Criando o storytelling de credibilidade ao mesmo tempo em que diminui as dos colégios concorrentes.

Dentro desses aspectos podemos pontuar sua qualificação como roteiro de criação apresentando as suas demandas para abranger três áreas principais: web design, branding e marketing digital.

2.1.2 - Pesquisa Desk

O surgimento do web design pode parecer algo recente ou o remanescente de uma pós era da evolução da informação. Mas na verdade seu desenvolvimento através da ciência da computação e sistemas de interface iniciam-se nos meados de 1970 através das pesquisas de Richard Granda e Stephen Engel, criando um documento manifesto especificando layouts, grids de informação e fluxo de navegação primariamente voltados para os usuários.

Sendo que posteriormente, no ano de 1988, Don Normam através da obra “The Design Of Everyday Things” define um guia de boas práticas para a disposição da informação através de 4 princípios, hoje já consagrados mas anteriormente criaram um ponto nodal para o desenvolvimento de interfaces.

- Faça com que seja fácil determinar quais ações são possíveis a qualquer momento.
- Deixe as coisas visíveis, incluindo o modelo conceitual do sistema, as ações alternativas, e os resultados das ações.
- Torne fácil o ato de avaliar o estado atual do sistema.

- Siga mapeamentos naturais entre intenções e a ação requerida; entre ações e o efeito resultante; e entre a informação que está visível e a interpretação do estado do sistema. (NORMAN, 1988, p. 188)

Simultaneamente, embora com um início anterior, acontecia o desenvolvimento da ciência da arquitetura da informação. Inicialmente relacionada com demandas militares durante a guerra fria. Tendo seus conceitos pré definidos por Joseph Carl Robnett Licklider, no Massachusetts Institute of Technology (MIT), em Agosto de 1962.

Licklider foi o precursor de uma rede de pesquisadores norte americanos que através de uma rede articulada criaram o paradigma de comunicação computacional “packet switching” ou troca de pacotes. O que permitiu o primeiro servidor ser criado nos meados de 1970.

A partir da ai o desenvolvimento de aplicações para a computação durante as décadas seguintes continua, com o surgimento do e-mail em 1972, novos servidores não militarizados e com a idealização da internet por Timothy John Berners-Lee na década de 80.

Sendo que através da internet ou rede mundial de computadores, existe a democratização e disponibilização massiva de informação para os usuários, de forma descentralizada, não discriminada, universal e com o seu código aberto. Sendo o último o maior responsável pela compatibilidade e comunicabilidade dos sistemas, criando uma linguagem comum aos sistemas de informação, bancos de dados e interfaces de usuários, na forma da linguagem de programação HTTP ou HTML.

Usabilidade e Funcionalidade

Usabilidade dentro dos sistemas de interface refere-se a capacidade do mesmo ser operado de forma efetiva e cognitiva pelos usuários. Como Nielsen observa ao dizer que um sistema deve ser percebido intuitivamente de forma a ter seu fluxo de navegação reconhecido e não reaprendido. Não causando entranhamento a novos usuário e agilidade para a navegação de usuários veteranos.

Já o que entende-se como funcionalidade vem a lidar com as capacidades de geração de conteúdo, conversão de informação e atributos dos seus sistemas primários e subsistemas. Não equivalendo-se aqui sistemas dentro das funções de produto com sistemas da informação da técnica de desenvolvimento de conteúdos para a programação.

Ambos os elementos (usabilidade e funcionalidade) se relacionam dentro do mapa de criação do projeto como aspectos definidos pelos ux design e design

gráficos de um lado e programação de dados, desenvolvimento frontend e backend de outro. Tornando-as especificidades do projeto com limites muito tênues e concomitantes entre si.

Branding

Branding consiste no valor mensurável de uma marca, tanto financeiramente através de cotas e valores monetários quanto na sua capacidade de comunicação alcançando através de seu discurso empresarial e mercadológico novos públicos, fomentando novos clientes. Hoje torna-se área comum dentro do design e do marketing como gerenciador de projetos e processos sobre os atributos, qualidades e comportamento desejáveis para a empresa.

Para montar o arquétipo de uma marca iniciamos um processo com quatro perguntas: A quem se destina a marca? O que a marca oferece? Como fazer o consumidor preferir a marca? E aonde o público encontrará sua marca? Sendo que a partir dessas informações teremos a identidade, posicionamento e imagem da empresa.

Uma das orientações encontradas segundo esses parâmetros em pesquisa segue na obra de Marc Gobé em seu livro Brandjam - O design emocional na humanização das marcas, onde o autor coloca, complementarmente a noção de relação dos clientes, ou como citados no projeto usuários, com a capacidade de se relacionar emocionalmente com a marca de forma a permitir um nível superior de intrusão da mesma em seus cotidiano.

Complementar a própria comunicação, é de competência da articulação do processo de branding criar nichos para o desenvolvimento do usuários segundo seu perfil de consumo e de engajamento. Pré dispendo uma hierarquia de relacionamento dos clientes com a empresa.

Como apresenta Gobé, essa relação se norteia em 5 arquétipos distintos emocionais compreensíveis. O de cidadania, liberdade, glamour, convivência e segurança. Sendo esse dois últimos em concomitância com o processo de identificação de cidadania compreendem a cerne do perfil de consumo preferido pelo cliente.

Marketing Digital

Após as três primeiras etapas do marketing, hoje estamos em desenvolvimento rumo ao 4º nível do marketing moderno o que endentemos hoje como marketing digital. Segundo Phillip Kotler no seu livro Marketing 4.0, do Tradicional ao Digital, o marketing digital é aquele que se dedica a análise dos usuários através da sua conectividade propiciada pelos seus dispositivos e de como a relação dessas

experiências dentro do comportamento humano propicia o surgimento de relações de consumo.

Pois é através de democratização da informação a capacidade do consumidor chegar a decisão de compra através da forma mais benéfica para si é quase certa, pois para ele a prerrogativa de compra não vem mais de forma vertical através de exposição midiática dos conteúdos promocionais de uma empresa mas sim de forma horizontal, de como a empresa oferece suas ofertas e se relaciona com o seu público.

CRM (Customer Relationship Management)

Dentro das primeiras análises em busca de justificativas adequadas para a criação de um plano de marketing e de um controle do ambiente digital, foi encontrado um dos sistemas atuantes do mercado, caracterizado como CRM. O CRM interpõe a necessidade do gerenciamento das relações entre os clientes e seu público-alvo para a maior efetividade das práticas de consumo entre ambos. Como apontada pelo artigo, *Evolução Marketing educacional e Funil de conversão*, redigido pela mestra em administração e pesquisadora educacional Fernanda Verdolin, ao qual o mercado educacional teve uma introdução tardia.

“O nome CRM vem do termo em inglês “Customer Relationship Management” que em português significa “gestão de relacionamento com o cliente” O nome não pode ser mais claro em definir a função do sistema, que é melhorar a relação entre empresa e clientes Há muitos recursos que permitem chegar a esse resultado como a organização das informações no mesmo lugar” (Fernanda Verdolin, Fundadora da D.N.A. Educação, Carreira e Empregabilidade, artigo, *Evolução do Marketing Educacional*, Rock Content – 29 de janeiro de 2019)

O que fomenta ainda mais a aplicação de uma solução de Design embasada pelas noções de marketing e gerenciamento de público-alvo. Levantamento de dados Como a tarefa sugere, parte da gestão dos dados para o desenvolvimento adequado dessa relação envolve o conhecimento das personas incorporadas pelo público-alvo do cliente, os quais dentro do ambiente educacional variam de pais, mestres, alunos e outros familiares, ou seja. Vastas aplicações visando a interação com vários perfis simultâneos de usuários.

Sendo que a validade da pesquisa de campo só se resulta com a captação de um banco de dados adequado, e uma das primeiras demandas apontadas pelo Espaço Verde como cliente é a captação de novas matrículas. Foi decidido em reunião que os objetivos concomitantes seriam melhor alcançados com a ferramenta

de comunicação digital web no formato de landing page. Criando assim uma primeira etapa do funil de conversão e aumentando a captação de informação para o ambiente digital preferido pelo cliente e proposto pelo designer. Que posteriormente gerará novas ferramentas para o controle das relações entre a empresa e seus clientes.

Landing Page

A ferramenta da landing Page foi formulada para atender a demanda por captação de novos clientes ao mesmo tempo em que cria um banco de dados preliminar com o público-alvo do produto, fornecendo um conhecimento prévio das suas zonas de interesse e perfis de usuário dentro mercado e do serviço preferido.

O desenvolvimento da plataforma digital foi planejado como um primeiro local para a convergência dos alunos e seus responsáveis no ambiente virtual da escola, configurando-se em espaço para o contato e posterior dialogo da empresa com seus clientes.

Para veicular adequadamente as informações desenvolvidas dentro do discurso da empresa para seus clientes, apresentando os seus valores institucionais e captando as informações do publico e leeds.

2.1.3 - Pesquisa Exploratória

Dentro dos aspectos que compõem esse projeto podemos relacionar diretamente a demanda dos usuários com a capacidade de qualificar suas experiências. Ao visitar e revisitar o ambiente digital da empresa, iniciando novos contatos, usufruindo de serviços e realizando novas compras. Tudo regimentado pela capacidade de medir a qualidade da experiência.

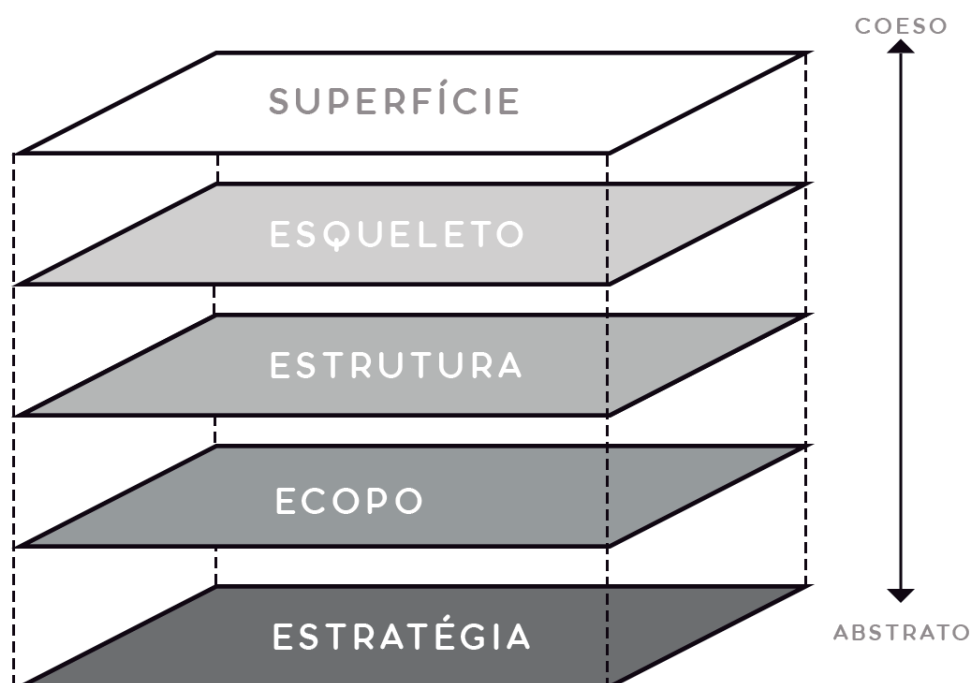
Ainda sobre a relação da qualidade da experiência de navegação e sua importância podemos ver sua relevância apontada por Jakob Nielsen e Raluca Budiu, ao afirmar através da pesquisa realizada pela empresa Monetate em 2012 sobre taxas de conversão entre desktops, tablets e celulares, existe uma relação de 3,5%, 3,2% e 1,4% respectivamente. Sugerindo que essa discrepância surja justamente pela dificuldade de projetar de forma eficientes para interfaces menores.

Essa análise é fundamental pois identificamos que a diferença dos formatos nitidamente interfere na capacidade das interfaces manterem-se efetivas de forma regular. Muitas das vezes com perda de funções do formato browser para mobile. O que podemos pontuar quanto a origem do se desenvolvimento como mobile friendly quando projetado para as configurações de uso em celulares ou dispositivos móveis e browser friendly quando projetado visando as funções e configurações dos desktops e notebook.

Segundo Jesse James Garrett no seu livro “The Elements of User Experience: Usercentered design for the web” (2003), o método de construção adequada para o desenvolvimento de um site deve dispor-se em tabas ou em nives que ajudam a arquitetar a informação a partir de conceitos abstratos até definições coesas, cada vez mais especiadas. Nessa metodologia, também chamada de Bottom-up, iniciamos no nível inferior até o superior, em um total de 5 andares, de forma semelhante a um prédio.

Existem níveis distintos dentro desse processo, iniciando na estratégia a qual define a forma como se comunicar e visando as necessidades do usuário, seguido pelo escopo que caracteriza a cerne do produto, seu foco e o que queremos incluir ou deixar de fora do site em si, a e estrutura que organiza as disposições das páginas, seu fluxograma e arquitetura da informação, o esqueleto que organiza a disposição dos elementos de navegação incluso nas telas através da representação dos wireframes até o nível da superfície as quais se inserem as interfaces, o design gráfico e disposição das informações.

Infográfico 03: Método Bottom-up de Jesse J. Garrett



Fonte: Retirado da metodologia de Garret

Não deve-se deixar de acrescentar que os níveis são complementares e só podem ser alcançados através da conclusão dos seus predecessores. E que os mesmos têm de ser revisados a cada etapa para a complementação de constatações posteriores através do desenvolvimento do projeto.

Além da estrutura adequada da informação de um site e das experiên-

cias captadas através da atividade dos usuários temos como parâmetro qualitativo também o catálogo e observação de sistemas já em atividade no mercado, através da análise e levantamento de similares, preterindo as funções que se destaquem e descartando aquelas que não interessem para a complementação dos sistemas do sítio eletrônico.

Observação de concorrentes

Ao analisarmos as empresas presentes no nicho do mercado regional educacional até as séries do preparatório técnico e pré-vestibular constata-se a presença de três níveis majorantes de ensino. O ensino infantil, fundamental e médio.

Onde a competição por novas matrículas cria uma disputa recorrente entre as empresas, as quais muitas das vezes vem por degladiar-se diretamente através de promoção para alunos de outras instituições ou com serviços suplementares aos seus concorrentes.

Para definirmos quais destes seriam os concorrentes diretos do cliente Colégio Espaço Verde, temos que nos ater aos segmentos presentes em seus serviços atualmente disponíveis. O ensino infantil e futuramente o ensino fundamental.

Sendo que dentro de Volta Redonda e região há outras instituições que dividem características semelhantes com o objeto deste estudo. Com formatos semi-integrais de ensino, valorização de segmentos da moral e da ética em nível institucional, desenvolvimento tecnológico e emocional dos estudantes, institucionalizados através de suas respectivas plataformas web.

Foram selecionados por observação de mercado e acordados em reunião três concorrentes primários a instituição: Colégio Interativo, Colégio Nossa Senhora do Rosário e Colégio Macedo Soares. No que se segue como competência do projeto só irá ser analisado as relações de branding e marketing inseridos no ambiente digital dos mesmos.

Colégio Interativo

Apontado pelo cliente como um concorrente direto e ex-parceiro comercial o Colégio Interativo e o Espaço Verde se vem em disputa primária pelos alunos matriculados no ensino fundamental. Onde o primeiro se via abastecido pela natural demanda dos ex-alunos do segundo.

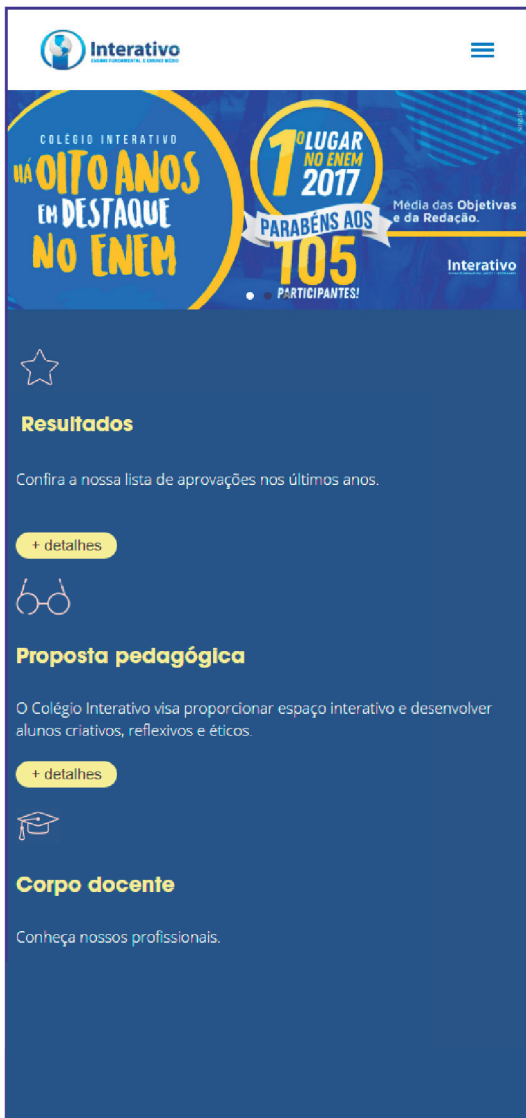
O ambiente digital do Colégio Interativo é segmentado em sete páginas distintas: Home com o corpo de elementos primários para a navegação do site, O Colégio com a apresentação da história do mesmo, eventos com os calendários de atividades da instituição, resultados com o ranking de aprovação de ex-alunos no ensino

superior, atividades extras com a grande de atividades complementares ao ensino, Contato e Localização e Matricule-se.

Observar-se primariamente que responsividade do site é efetiva, porém há a carência de organização de navegabilidade entre os seus elementos na sua versão mobile, deixando-o a desejar enquanto as funções disponíveis para a sua configuração no Browser, o que faz crer que o mesmo foi projetado para atender a demanda majorante dos usuários de computadores e não de celulares.

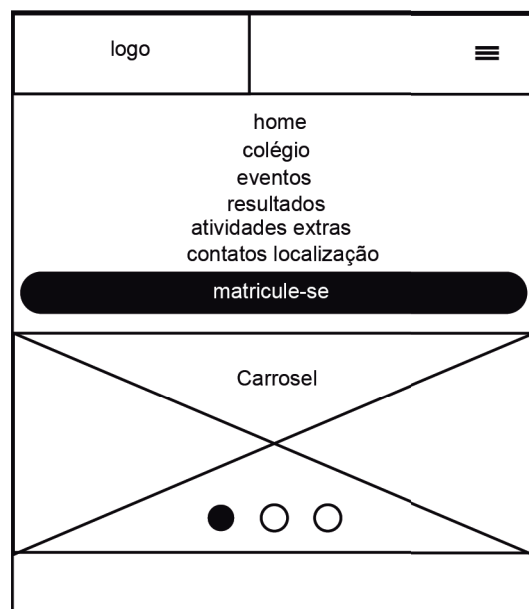
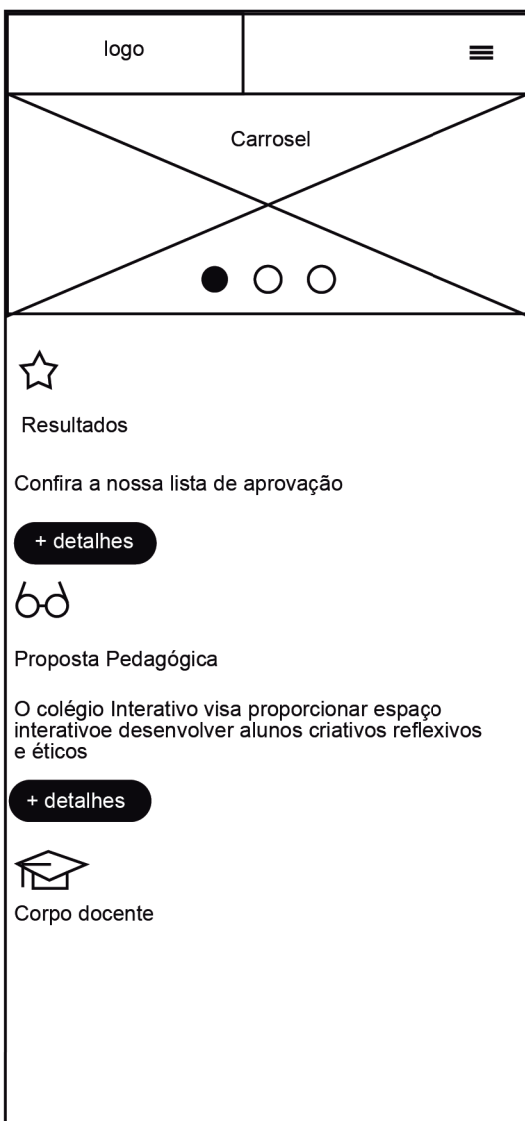
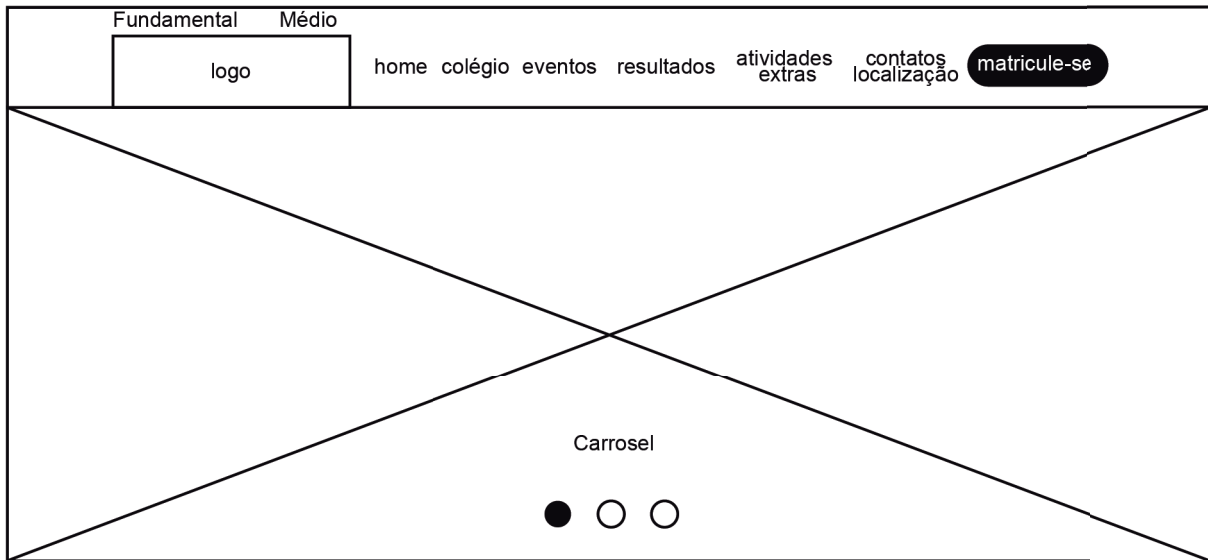
Foi identificado dentro da navegação do seu site as propostas de interatividade dos jovens com as novas tecnologias e o ensino preparatório para o pré-vestibular ainda muito focado para sistema educacional técnico industrial. Porém consta-se a implementação simultânea de técnicas educacionais voltadas para o desenvolvimento de um indivíduo mais apto a projetar-se dentro de uma economia criativa. Com propostas pedagógicas complementares disponíveis na área de eventos e atividades extras.

Interface Visual 01: Colégio Interativo



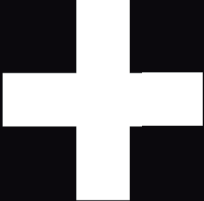

Fonte: www.interativovr.com.br

Wireframe 01: Colégio Interativo



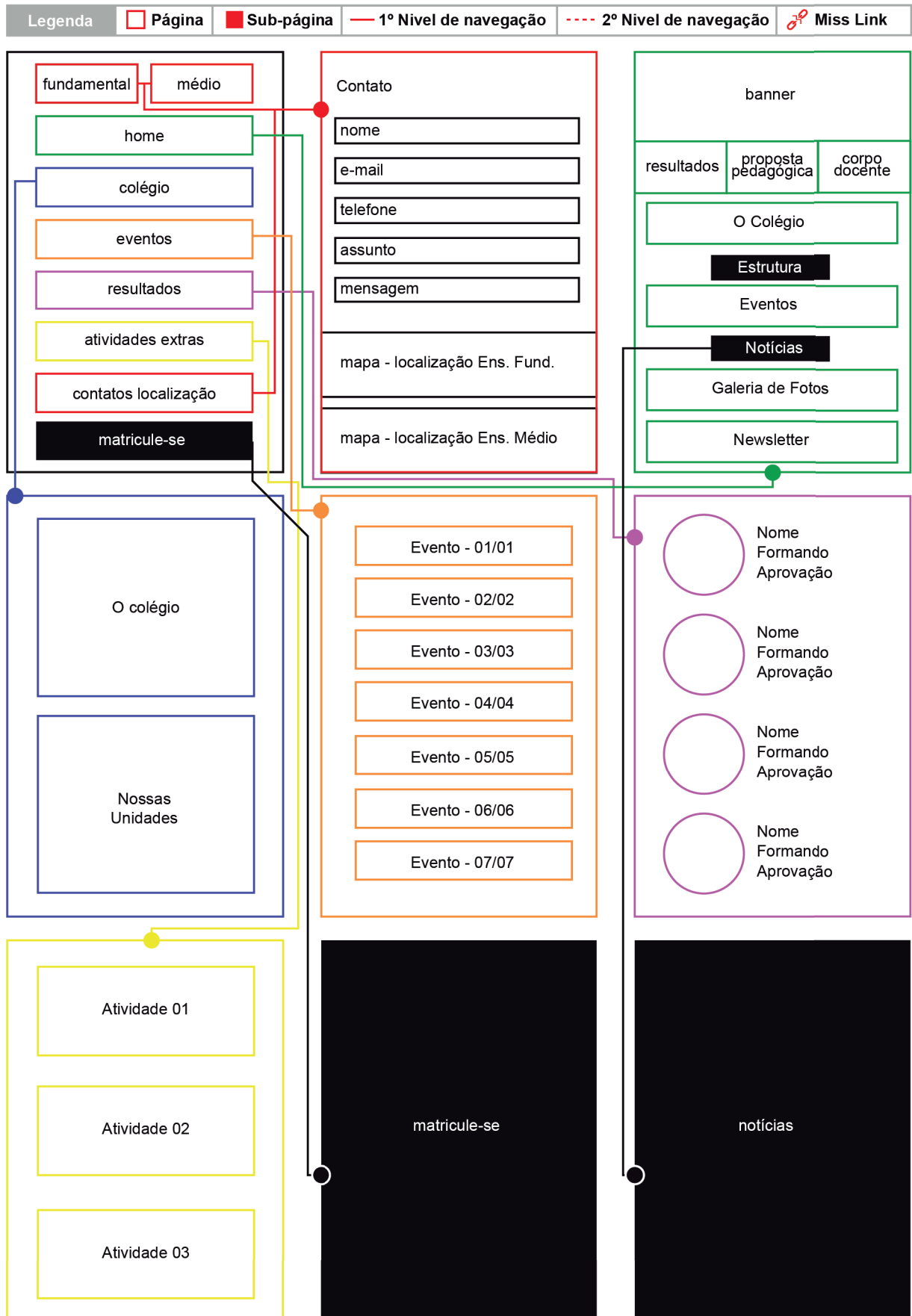
Fonte: Autoria própria.

Tabela 01: PNI Colégio Interativo

<p>PNI Aspectos Positivos - Colégio Interativo</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Cabeçalho que acompanha o rolar da página.• Boa visibilidade• Carrossel de imagens.• Estética minimalista.• Médio nível de controle do usuário.• Responsivo.• Alta usabilidade.• Padronizado• Interface reconhecível	
<p>PNI Aspectos Negativos - Colégio Interativo</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Não existe ferramenta para reporte de erros.• Botões sem animação de interatividade.• Média funcionalidade.• Browser friendly.	

Fonte: Autoria própria.

Fluxograma de Navegação 01: Colégio Interativo



Fonte: Autoria própria.

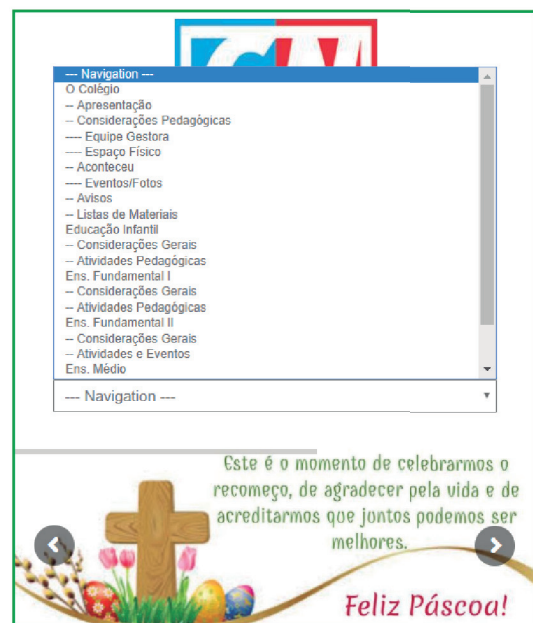
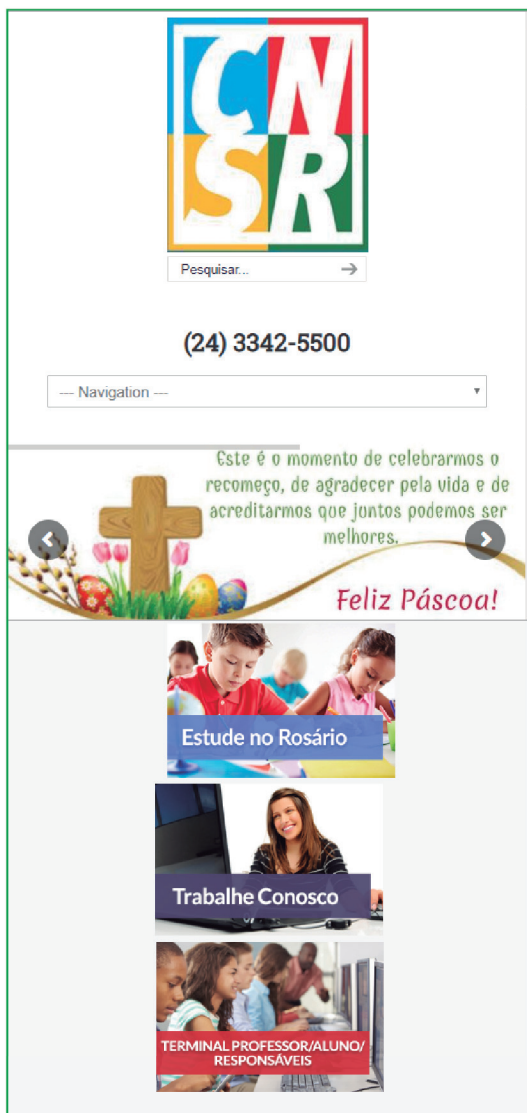
Colégio Nossa Senhora do Rosário

O Colégio Nossa Senhora do Rosário apresenta um ambiente digital defasado com elementos desorganizados e destoantes do seu material institucional principal. Articulado seu ambiente digital com seis áreas de navegação distintas: Colégio, Educação Infantil, Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II, Ensino Médio, e Contato. Além de contar com uma Blog de notícias.

Possuindo um layout responsivo, deixa a desejar com desconfigurações e ausência de elementos funções disponíveis somente a navegação dentro do seu formato browser, não possuindo características de amigáveis ao formato mobile.

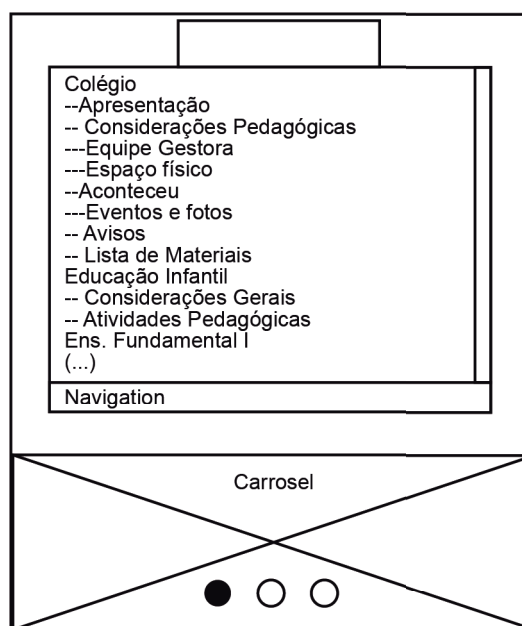
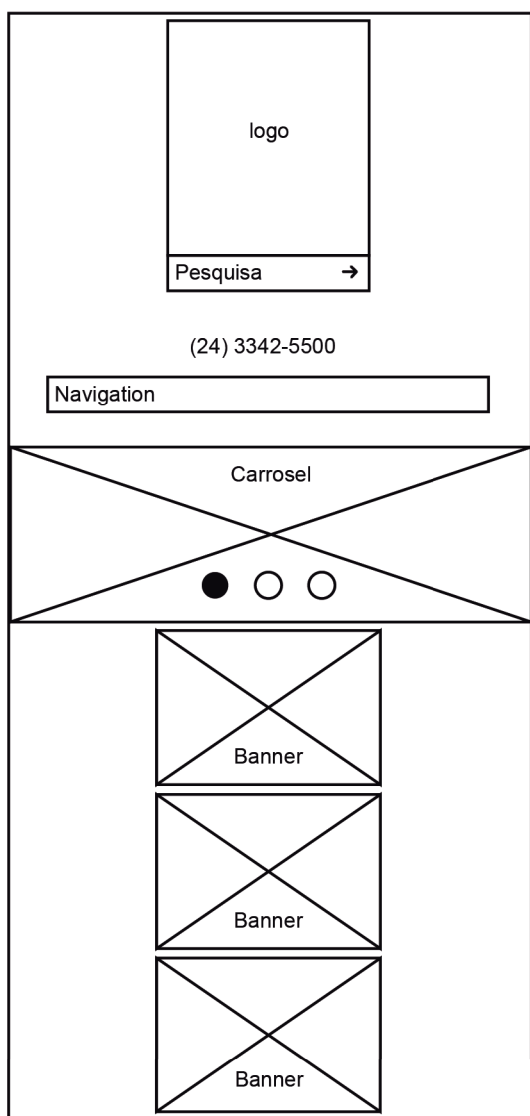
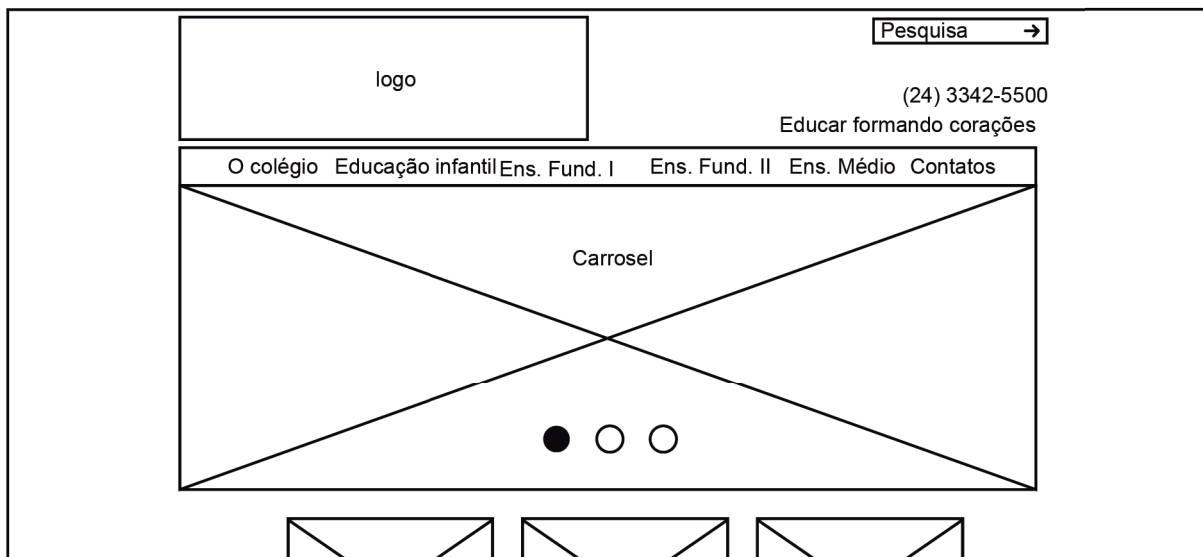
Outra constatação obtida através da navegação do seu site é a irregularidade do acesso à página, o que mostra instabilidade com seus servidores de hospedagem.

Interface Visual 02: Colégio N. Sra. Rosário



Fonte: www.rosarioonline.com.br

Wireframe 02: Colégio N. Sra. Rosário



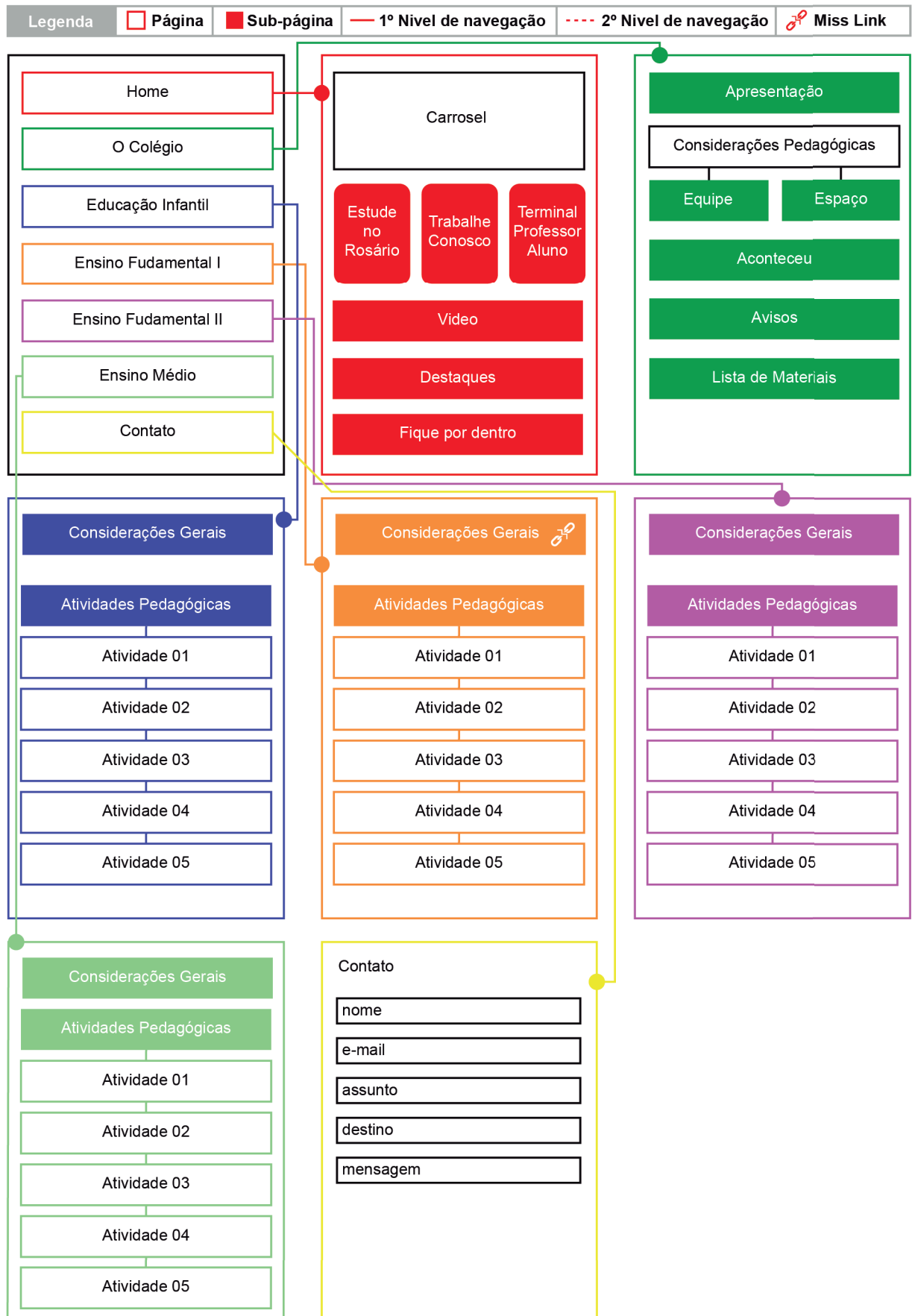
Fonte: Autoria própria.

Tabela 02: PNI Colégio N. Sra. Rosário

PNI Aspectos Positivos - Colégio N. Sra. do Rosário
<ul style="list-style-type: none">• Carrossel de imagens.• Miniaturas interativas.• Google maps com as localidades.• Responsivo• Média funcionalidade• Sintema de banco de dados.
PNI Aspectos Negativos - Colégio N. Sra. do Rosário
<ul style="list-style-type: none">• Cabeçalho com perda de funções nas diferentes resoluções de tela.• Sem botões.• Interface irreconhecível.• Baixa usabilidade• Muitas sub-páginas.• Baixa visibilidade.• Não existe ferramenta para reporte de erros.• Não padronizado

Fonte: Autoria própria.

Fluxograma de Navegação 02: Colégio N. Sra. Rosário



Fonte: Autoria própria.

Macedo Soares (Rede MV1)

O colégio Macedo Soares apresenta um layout responsivo, pensado para as aplicações mobile. Seu site é dividido em 7 páginas distintas: O MV1 com quatro subdivisões (O MV1, Missão, visão e valores, Acontece, para refletir e crescer), Segmentos, Tijuca, Icaraí, São Gonçalo, Ilha e Macedo Soares sendo que cada um desses polos conta com áreas específicas referentes a suas unidades criando-se muitas sub-páginas.

O site também apresenta links para suas mídias sociais e complementares, com 10 links complementares para função de banco de dados, que são: Espaço Físico, Informações Gerais, Acontece, Calendário, Circulares, Listas de Material, Atividades Extras, Secretaria Virtual, Facebook e Trabalhe Conosco.

Não há a presença de serviços complementares educacionais ou inovação de técnicas de educação mantendo um ambiente sóbrio e uníssono para as várias unidades da rede.

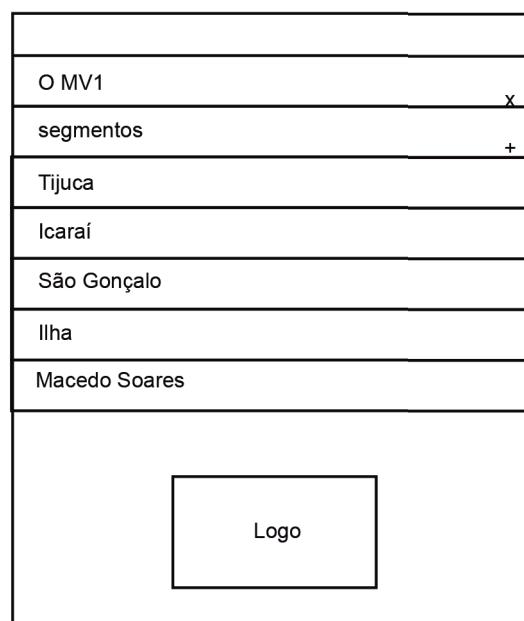
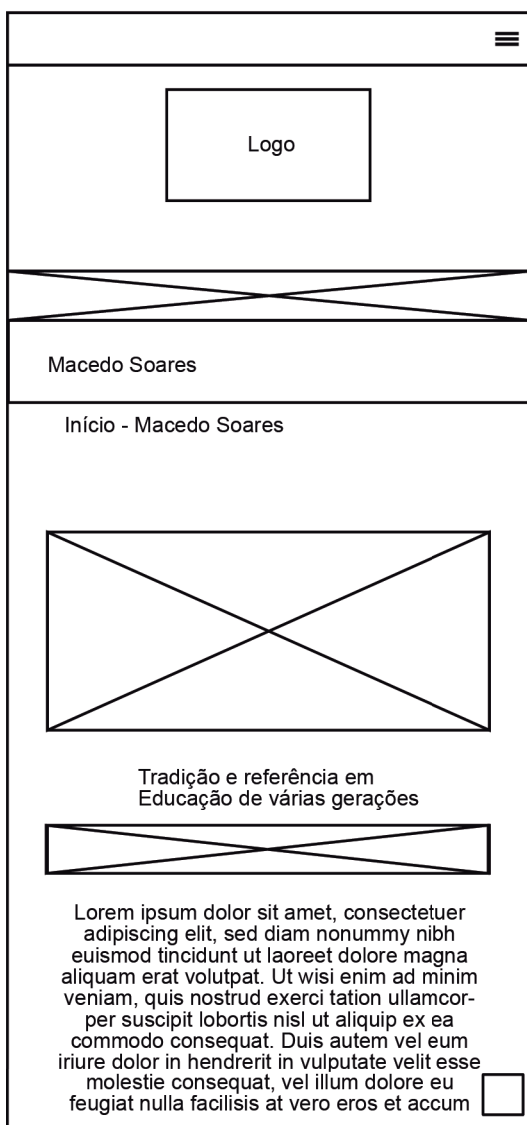
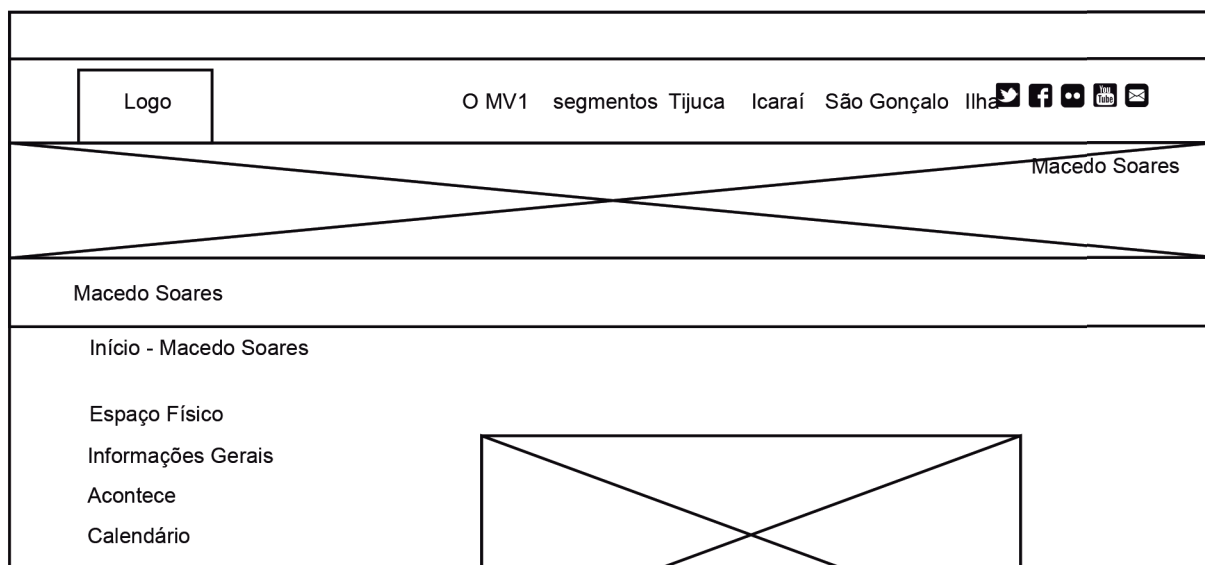
Há um agravante quanto a disposição dos conteúdos referentes as diferentes unidades. Com alguns links quebrados, o site começa como um ambiente digital bem estruturada na questão da sua funcionalidade enquanto através de processo desordenado de navegação carece de alicerces básicos de usabilidades.

Interface Visual 03: Colégio Macedo Soares REDE MV1



Fonte: www.mv1.com.br/macedo-soares

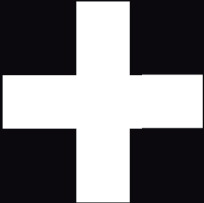

Wireframe 03: Colégio Macedo Soares REDE MV1



Fonte: Autoria própria.



Tabela 03: PNI Colégio Macedo Soares REDE MV1

PNI Aspectos Positivos - Colégio Macedo Soares	
<ul style="list-style-type: none">• Cabeçalho que acompanha o rolar da página.• Interface reconhecível.• Padronizado• Slide de fotos.• Google maps com as localidades.• Responsivo.• Alta funcionalidade.• Média usabilidade.• Mobile friendly.	
PNI Aspectos Negativos - Colégio Macedo Soares	
<ul style="list-style-type: none">• Sem botões.• Não existe ferramenta para reporte de erros.• Muitas sub-páginas.• Baixa Visibilidade	

Fonte: Autoria própria.

Fluxograma de Navegação 03.1: Colégio Macedo Soares REDE MV1



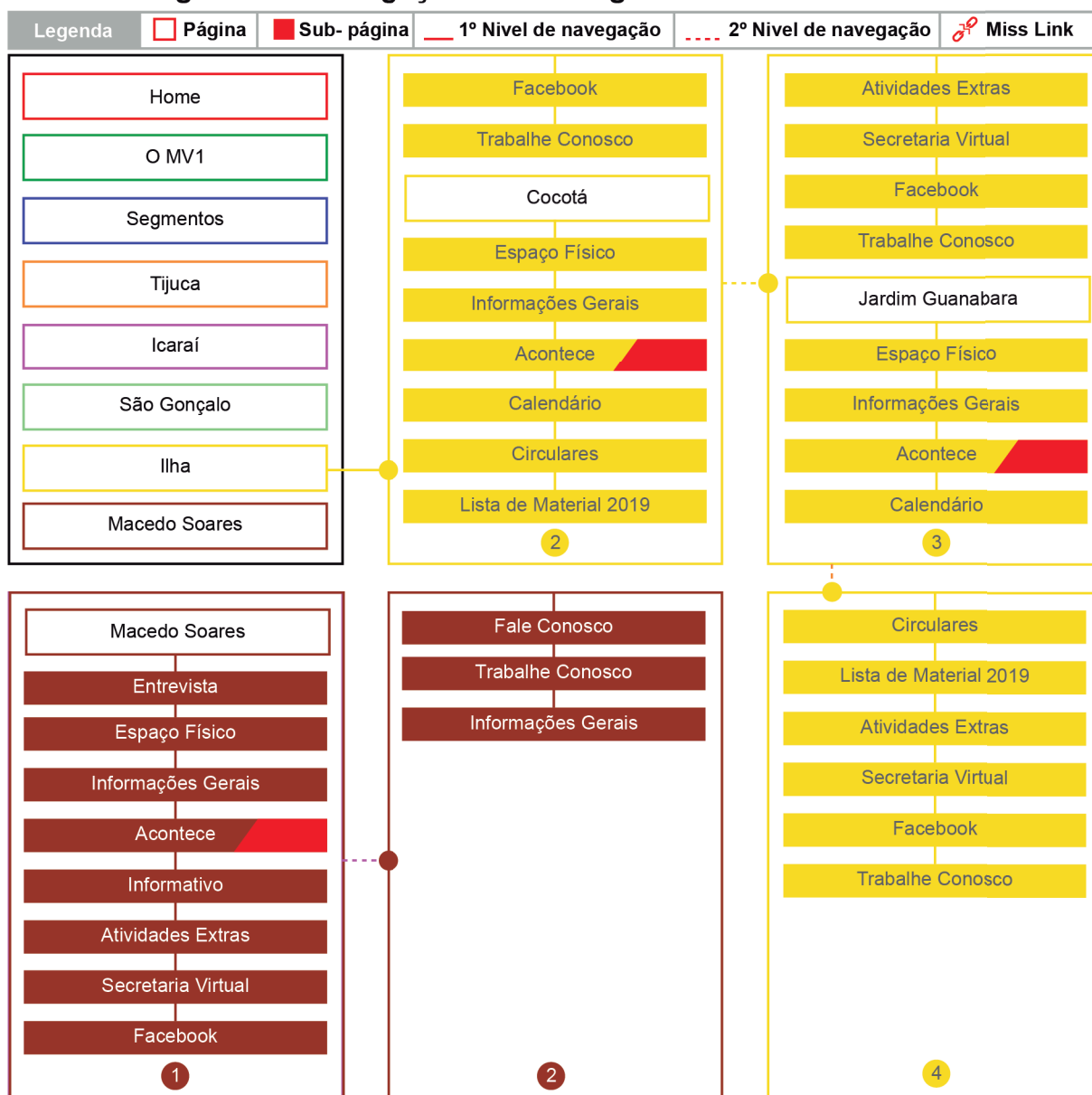
Fonte: Autoria própria.

Fluxograma de Navegação 03.2: Colégio Macedo Soares REDE MV1



Fonte: Autoria própria.

Fluxograma de Navegação 03.3: Colégio Macedo Soares REDE MV1



Fonte: Autoria própria.

2.1.4 - Imersão em Profundidade

Perfis dos Usuários

Quando colocamos um produto ou serviço no mercado devemos estar cientes da iteração dos clientes com o mesmo, ou ao menos antecipar os comportamentos prevendo possíveis áreas de transtorno na cadeia de consumo. A forma mais adequada de identificarmos essas demandas é de acordo com o perfil dos nossos usuários.

Para definirmos essas informações, foi necessário catalogar o público ativo nos atuais espaços de comunicação do Colégio Espaço Verde, além do requerimento de um questionário pelo mesmo junto a outros agentes de design ainda não inseridos no processo.

Foram selecionados três frentes para o levantamento desses dados. A primeira é observação do público ativo nas redes sociais, o segundo foi o levantamento de acessos no antigo ambiente digital do colégio frente os seus concorrentes e por último e desenvolvimento de um questionário específico visando delimitar qual a relação dos usuários com seus dispositivos, relação de parentesco com futuros alunos e outras mídias.

Mídias Sociais

Hoje o Colégio Espaço Verde Conta com duas mídias sociais ativas, o Facebook e o Instagram com um público ativo somado de 8.170 usuários cadastrados.

Embora seja um público construído, seu desenvolvimento se deu de maneira orgânica ao longo dos anos de atividade da empresa. Com uma boa taxa de engajamento foram selecionados a participarem do questionário de usabilidade.

Quando analisamos o público dentro do Facebook contatamos que de um total de 3.488 seguidores 91% deles são mulheres e 9% são homens o que é confirmado pela média de acessos nas últimas publicações, sendo que desse total, 33% dos usuários tem 25 à 34 anos e 30% tem de 35 à 44 anos. Outro dado relevante é que 2.419 desses usuários se encontram em Volta Redonda o que equivale a um total de 63,9% de soma total de seguidores. Já dentro do Instagram embora com um número maior de seguidores, 4.695 no total, as proporções são difusas, contando com vários perfis profissionais e seguidores fantasmas.

Acessos dos Usuários

Buscando outros parâmetros para definirmos o público-alvo que participará da terceira etapa do processo de identificação, através da ferramenta Simi-

larWeb realizamos a observação da quantidade de acessos na antiga plataforma do Colégio Espaço Verde e dos seus três principais concorrentes.

Só que o resultado foi inesperado ao identificarmos que o Colégio Espaço Verde contava com nenhum acesso durante seu período ativo em 2019, seus concorrentes possuíam a seguinte quantidade de tráfego no mesmo segmento de tempo.

Colégio Interativo com 8% de acesso pelo desktop e 92% na versão mobile, 1 página visitada por acesso com tempo de visita médio de 5 segundos e 352 acessos. Colégio MV1 com 34% de acesso pelo desktop e 66% na versão mobile e uma média de 2 páginas por visita com um tempo de navegação médio de 4 minutos e 10.100 acessos. E o Colégio Nossa senhora do rosário com 20% de acesso pelo desktop e 80% na versão mobile e uma média de 27 páginas por visita com um tempo de navegação médio de 2 minutos e 961 acessos.

Sendo que através dessas dados podemos dizer que a maioria dos acessos as plataformas dos nossos concorrentes se dá por plataformas mobile e que sites com maiores funcionalidades geram mais acessos.

Questionário

Foram selecionados para participar do questionário realizado pelo Colégio Espaço Verde, um grupo de teste um total de 24 usuários, oriundos do público ativo das mídias sociais, clientes da unidade atual do Colégio Espaço Verde e atores externos ao processo de design.

As informações foram dispostas para visualizar hábitos de navegação, conectividade, relações familiares, perfil profissional e relação com diferentes plataformas midiáticas.

A partir das respostas podemos dizer que: o grupo é composto por profissionais liberais e prestadores de serviço, 56% dos entrevistados possuem filhos e 70% possuem sobrinhos e que nenhum deles possuem netos em idade escolar. A maioria de usuários encontra-se entre 18 e 40 anos somando 68,2%, sendo que 27,3% deles tem 31 à 40 anos.

Em relação as plataformas midiáticas utilizadas 39,1% possuem televisão, 56,5% possuem um computador, 13% possuem um tablet e 95,7% possuem um celular. Outra constatação sobre esse aspecto é que 52,1% desses usuários já estão conectados a mais de 3 telas em dispositivos digitais, onde 39,1% dizem estar medianamente conectados, 43,5% afirmam estar continuamente conectados e 17,4% estarem totalmente conectados ou com o seu device em primeiro plano de uso.

Referente ao perfil digital do público analisado 87% dizem estar conecta-

dos ao Facebook, 69,6% ao Instagram, 17,4% ao twitter e 95,7% ao Whatsapp. Sendo que além disso quando questionados sobre o uso complementar de outros aplicativos ou páginas, os usuários apontam o uso gerenciadores de conteúdo (Youtube, Netflix e Spotify), gerenciadores bancários e agendas escolares.

Em relação aos sistemas operacionais dos dispositivos mobile, 73,9% alegam utilizar o android indicando a acessibilidade da plataforma. Outro dado interessante é que 52,2% dos mesmos alega fazer uso de rádios como fonte de entretenimento e informação.

Esses dados nos revelam que a conectividade é muita alta entre os entrevistados, possuindo multiplataformas de acesso, no mínimo de três sistemas de perfil on-line. Outra constatação interessante é que a maior parte do público está inserido em relações familiares não lineares com estudantes em idade escolar, assumindo o papel de influenciadores completar ao de consumidores e que o rádio está mais presente no cotidiano dos usuários do que a televisão.

Personas

Segundo os parâmetros definidos após a análise concisa dos entrevistados, apontamos que a geração ou estruturação dos arquétipos necessários para a análise e conceitualização das formas e práticas aplicadas ao conteúdo programático do projeto.

Os arquétipos foram construídos de forma a englobar práticas únicas e majorantes dos usuários entrevistados. Através da aproximação dos seus perfis de uso relacionados segundo, faixa etária, ramo de atividade laboral, relações sociais, gênero e perfil de navegação.

Seus vínculos emocionais com a marca quando existentes ou ainda à serem desenvolvidos também são conjecturados aqui, na medida que eles se manifestam ou tão somente são observáveis através do comportamento das personas.

Tabela 04: Personas



NATÁLIA, JOVEM MÃE SOLTEIRA

Profissão: Nutricionista, trabalha com acompanhamento nutricional em hospitais e atende na sua clinica particular

Idade: 31 anos

Genêro: Feminino

Educação: Ensino superior

Mídias: Facebook e Whatsapp

Objetivos: Educar e criar sua filha da melhor forma possível.

Desafios: Possui horários muitos corridos e não consegue estar com a filha em horários comerciais.

Como minha empresa pode ajudá-la: Fornecendo um local de ensino com segurança, qualidade e integralidade.



ADRIELY, LIDER DE FAMILIA

Profissão: Empresária, trabalha a mais de 20 anos com o comércio de roupas e acessórios.

Idade: 38 anos

Genêro: Feminino

Educação: Ensino Médio

Mídias: Facebook, Instagram e Whatsapp

Objetivos: Capacitar seus filhos com uma educação diferenciada com valores acessíveis.

Desafios: Tem de gerenciar suas lojas e ao mesmo tempo cuidar da sua família junto do marido atualente desempregado.

Como minha empresa pode ajudá-la: Fornecendo atividades complementares e extracurriculares para seus filhos.



MARCELO, EX-CLIENTE

Profissão: Médico Ortopedista

Idade: 62 anos

Genêro: Masculino

Educação: Pós Graduado

Mídias: Whatsapp

Objetivos: Revivier a experiência educacional fornecida ao seus filhos agora para seus netos.

Desafios: Um cliente fiscalizador, adotou a empresa para seu convívio familiar sendo um importante porta-voz.

Como minha empresa pode ajudá-la: Suprindo as suas expectativas equanto ao planejamento pedagógico ja vivido com sucesso anteriormente..

Fonte: Autoria Própria

Linha do Tempo

O Colégio Espaço Verde foi fundado em 1991 pela sua atual diretora Elizabeth Maria Villela Dacol que com a ajuda dos seus filhos gerencia a instituição até o presente momento. Posteriormente em 2004 a empresa expande sua área física e disponibiliza uma nova gama de atividade extracurriculares, contando com natação, ballet e aulas de capoeira.

Elizabeth Maria esteve a frente do projeto pedagógico junto a sua irmã, atual proprietária do seu principal concorrente o Colégio Interativo que inaugura suas atividades em 1999 usufruindo indevidamente da estrutura física do C.E.V. Esse ponto de atrito gera um desgaste recorrente que encontrou seu vértice exponencial com a construção de uma nova unidade por parte do Colégio Espaço Verde e a ruptura da parceria comercial com seu concorrente.

Os primeiros registros de atividade no ambiente digital do cliente remetem ao ano de 2014 com a criação do seu site, atualmente constatado em desuso e a criação das suas mídias sociais. Dês de então gerenciamento desses conteúdos é feito por um auxiliar de marketing dentro da intuição, junto aos proprietários.

Em 2019 Letícia Villela Dacol filha e representante da diretora da instituição entra em contato com o Flávio Barenco buscando o desenvolvimento de uma nova plataforma digital e abastecimento dos conteúdos midiáticos da empresa nas internet.

Análise de Fornecedores

Esses dois tipos visíveis de fornecedores relacionados ao projeto de desenvolvimento do conteúdo empresarial do Colégio. O primeiro grupo refere-se aos fornecedores do projeto pedagógico da escola e o segundo a aplicação, atualização e manutenção das plataformas digitais do cliente.

O primeiro grupo é composto pela coalizão da Organização Farias Brito de Ensino e a Editora Moderna trazendo ensino de alta performance voltada para o desenvolvimento educacional e emocional dos seus alunos. Relacionando o aprendizado transformador, exposição de ideias, autonomia, expressão, diálogo constante, pensamento crítico e articulado como seu principal foco para o estudante. Enquanto a editora moderna abastece essa demanda com conteúdos pedagógicos e literários desenvolvidos para atender essas prerrogativas.

Já no segundo grupo dispomos dos servidores, hosts e domínios para o lançamento de uma plataforma digital. Mas devido a limitação técnica consideraremos primariamente construtores de sites como plataforma para a aplicação preliminar dos

nossos sistemas. Foram pré selecionados três fornecedores nesse aspecto.

Wix

Wix é um dos construtores mais conhecidos no mercado, dispendo de grande investimento midiático é um dos líderes no segmento. Vem se desenvolvendo continuamente através de ferramentas como a Wix ADI - Artificial Design Intelligence, disponíveis em todos os templates da plataforma.

O Wix se destaca por ser fácil de usar, possuir muitos recursos para edição do site e com itens flexíveis e editáveis. Com funções de blog, lojas on-line, SEO, diversos aplicativos de navegação e suporte ao cliente.

UKIT

O Ukit tem com diferencial a modernidade e fluidez com que seus códigos são trabalhados para a produção das interfaces de um site. Altamente customizável é uma excelente alternativa para designer e não designers.

Mesmo com uma presença relativamente recente no mercado, já tem boa credibilidade com usuários especializados e continua e crescente desenvolvimento, embora ainda careça de funções possuída pelos seus outros concorrentes.

Webnode

Webnode é um criador famoso de sites, sendo desenvolvido na República Eslovaca a quase 10 anos encontra-se em atividade desde então com uma base de milhões de usuários.

Baseado em edição de modelos, tem layouts simples muito semelhantes as antigas plataformas Blogger e Wordpress, O que o deixa ágil e fácil de formatar o impede de abrigar layouts de interface mais complexos.

2.2 - Definir

2.2.1 - Quadro de Canvas para modelo de negócio

Para definirmos a área de atuação, aspectos funcionais, o seu comportamento junto aos clientes entre outros elementos, foi relacionado através da ferramenta conhecida com quadro de canvas, itens que quando dispostos por ele nos apresenta as práticas de organização e funcionamento da empresa, tornado o seu funcionamento perceptível e propiciando oportunidades de identificar-se aspectos para a inovação.

Infográfico 04: Quadro de canvas.



Fonte: Autoria Própria

2.2.2 - Viabilidade mercadológica

Para analisarmos um mercado, buscando a viabilidade de um projeto de comunicação digital precisamos ter em mente as prerrogativas do marketing 4.0 as quais englobam os fatores tecnológicos, financeiros, legais, culturais, sociais e ambientais para definição do cenário e se este é capaz de receber as soluções preferidas de acordo.

Tecnologicamente encontramos parâmetros que definem as praticas de uso e ferramentas disponíveis para a efetuação do desenvolvimento da nossa solução projetual. Podendo contar com atores envolvidos e especializadas na área da programação de interfaces digitais ou com construtores e plataformas de criação para sites. E relacionados as praticas de uso, começamos a definir a forma que nossos usuários iram acessar os conteúdos dispostos, através de plataformas digitais mobile e desktop.

Financeiramente identificamos que o retorno para o cliente em valores supera muito a relação dos seus custos com a geração de ferramentas para capitação de novas matriculas e gestão dos conteúdos digitais onde por exemplo o aluno que matricule-se ao longo do ano letivo geraria um valor 3 vezes maior do que o custo total do orçamento de operação e desenvolvimento do novo site para o Colégio Espaço Verde.

Já legalmente temos de preterir as responsabilidades ao conteúdo comunicado, a capacidade de antever-se a acionamentos jurídicos e políticos entendendo as demandas legais necessárias para a operação de uma instição de ensino, o surgimento de novas leis e manifestação das autarquias como o MEC e o Ministério da Educação junto com as suas mudanças e implementação de novas práticas para o ensino fundamental nacional.

Educação e cultura são temas concomitantes que começam dentro dos ambientes familiares entre pais e alunos, sendo na escola local onde esse indivíduos em formação são recebidos e a confiança do seu desenvolvimento e é depositada na instituição de ensino. Tendo que transferir essa demanda por credibilidade através de uma plataforma profissional, clara e crível.

O ambiente social para o desenvolvimento do projeto ocorre através da interlocução do discurso da empresa sobre o desenvolvimento integral e da inteligência emocional dos seus alunos com práticas modernas de questionamento e o desdobramento de um pensamento crítico, criando pontes entre gerações através do trabalho pedagógico educacional e participação na comunidade ao redor da empresa.

2.2.3 - Cronograma

Perante o desenvolvimento das etapas do projeto, o cronograma foi articulado como apresenta a tabela a seguir.

Tabela 05: Cronograma

Cronograma												
Mês	Fevereiro				Março				Abril			
Semana	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°
Etapas												
Reunião Preliminar	█											
Reunião de Briefing	█	█										
Geração de interfaces	█	█	█	█								
Reunião de Aprovação	█	█	█	█	█							
Prototipação	█	█	█	█	█	█						
Recolhimento de Feedback	█	█	█	█	█	█						
Desenvolvimento	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█		
Reunião de Aprovação	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Entrega	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

Fonte: Autoria Própria

2.2.4 – Preços

Para gastos previstos dentro do projeto foram disponibilizados um total de R\$ 750,00 para produção da landing page, R\$300,00 para os custos de anuais de hospedagem e aquisição do domínio e R\$2,500 reais para o desenvolvimento posterior do site.

2.2.5 - Síntese

Após levantadas as informações referentes a necessidade, viabilidade, competências e especificidades demandadas pelo projeto foi decidido que a demanda do cliente melhor será atendida através do desenvolvimento de uma plataforma digital converSORA de acessos comerciais.

Essa interação será complementada com a apresentação dos valores da empresa, suas parcerias comerciais as quais corroboram sua credibilidade junto ao público-alvo captado. A plataforma também permitirá que sejam gerados e analisados novos dados sobre o perfil dos consumidores.

O melhor formato, atestando a demanda inicial do cliente, reside na landing page, através dos dados levantados como ferramenta para conversão de acessos. também foi definido que a página web deverá se apresentar a partir de uma interface amigável ao ambiente mobile e posteriormente para o desktop.

Podendo assim apresentar as capacidades desse projeto através da síntese em três pontos distintos: Geração de um funil de conversão, trans-mídia através de campanha distribuída em veículos complementares e criação de uma landing page ou ambiente digital convergente para a geração de leads

2.3 - Desenvolver

2.3.1 - Ideação

Ao desenvolver todas as etapas referentes a pesquisa e levantamento de dados até então, podemos definir um roteiro das atividades necessárias para alcançar os objetivos definidos. Entra-se a partir de agora no momento de conversão onde chegaremos aos parâmetros solução preferida.

Qualificaremos os aspectos que serão incorporados a solução, definindo as ferramentas para o trabalho de desenvolver um ambiente digital coeso, com a revisão dos termos institucionais, que seja agradável e apelativo aos usuários atingindo taxas de conversão satisfatórias para as vendas do cliente.

Já tendo em mãos um objeto de teste iremos recolher os dados gerado para incorpora-los na proposta final do projeto, premeditando resultados e fazendo planos de midia para alcançar a máxima eficiência e abrangência para as aplicações do produto,

2.3.2 - Ferramentas

As ferramentas selecionadas para a criação e desenvolvimento dos layouts para as interfaces foram as plataformas adobe de edição de imagem, Photoshop e Illustrator, junto com mecanismos de qualificação para buscas disponibilizado pelo google como google SEO.

SEO ou search engine optimization são práticas desenvolvidas para qualificar e alcançar a maior projeção possível em motores de busca segundo a indexação dos itens dispostos no servidor que abriga os componentes do site em si.

Foi selecionado também o editor de sites wix para a aplicação das interfaces do sitio digital.

2.3.3 - Desenvolvimento

Landing Page – Desenvolvimento WEB/MOBILE

Após a análise dos componentes do roteiro de criação, foi diagramado em forma sequencial para navegação um layout digital com os componentes definidos, que listados através de função corroborem a pré-venda através do contato, cadastros e feedback dos usuários do hot-site ou landing Page de forma intuitiva

O layout é composto dos seguintes segmentos:

- Área Inicial

Dentro da área inicial de acesso encontramos um breve resumo da posição do Espaço verde como escola e dos valores educacionais que possui, demonstrando um pouco da sua linha do tempo ao mesmo tempo em que inicia uma call to action para o resto do corpo do site.

Aqui também está inserido um slide com fotos institucionais e de ambientação dentro do header. No final do segmento foi disposto um botão de ancoragem para o rolamento direto para o questionário.

- Pilares

Foram definidos 4 pilares fundamentais para apresentar os valores trabalhos pela instituição de forma a relacionar com as perspectivas modernas educacionais, o desenvolvimento do aluno, do seu intelecto emocional e relação com a sociedade.

Eles são: Desenvolvimento Integral do Aluno. Educação Interdisciplinar e Tecnológica. Gestão Pedagógica Inovadora. Ética, Respeito, Confiança e Segurança.

- Vídeo Institucional

Foi produzido um vídeo institucional pela equipe do Espaço Verde, com testemunhos reais de educadores e pais, sobre as práticas da empresa e seus resultados positivos em relação ao desenvolvimento pedagógico, intelectual e emocional das crianças beneficiadas pela metodologia do Espaço Verde.

- Pré matrícula

Aqui foi aberto um questionário preliminar para o cadastro de pré matrícula para o período letivo de 2020 das séries de 1º ao 9º ano, onde através de um grupo rápido de perguntas o interessado poderá usufruir o benefício de um desconto equivalente a 50% da matrícula. Essa base de dados ou leeding criará um banco de dados inicial do mapa de vendas

- Parcerias

Corroborando a sua proposta educacional, o Colégio Espaço Verde conta com a metodologia verificada do Sistema Farias Brito, a qual ajuda na formação dos indivíduos tanto para estarem aptos às provas de admissão no ensino superior e como indivíduos saudáveis e intelectualmente desenvolvidos.

Fazendo menção ao sistema de apoio fornecido através das apostilas da editora Moderna Literatura, que abastecem as salas de aulas com conteúdos atualizados, revisados e nos conformes dos requisitos do MEC.

- Produtos

Além de investirem uma nova área de atuação dentro do segmento educacional o Espaço verde possui outros serviços que são o alicerce do seu projeto empresarial. Esses produtos, embora não sejam o foco ao qual se dedica a ferramenta, são elemento que corroboram a sua credibilidade e devem ser apresentados de forma a propiciar novas matrículas para os mesmos.

Esses serviços são: Berçário, Creche e Pré Escola

- Contato e Venda direta

Caso por eventualidade o usuário, na forma de um possível cliente, não deseje por motivos particulares disponibilizar seus dados, ele será direcionado para a área de contato onde poderá ler um manifesto prévio para efetuar a compra em outros canais disponíveis para comunicação, como facebook e whatsapp.

Aqui começamos os rascunhos da aplicação da cor institucional do cliente em conjunto com a disposição preliminar dos elementos gráficos previamente dispostos dentro do manual de identidade vigente do cliente com novas inclusões de ícones e logos das redes sociais trabalhadas.

2.3.4 - Aprovação

Como disposto no cronograma foram realizadas duas reuniões dedicadas a aprovação e revisão por parte do cliente. Onde foram acolhidas as alterações pertinentes ao aprimoramento da plataforma.

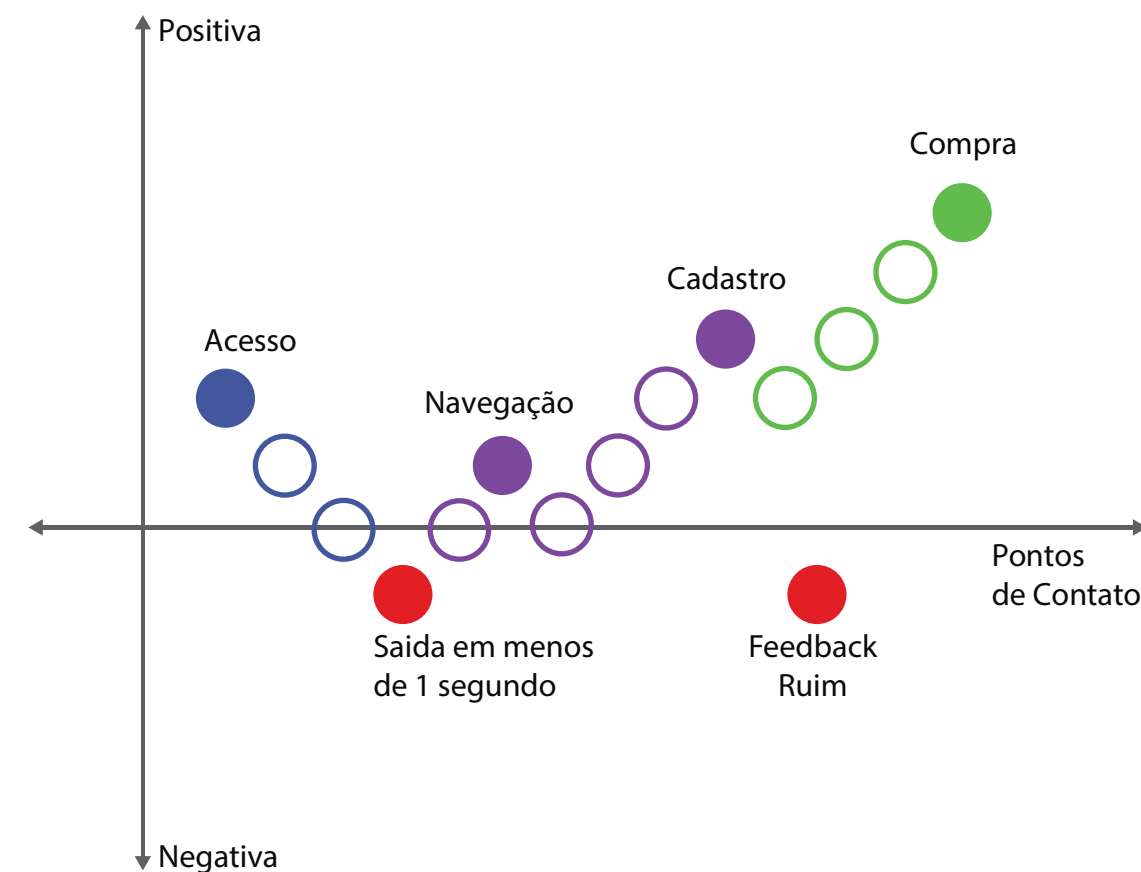
A aprovação não foi realizada somente pelo cliente, onde vários atores do processo de desenvolvimento foram questionadas sobre considerações quanto formato, experiências de navegação e funcionalidade.

2.3.5 - Jornada do usuário

Após a análise de comportamento dos usuários em diferentes ambientes digitais, pesquisados tanto em loco dentro do corpo da empresa quanto com atores externos ao processo de projeção e através mesmo do trassagem de perfis de acesso pela análise dos concorrentes, chega-se a um padrão de comportamento preferido dentro das interfaces dispostas.

Onde apresenta-se o gráfico a jornada do usuário segundo as qualificações positivas e negativas do posicionamento dos mesmos durante a navegação.

Infográfico 05: Jornada do usuário



Fonte: Autoria Própria

2.3.6 - Definir versões

A partir dos dados levantados e conteúdos gerados foi apresentada a versão preliminar do ambiente digital do Colégio Espaço Verde. Já definida como mobile friendly. As resoluções que iremos trabalhar no ponto de quebra de 1080x1920 para mobile e 1640x1080 para desktop.

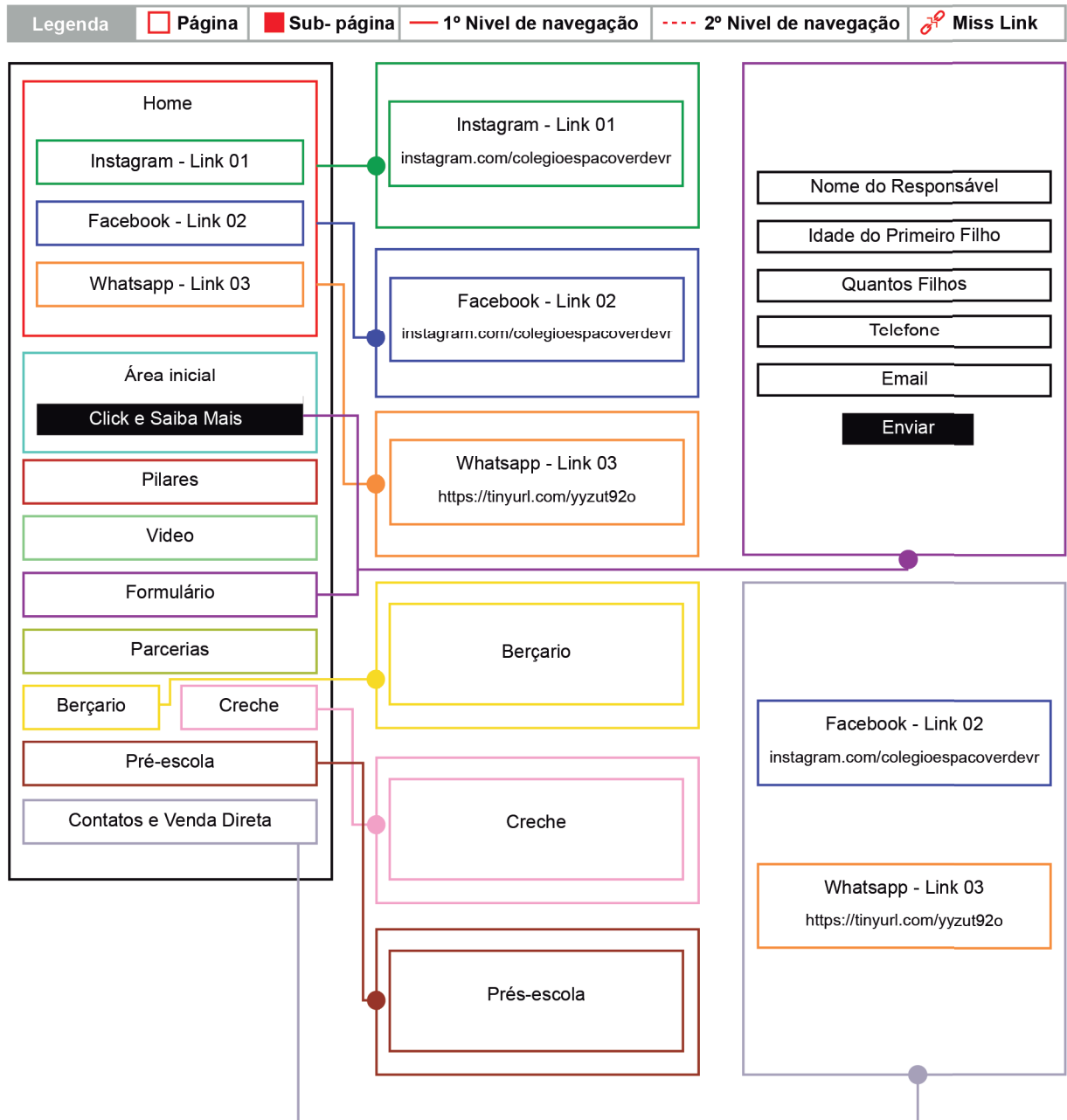
Nesse momento iremos definir por experimentação de recursos editáveis as capacidades geríveis e complementares as interfaces do sitio eletrônico. Mas já podemos definir alguns fatores, como a barra de rolagem única e navegação com links externos.

Foi definido que o corpo do site seria criado na plataforma Wix, por possuir as ferramentas básicas necessárias para a sua criação sem o acréscimo de custo complementar de incluir a programação back-end alcançando resultados semelhantes e com custos reduzidos. A plataforma também foi selecionada em frente aos seus concorrentes por ser uma ferramenta que o designer responsável já possui experiência para criar profissionalmente.

Identidade Visual

É nesse momento que pontuamos os elementos básicos gráficos que iram compor a identidade visual das nossas interfaces, segundo os parâmetros levantados até aqui. Iremos abordar quais fontes, o logo, as cores, padrões e alinhamentos iremos usar. Embora estejam dispostos preliminarmente nessas primeiras análises do sistema, será somente na fase de prototipação que os mesmos serão definidos.

Fluxograma de Navegação 04 - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Wireframe 04: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde

ESPAÇO VERDE

WhatsApp Facebook Instagram

Banner

...

Pergunte como aqui.


nome do responsável

idade do 1ºfilho quantos filhos

telefone

e-mail ENVIAR

Matricule seu filho (a) no melhor Colégio de Volta Redonda!



Para dar continuidade à educação primorosa que há quase 30 anos o Colégio Espaço Verde oferece aos seus alunos da Educação Infantil, estamos construindo um prédio complementar de 2300 m2, na Rua 41C, no Bairro Vila Santa Cecília. A futura instalação, que receberá as turmas do Ensino Fundamental do 1º ao 9º ano, conta com infraestrutura moderna e arquitetura totalmente planejada, atendendo às inovações constantes e aos desafios da Educação do Futuro. Aqui seu filho estudará com equipamentos modernos e materiais de qualidade, em espaços pedagogicamente ricos e interdisciplinares.

Click e SAIBA MAIS

Sistema Farias Brito

Educação que prepara o aluno para a vida. Este foi o ponto decisivo em nossa escolha pela metodologia do Sistema Farias Brito, com materiais de ensino assinados pela Editora Moderna. Assim como o Espaço Verde, o SFB tem credibilidade e eficiência em seu projeto pedagógico, com alunos em todo Brasil entre os primeiros em Olimpíadas escolares e no ENEM. Prezando sempre a liderança, interdisciplinaridade, ética e o bem comum dentro do ensino convencional.

parceria


Pilares Colégio Espaço Verde

- Desenvolvimento Integral do Aluno.**
O aluno é preparado para o futuro, através do estímulo de suas capacidades intelectuais, sociais e psicomotoras. Aulas com ênfase na liderança, adaptação e sustentabilidade.
- Educação Interdisciplinar e Tecnológica.**
Além do currículo do Ensino Fundamental, são oferecidas aulas de Robótica, Inglês, Música... Valorizando as potencialidades dos alunos.
- Gestão Pedagógica Inovadora.**
Através do Sistema Farias Brito, os alunos são preparados para o Ensino Médio desenvolvendo suas capacidades de aprendizagem e comunicação.
- Ética, Respeito, Confiança e Segurança.**
A autonomia do aluno é incentivada, com reforços positivos e incentivo ao pensamento voltado para o bem comum.

Educação Infantil

Há 20 anos o Espaço Verde oferece a melhor estrutura da região em educação infantil para o cuidado e desenvolvimento do seu Grande Pequeno!

- Berçário**
Os primeiros anos de vida são marcados por descobertas, experiências e aprendizados. Nosso ensino é feito para garantir o cuidado de seu bebê a partir dos 4 meses. Rotinas, hábitos, alimentação preparada por nutricionista, banho, soneca e trocas - prezando o pleno atendimento do bem-estar físico e psicológico das crianças. Horário integral.
- Creche**
A partir de um ano, a creche escola do Espaço Verde, com educação em tempo integral ou meio período, garante o desenvolvimento continuado de suas crianças, com toda rotina oferecida ao berçário e o início da alfabetização. São diversos espaços disponíveis para seu filho viver sua infância com muita estrutura, conforto e segurança.
- Pré Escola**
Matemática, português e inglês, além de outras atividades como música, artes, esportes, ciências sociais e naturais são adicionadas ao currículo. São propostos jogos de raciocínio e projetos interdisciplinares sob a orientação das educadoras. E ainda temos aulas extracurriculares como capoeira, ballet e natação - todas sob a orientação de especialistas.



Aplicando as experiências do trabalho desenvolvido desde o Berçário e Creche até a Educação Infantil, o Colégio Espaço Verde traz para Volta Redonda o conceito de uma Escola Inovadora, em parceria com o Sistema Farias Brito e Editora Moderna.

Com aulas dinâmicas e integradas, como Robótica e Programação, os alunos contam com o acesso às plataformas de ensino do Sistema Farias Brito, que ajudam a identificar lacunas na aprendizagem e corrigi-las no estudo cotidiano, inclusive com videoaulas. Uma escola de Aprendizagens e Vivências, que oferece uma base sólida para o futuro e para a vida, valorizando também a inteligência emocional do aluno. Nas aulas de robótica, por exemplo, o enfoque está no aprendizado dos diferentes conceitos da codificação, utilizando conhecimentos das áreas de Ciências, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.

Contato

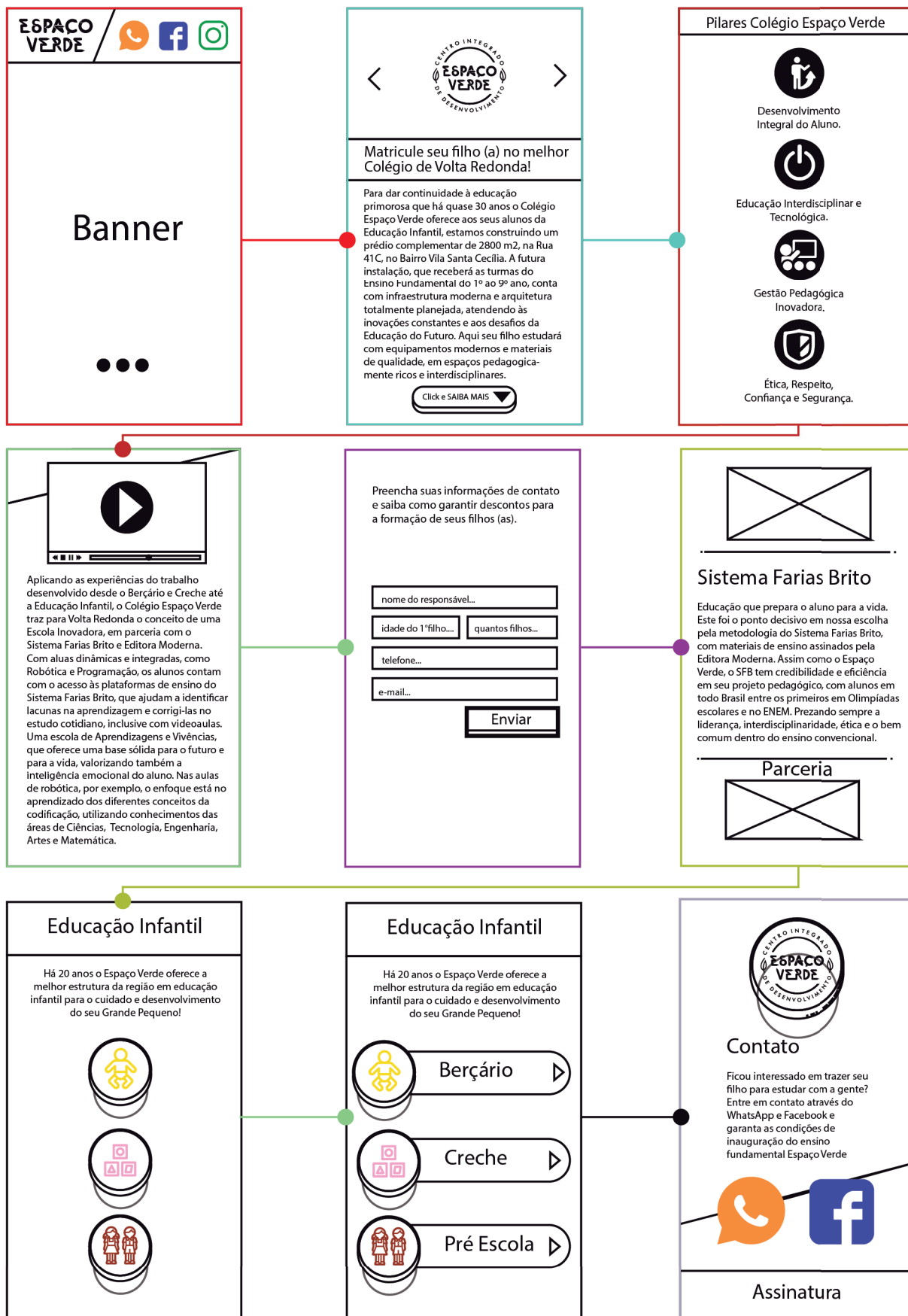
Ficou interessado em trazer seu filho para estudar com a gente? Entre em contato através do WhatsApp ou Facebook e garanta o desconto mencionado para 2020 ou para transferências ainda em 2019 e seja bem-vindo ao nosso Espaço Verde!

WhatsApp Facebook

Assinatura

Fonte: Autoria própria.

Wireframe 05: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



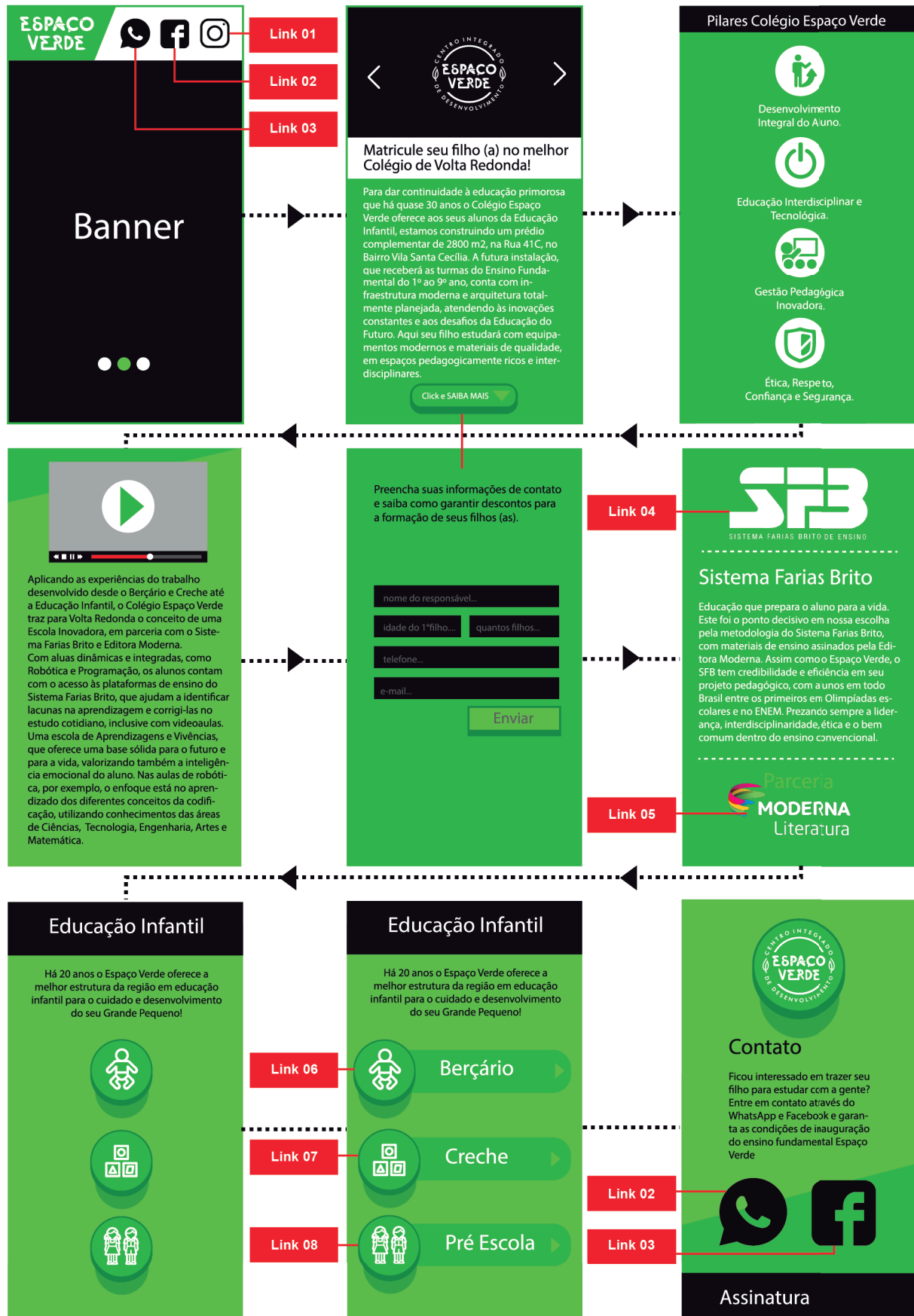
Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 04: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde



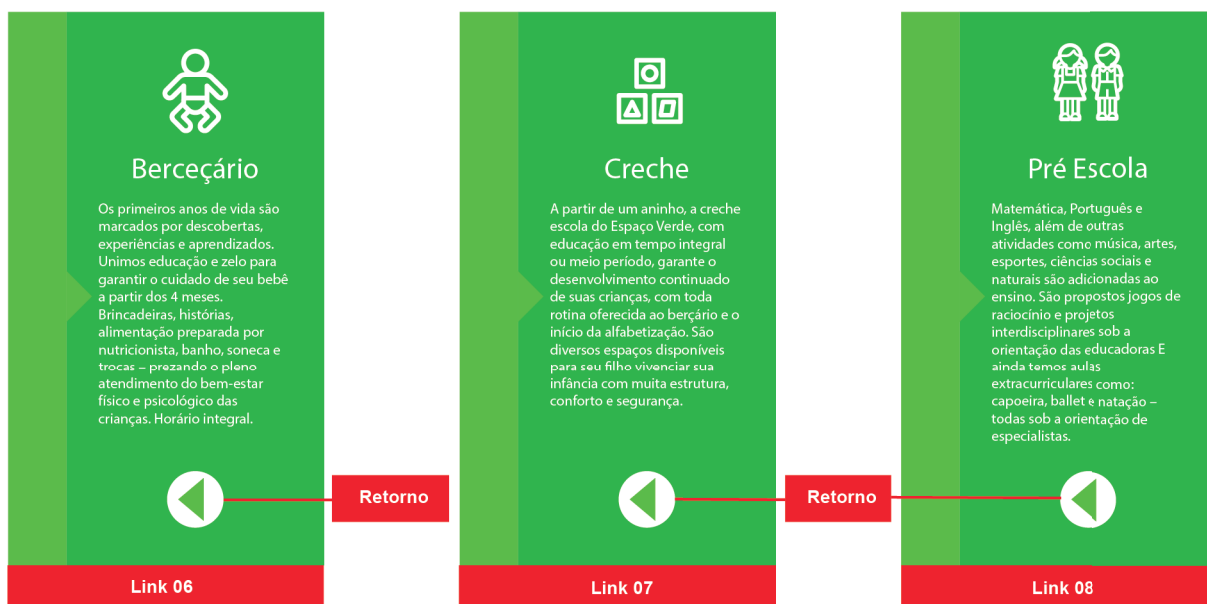
Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 05: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 05.1: Mobile Links 06, 07, 08 - L.P. Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Wireframes Visual 05.1: Mobile Links 06, 07, 08 - L.P. Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Logo 01: Landing Page Colégio Espaço Verde

Cor Institucional



Aplicação sobre Branco



Negativa White



Negativa Black



Sobreposição Fotográfica



Cor Complementar



Fonte: Colégio Espaço Verde

LULU CLEAN ONE

A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z À Á
É Ê Ë Ì Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø & 1 2 3 4 5 6
7 8 9 0 (\$ £ € . , ! ?)

45

LULU CLEAN ONE BOLD

**A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z À Á
É Ê Ë Ì Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø & 1 2 3 4 5 6 7
8 9 0 (\$ £ € . , ! ?)**

Fonte: www.myfonts.com/fonts/yellow-design/lulo-clean/.

45

Fonte 02: Fonte Complementar - Landing Page Colégio Espaço Verde

BARLOW

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

0123456789
(!@#\$%&.,?::;)

Fonte: <https://www.fontsquirrel.com/fonts/barlow>

2.3.7 - Mapa estratégico

Após a análise do mercado e em comparação as pretensões do cliente com as práticas desenvolvidas pelos seus concorrentes, foi definido um mapa estratégico atendo-se as capacidades da instituição perante a critérios de atuação no seu nicho empresarial.

Tabela 06: Mapa estratégico

Perspectiva Financeira			
Criar valor para a empresa			
Aumentar as vendas Expandir area de serviços		Expansão Mercadológica	Produtividade
Construção de uma nova unidade e aumento no plano multimidiático de propaganda.	Introdução de horários extracurriculares com atividades complementares.		Desenvolver as capacidades financeiras com uma faixa de investimento enxuta porém bem aplicada.

Perspectiva do Cliente		
Construir Marca de Forma Consistente e Coerente		Satisfação do Cliente
Ser reconhecido com um polo no desenvolvimento moderno do indivíduo através da aplicação pedagógica mais atualizada presente no mercado		Superar o paradigma de subserviência com antigos parceiros comerciais presente no mercado
		Boa relação com os clientes, tanto alunos e familiares quanto com o corpo docente.

Perspectiva dos Processos Internos			
P&D	Produção	Vendas e canais	Marketing
Sistemas pedagógico atualizados, desenvolvimento educacional da inteligência emocional.	Formar os alunos da forma mais adequada para a vida e as próximas fazes letivas.	Canal de Venda on-line	Foco no aluno e atendimento as famílias.
Trazer atividades complementares de ensino, psicomotoras e tecnológicas.		Gerenciamento de plano de mídia.	Assimilar e atualizar-se
			Entender as personas e suas predileções de comunicação.

Perspectiva da Organização		
Recursos Humano	Ações Sócio Ambientais	Informação
Capacitar sua equipe para criar uma força de trabalho especializada e apta a oferecer seus serviços com qualidade e fidelizadas ao projeto empresarial.	Educar, conscientizar e implementar práticas de conservação ambiental através do consumo cociente dos recursos.	Aplicar planejamentos de mercado estruturados para se abastecerem de resultados empíricos, aprimorando-se e seu serviço através de feedback dos clientes.

Fonte: Autoria Própria

3 – CONCLUSÃO

3.1- Despachar

3.1.1 - Prototipação

Após o recolhimento do feedback positivo durante o período de testes e a complementação dos fatores institucionais revidos através do rebranding dos aspectos da marca Colégio Espaço Verde, foi preferido o desenvolvimento final do ambiente digital da landing page como sitio primário para a conversão de clientes para o novo momento empresarial da instituição.

O sitio foi revisado para acrescer a identidade visual e comunicacional criada através de pesquisas sobre tendências de mercado. Seguimos alguns dos princípios elaborados até então relacionando com que foi pesquisado com referência visual web digital. A presença de degradés e cores complementares cria uma sensação de fluidez adequada evitando o abandono da navegação ou de antemão melhorando sua taxa de rebound e evitando que a jornada do usuário seja interrompida.

O resultado foi alcançado com grandes indices de usabilidade e média funcionalidade, criando uma plataforma ágil e intuitiva. Acrescentando aspectos de motion design para a dinamicidade da navegação.

As fontes selecionadas para compor o corpo do texto são Lulo Clean para os títulos e a Barlow Regular para os demais. Ambas as fontes foram selecionadas por fatores estéticos, na medida que por não apresentarem serifas e obterem uma geometrização proporcional das dimensões dos seus caracteres em relação ao seu kerning, possuem a capacidade de se adequar as diferentes dimensões do layout das interfaces sem possuir grande perda na capacidade de apresentarem-se legivelmente. Outro fator decisório são que ambas as fontes estão presentes e disponíveis par uso em diferentes plataformas web.

Foram adicionados pontos de ancoragem para incentivar a navegação ao longo do corpo do site, sendo outros links alterados em sua identificação ou retirados devido a limitação das funções e dificuldade da navegação apresentadas nas interfaces finais do projeto.

3.1.2 - Sub sistemas e funcionalidades

Podemos contabilizar dentro do site um total de quatro funções principais e 8 sub-sistemas. A primeira das funções é a de scroll que nos permite navegar pela prancha continua da interface do sistema, essa propriedade chama-se rolagem direta, que facilita a maior parte da navegação ao ser feita através de um único gesto.

Em seguida temos os dois carrosséis de banners abaixo do header ou cabeçalho, nenhum deles possuem links externos, tendo somente caráter informativo, também temos o player do vídeo institucional da página web, acionado pelo toque ou clique. Sendo que por último o principal sistema da arquitetura da página, no que tangere a requerida demanda de captar leads, nosso formulário de contato.

E em relação aos sub-sistemas, voltados para a navegação e tráfego de público em diferentes mídias 8 itens responsáveis orientação. Sendo eles 5 links externos e 3 pontos de ancoragem. Pontos de ancoragem são elementos inseridos na função de rolagem direta, que quando acionados dentro da interface retornam ou avançam a áreas pré definidas

Interface Visual 06.1: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde



Link 01

www.instagram.com/colegioespacoverdevr/

Link 02

www.facebook.com/escolaespacoverdevr/

Link 03

<https://tinyurl.com/yyzut92o>

Link 04

www.sistemafb.com.br/

Link 05

www.moderna.com.br

Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 06.2: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde

PILARES DO COLÉGIO ESPAÇO VERDE

Desenvolvimento Integral do Aluno

O aluno é preparado para o futuro, através do estímulo de suas capacidades intelectuais, sociais e psicomotoras. Aspectos como esportes, qualidade de vida, convivência e desenvolvimento de hábitos e atitudes saudáveis fazem parte do cotidiano das crianças, que se tornam cada vez mais autônomas e protagonistas do aprendizado.

Gestão Pedagógica Inovadora

Com a proposta construtivista, no Colégio Espaço Verde o conhecimento não se limita apenas à sala de aula. Nossos professores são agentes de transformação, preparados para tornar o ambiente educacional mais acolhedor, participativo e integrado entre os alunos e a comunidade escolar.

Educação Interdisciplinar e Tecnológica

Além do currículo do Ensino Fundamental, são oferecidas classes de Robótica, Programação, Música, Inglês e esportes diversos, valorizando as potencialidades dos alunos. Combinando teoria e prática de forma criativa, os alunos têm acesso a conteúdos e ferramentas digitais, para uma aprendizagem mais completa.

Desenvolvimento Integral do Aluno

A competência socioemocional é trabalhada no Espaço Verde desde a Educação Infantil. A autonomia do aluno é incentivada, com reforços positivos e incentivo ao pensamento voltado ao bem comum. O resultado é a redução dos conflitos entre os alunos e do bullying, formando alunos bem-sucedidos na escola e na vida.

CONHEÇA O ESPAÇO VERDE, DESDE 1991 CONSTRUINDO GERAÇÕES DE SUCESSO.

Aplicando as experiências do trabalho desenvolvido desde o Berçário e Creche até a Educação Infantil, o Colégio Espaço Verde traz para Volta Redonda o conceito de uma Escola Inovadora, em parceria com o Sistema Farias Brito e Editora Moderna.

Com aulas dinâmicas e integradas, como Robótica e Programação, os alunos contam com o acesso às plataformas de ensino do Sistema Farias Brito, que ajudam a identificar lacunas na aprendizagem e corrigi-las no estudo cotidiano, inclusive com videoaulas. Uma escola de Aprendizagens e Vivências, que oferece uma base sólida para o futuro e para a vida, valorizando também a inteligência emocional do aluno. Nas aulas de robótica, por exemplo, o enfoque está no aprendizado dos diferentes conceitos da codificação, utilizando conhecimentos das áreas de Ciências, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.

[HOME](#)

Cadastre-se agora e aproveite valores especiais para a formação do seu filho

[ENVIAR](#)

ancoragem 01

Âncora 00

ancoragem 02

Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 06.3: Final Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde

Resultados QUE FAZEM A DIFERENÇA

SFB
SISTEMA FARIAS BRITO DE ENSINO

Aplicando as experiências do trabalho desenvolvido desde o Berçário e Creche até a Educação Infantil, o Colégio Espaço Verde traz para Volta Redonda o conceito de uma Escola Inovadora, em parceria com o Sistema Farias Brito e Editora Moderna.

Com aulas dinâmicas e integradas, como Robótica e Programação, os alunos contam com o acesso às plataformas de ensino do Sistema Farias Brito, que ajudam a identificar lacunas na aprendizagem e corrigi-las no estudo cotidiano, inclusive com videoaulas. Uma escola de Aprendizagens e Vivências, que oferece uma base sólida para o futuro e para a vida, valorizando também a inteligência emocional do aluno. Nas aulas de robótica, por exemplo, o enfoque está no aprendizado dos diferentes conceitos da codificação, utilizando conhecimentos das áreas de Ciências, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.

MODERNA
Literatura

EDUCAÇÃO INFANTIL

HÁ 28 ANOS O ESPAÇO VERDE OFERECE A MELHOR ESTRUTURA DA REGIÃO EM EDUCAÇÃO INFANTIL PARA O CUIDADO E DESENVOLVIMENTO DO SEU GRANDE PEQUENO!

BERÇÁRIO

Os primeiros anos de vida são marcados por descobertas, experiências e aprendizados. Unimos educação e zelo para garantir o cuidado de seu bebê a partir dos 4 meses. Brincadeiras, histórias, alimentação preparada por nutricionista, banho, soneca e troca – prezando o pleno atendimento do bem-estar físico e psicológico das crianças. Horário integral.

CRECHE

A partir dos 4 meses de idade, a creche escola do Espaço Verde, com educação em tempo integral ou meio período, garante o desenvolvimento contínuo de suas crianças, com toda rotina oferecida ao berçário e o início da alfabetização. São diversos espaços disponíveis para seu filho vivenciar sua infância com muita estrutura, conforto e segurança.

PRÉ ESCOLA

Matemática, Português e Inglês, além de outras atividades como música, artes, esportes, ciências sociais e naturais são adicionadas ao ensino. São propostos jogos de raciocínio e projetos interdisciplinares sob a orientação das educadoras. E ainda temos aulas extracurriculares como: capoeira, ballet e natação – todas sob a orientação de especialistas.

HOME

CONTATO

Ficou interessado em trazer seu filho para estudar com a gente? Entre em contato através do WhatsApp e Facebook e garanta as condições de inauguração do Ensino Fundamental Espaço Verde

CENTRO INTEGRADO DE DESENVOLVIMENTO
ESPAÇO VERDE

PRODUIZIDO POR:
Flávio Barenco
Volta Redonda, 2019

Link 04

Link 05

Âncora 00

Link 02

Link 03

Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 07.1: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde

ancoragem 00

Link 01

Link 02

Link 03

Âncora 01

Âncora 02

PILARES DO COLÉGIO ESPAÇO VERDE

Desenvolvimento Integral do Aluno

O aluno é preparado para o futuro, através do estímulo de suas capacidades intelectuais, sociais e psicomotoras. Aspectos como esportes, qualidade de vida, convivência e desenvolvimento de hábitos e atitudes saudáveis fazem parte do cotidiano das crianças, que se tornam cada vez mais autônomas e protagonistas do aprendizado.

Gestão Pedagógica Inovadora

Com a proposta construtivista, no Colégio Espaço Verde o conhecimento não se limita apenas à sala de aula. Nossos professores são agentes de transformação, preparados para tornar o ambiente educacional mais acolhedor, participativo e integrado entre os alunos e a comunidade escolar.

Educação Interdisciplinar e Tecnológica

Além do currículo do Ensino Fundamental, são oferecidas classes de Robótica, Programação, Música, Inglês e esportes diversos, valorizando as potencialidades dos alunos. Combinando teoria e prática de forma criativa, os alunos têm acesso a conteúdos e ferramentas digitais, para uma aprendizagem mais completa.

Desenvolvimento Integral do Aluno

A competência socioemocional é trabalhada no Espaço Verde desde a Educação Infantil. A autonomia do aluno é incentivada, com reforços positivos e incentivo ao pensamento voltado ao bem comum. O resultado é a redução dos conflitos entre os alunos e do bullying, formando alunos bem-sucedidos na escola e na vida.

Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 07.2: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde

CONHEÇA O ESPAÇO VERDE, DESDE 1991 CONSTRUINDO GERAÇÕES DE SUCESSO.



Aplicando as experiências do trabalho desenvolvido desde o Berçário e Creche até a Educação Infantil, o Colégio Espaço Verde traz para Volta Redonda o conceito de uma Escola Inovadora, em parceria com o Sistema Farias Brito e Editora Moderna.

Com alunas dinâmicas e integradas, como Robótica e Programação, os alunos contam com o acesso às plataformas de ensino do Sistema Farias Brito, que ajudam a identificar lacunas na aprendizagem e corrigi-las no estudo cotidiano, inclusive com videoaulas. Uma escola de Aprendizagens e Vivências, que oferece uma base sólida para o futuro e para a vida, valorizando também a inteligência emocional do aluno.

Nas aulas de robótica, por exemplo, o enfoque está no aprendizado dos diferentes conceitos da codificação, utilizando conhecimentos das áreas de Ciências, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.

HOME

CADASTRE-SE AGORA E APROVEITE VALORES ESPECIAIS PARA A FORMAÇÃO DO SEU FILHO

Nome do responsável

Idade dos filhos

Email

Celular

Cidade

ENVIAR

ancoragem 01 

Link 04

Link 05

Âncora 00

ancoragem 02 

Resultados QUE FAZEM A DIFERENÇA



SFB
SISTEMA FARIAS BRITO DE ENSINO

Aplicando as experiências do trabalho desenvolvido desde o Berçário e Creche até a Educação Infantil, o Colégio Espaço Verde traz para Volta Redonda o conceito de uma Escola Inovadora, em parceria com o Sistema Farias Brito e Editora Moderna.

Com alunas dinâmicas e integradas, como Robótica e Programação, os alunos contam com o acesso às plataformas de ensino do Sistema Farias Brito, que ajudam a identificar lacunas na aprendizagem e corrigi-las no estudo cotidiano, inclusive com videoaulas. Uma escola de Aprendizagens e Vivências, que oferece uma base sólida para o futuro e para a vida, valorizando também a inteligência emocional do aluno. Nas aulas de robótica, por exemplo, o enfoque está no aprendizado dos diferentes conceitos da codificação, utilizando conhecimentos das áreas de Ciências, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.



MODERNA
Literatura

EDUCAÇÃO INFANTIL

HÁ 28 ANOS O ESPAÇO VERDE OFERECE A MELHOR ESTRUTURA DA REGIÃO EM EDUCAÇÃO INFANTIL PARA O CUIDADO E DESENVOLVIMENTO DO SEU GRANDE PEQUENO!

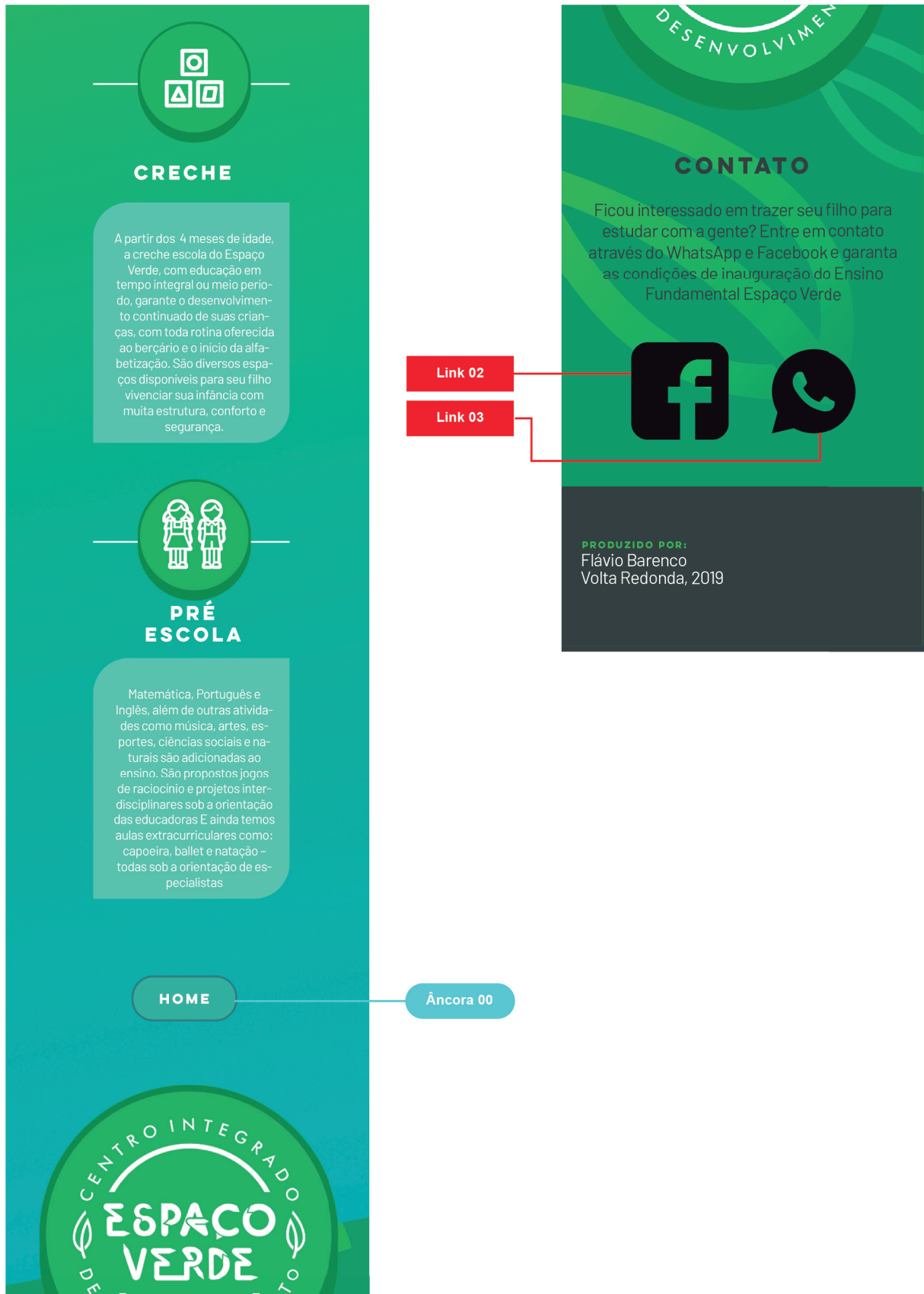


BERÇÁRIO

Os primeiros anos de vida são marcados por descobertas, experiências e aprendizados. Unimos educação e zelo para garantir o cuidado de seu bebê a partir dos 4 meses. Brincadeiras, histórias, alimentação preparada por nutricionista, banho, soneca e trocas – prestando o pleno atendimento do bem-estar físico e psicológico das crianças. Horário integral.

Fonte: Autoria própria.

Interface Visual 07.3: Final Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Banner 01.1: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde



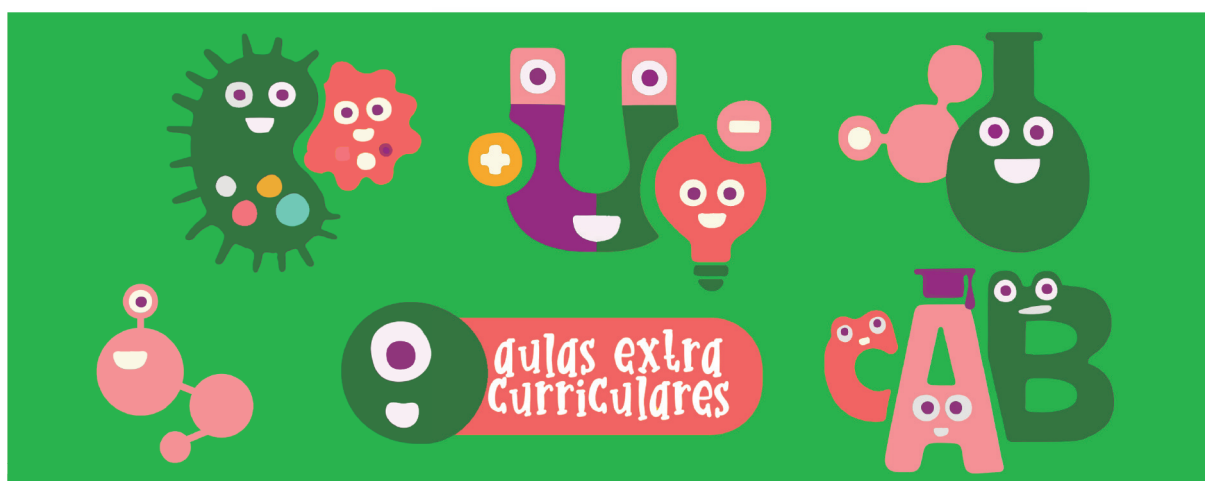
Fonte: Autoria própria.

Banner 01.2: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Banner 01.3: Desktop - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Banner 02.1: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Banner 02.2: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

Banner 02.3: Mobile - Landing Page Colégio Espaço Verde



Fonte: Autoria própria.

3.1.3 - Mídias complementares

Foi definido o desenvolvimento de uma campanha promocional e institucional pra o lançamento do site nas plataformas do facebook e instagram nos formatos de 1080x1080 px para publicações e 1080x1920 para os stories.

Também foi decidido a criação de um livreto de oito páginas de 14 cm de largura por 20 de altura como material final de conversão, caracterizado através da visita em loco as instalações do colégio

Imagem 02: Mock up - Livreto



Fonte: Autoria Própria

Campanha Institucional 01: Landing Page Colégio Espaço Verde

Stories Institucional:
1920x1080 px



Postagem Institucional:
1080x1080 px



Fonte: Autoria própria.

Campanha Promocional 01: Landing Page Colégio Espaço Verde

Stories Promocional:
1920x1080 px



Postagem Promocional:
1080x1080 px



Fonte: Autoria própria.

Livreto 01.1: Capa

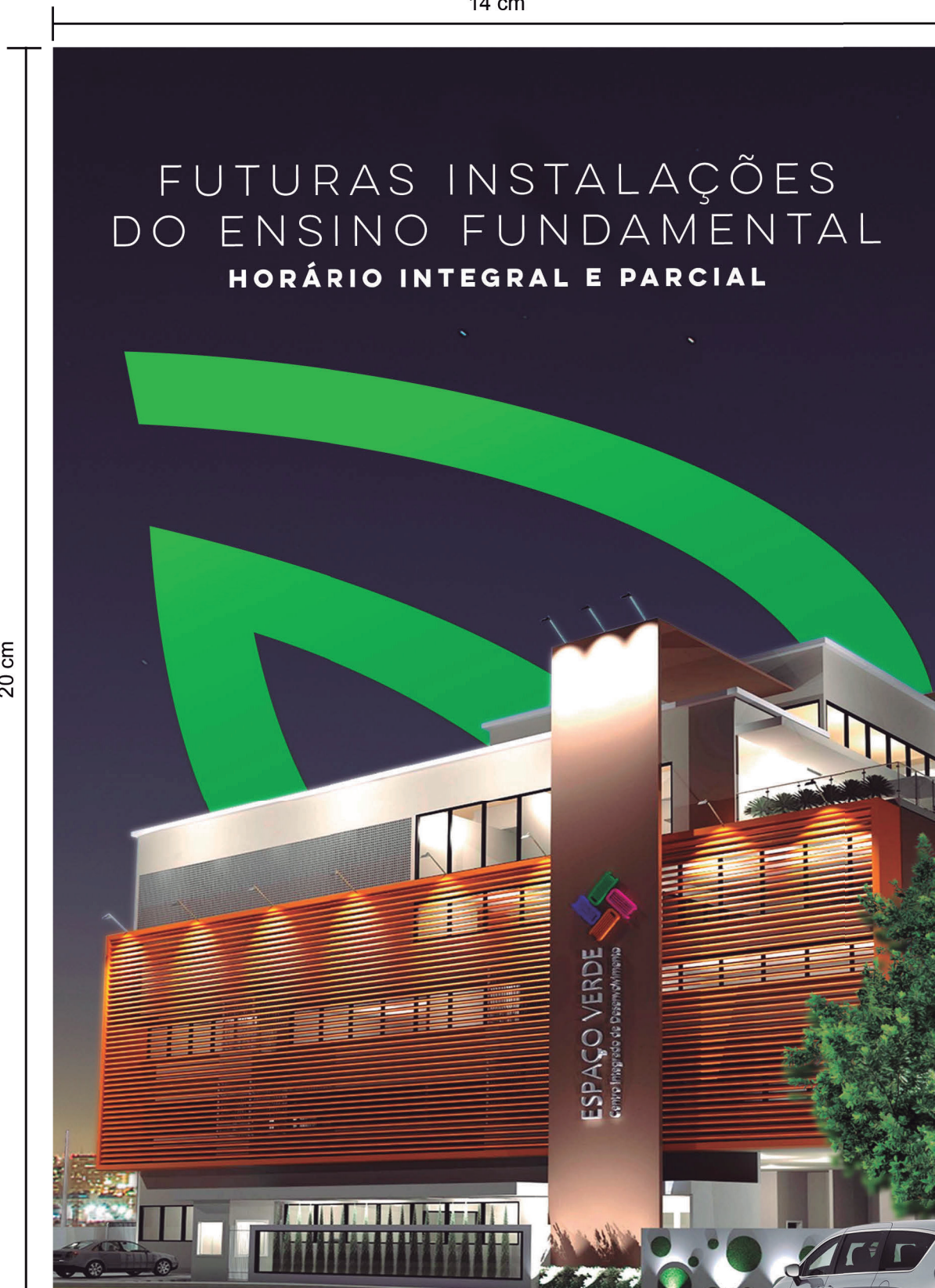
14 cm

20 cm



Fonte: Autoria própria.

FUTURAS INSTALAÇÕES DO ENSINO FUNDAMENTAL HORÁRIO INTEGRAL E PARCIAL



Fonte: Autoria própria.

CONHEÇA O ESPAÇO VERDE, DESDE 1991 CONSTRUINDO GERAÇÕES DE SUCESSO

APLICANDO AS EXPERIÊNCIAS DO TRABALHO DESENVOLVIDO DESDE O BERÇÁRIO E CRECHE ATÉ A EDUCAÇÃO INFANTIL, O COLÉGIO ESPAÇO VERDE TRAZ PARA VOLTA REDONDA O CONCEITO DE UMA ESCOLA INOVADORA, EM PARCERIA COM O SISTEMA FARIAS BRITO E EDITORA MODERNA.

COM AULAS DINÂMICAS E INTEGRADAS, COMO ROBÓTICA E PROGRAMAÇÃO (PERÍODO INTEGRAL), OS ALUNOS CONTAM COM O ACESSO ÀS PLATAFORMAS DE ENSINO DO SISTEMA FARIAS BRITO, QUE AJUDAM A IDENTIFICAR LACUNAS NA APRENDIZAGEM E CORRIGI-LAS NO ESTUDO COTIDIANO, INCLUSIVE COM VÍDEOAULAS. UMA ESCOLA DE APRENDIZAGENS E VIVÊNCIAS, QUE OFERECE UMA BASE SÓLIDA PARA O FUTURO E PARA A VIDA, VALORIZANDO TAMBÉM A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DO ALUNO. NAS AULAS DE ROBÓTICA, POR EXEMPLO, O ENFOQUE ESTÁ NO APRENDIZADO DOS DIFERENTES CONCEITOS DA CODIFICAÇÃO, UTILIZANDO CONHECIMENTOS DAS ÁREAS DE CIÊNCIAS, TECNOLOGIA, ENGENHARIA, ARTES E MATEMÁTICA.

MATRICULE SEU FILHO NO ENSINO FUNDAMENTAL I E II DO MELHOR COLÉGIO DE VOLTA REDONDA

PARA DAR CONTINUIDADE À EDUCAÇÃO PRIMOROSA QUE DESDE 1991 O COLÉGIO ESPAÇO VERDE OFERECE AOS SEUS ALUNOS DA EDUCAÇÃO INFANTIL, ESTAMOS CONSTRUINDO UM PRÉDIO COMPLEMENTAR DE 2800 M², NA RUA 41C, NO BAIRRO VILA SANTA CECÍLIA. A FUTURA INSTALAÇÃO, QUE RECEBERÁ AS TURMAS DO ENSINO FUNDAMENTAL DO 1º AO 9º ANO, CONTA COM INFRAESTRUTURA MODERNA E ARQUITETURA TOTALMENTE PLANEJADA, ATENDENDO ÀS INOVAÇÕES CONSTANTES E AOS DESAFIOS DA EDUCAÇÃO DO FUTURO. AQUI SEU FILHO (A) ESTUDARÁ COM EQUIPAMENTOS MODERNOS E MATERIAIS DE QUALIDADE, EM ESPAÇOS PEDAGOGICAMENTE RICOS E INTERDISCIPLINARES.



Fonte: Autoria própria.

The infographic is set against a teal background with a large, stylized green circular graphic on the left. The graphic contains the text 'INTEGRADO', 'PACOVERDE', and 'ENVOLVIMENTO'. To the right of this graphic, five educational services are listed vertically, each with a corresponding icon in a green circle. Dashed white lines connect the text to the icons. The services are: 'SERVIÇOS' (top header), 'BERÇÁRIO' (nursery) with a baby icon, 'CRECHE' (daycare) with a block icon, 'PRÉ ESCOLA' (pre-school) with a children icon, and 'ENSINO FUNDAMENTAL I E II' (elementary school) with a student icon. At the bottom left, the text 'MAIS AÇÕES EM PARCELIAS' is partially visible. The website 'PACOVERDE.COM' is at the bottom center. Dimensions are indicated as 14 cm wide and 20 cm high.

SERVIÇOS

BERÇÁRIO

CRECHE

PRÉ ESCOLA

ENSINO FUNDAMENTAL I E II

MAIS AÇÕES EM PARCELIAS

PACOVERDE.COM

20 cm

Fonte: Autoria própria.

DESCUBRA
O COLÉGIO ESPAÇO VERDE

HORÁRIO INTEGRAL E PARCIAL

ENSINO FUNDAMENTAL I E II
N. 1385 RUA 41 C
VILA SANTA CECILIA



BERÇÁRIO, CRECHE, ED INFANTIL
RUA 31 N. 5
VILA SANTA CECILIA

Fonte: Autoria própria.

EDUCAÇÃO INFANTIL

BERÇÁRIO



Os primeiros anos de vida são marcados por descobertas, experiências e aprendizados. Unimos educação e zelo para garantir o cuidado de seu bebê a partir dos 4 meses. Brincadeiras, histórias, alimentação preparada por nutricionista, banho, soneca e trocas – prezando o pleno atendimento do bem-estar físico e psicológico das crianças. Horário integral.

CRECHE



A partir dos 4 meses de idade, a creche escola do Espaço Verde, com educação em tempo integral ou meio período, garante o desenvolvimento continuado de suas crianças, com toda rotina oferecida ao berçário e o início da alfabetização. São diversos espaços disponíveis para seu filho vivenciar sua infância com muita estrutura, conforto e segurança.

PRÉ-ESCOLA



Matemática, Português e Inglês, além de outras atividades como música, artes, esportes, ciências sociais e naturais são adicionadas ao ensino. São propostos jogos de raciocínio e projetos interdisciplinares sob a orientação das educadoras. E ainda temos aulas extracurriculares como: capoeira, ballet e natação – todas sob a orientação de especialistas.

Livreto 01.8: Contra capa

14 cm

20 cm

SISTEMA FARIAS BRITO
DE ENSINO

1º lugar do Brasil

ITA
INSTITUTO
TECNOLÓGICO
DE AERONÁUTICA
2018

ENEM
EXAME NACIONAL
DO ENSINO
MÉDIO
2017/2018

IME
INSTITUTO
MILITAR DE
ENGENHARIA
2017/2018

UMA PARCERIA

SFB
SISTEMA FARIAS BRITO DE ENSINO

 **MODERNA**

Fonte: Autoria própria.

3.1.4 - Feedback dos usuários

A reação dos usuário no uso da versão beta do site foi muito gratificante pois em nenhum momento as adaptações necessárias se tornaram empecilhos a navegação dos mesmos, tornando a atividade de retornar a certos pontos da página, mesmo após a conclusão do cadastro, segundo alguns gratificantes.

A própria cliente em certo momento questionou a necessidade do site devido a minimalismo complexo presente na estrutura. Que embora não possua todas as funções de uma página web completa com banco de dados demonstrou-se eficiente com porta estandarte do colégio no seu novo momento.

Existe a partir desse momento o serviço contratado para a atualização e evolução da landing page, que embora não esteja suprida de todas as capacidades apresentadas pelos seus concorrentes se tornou o trampolim para projetar o planejamento de marketing do colégio para o ano de 2020.

3.1.5 - Custo Final

O custo final do projeto foi de R\$200,00 para hospedagem do site pela Wix, com o domínio grátis promocional durante um ano e R\$750,00 pelo desenvolvimento do projeto em si, R\$300,00 pelo desenvolvimento da campanha e R\$650 para a produção de 500 unidades da revista.

3.1.6 - Aplicação

O site encontra-se no ar, na sua versão mais recente e pode ser acessado através do endereço digital www.colegioespacoverde.com.

3.1.7 - Parceiros comerciais

Como colocado anteriormente os parceiros comerciais da instituição são o Sistema educacional Farias Brito em parceria com a editora moderna. Sendo que os mesmos estão apresentados como colaboradores do colégio vinculando ai da mais credibilidade ao ambiente web.

3.1.8 - Lançamento

O site será lançado junto com seu video institucional através do Cinshow como propaganda na estreia do Vingadores: Ultimato 25 de abril de 2019.

3.2 - Considerações finais

Após os testes quanto a disposição dos elementos de navegação, o site foi atualizado recorrentemente e hoje encontra-se disponibilizado através do endereço eletrônico www.colegioespacoverde.com contando com 303 acessos e 30 conver-

sões realizadas o trabalho conclui-se com uma taxa de conversão superior aos 10%. Recolhendo um feedback positivo junto ao contratante e ao cliente final.

Após a análise final, podemos dizer que o desenvolvimento de um diálogo com os atores do processo de design complementar ao desenvolvimento segunda as técnicas apresentadas nesse artigo convergem para um processo muito ou completamente humano. O que se apresenta fundamental e contundente quando relacionado as práticas do design e da capacidade do mesmo de relacionar seus fundamentos de forma eficiente através da lógica, da programação dos sistemas e navegação dos usuários.

O processo de criar um site é complexo e nutrido pelo trabalho de diversas áreas, e até pelo esforço de muitas sedo o porque da real experiência só vir a surgir através do usuário.

Funções foram descartadas outras necessidades adotadas justamente pela noção do ato de utilizar a ferramenta de interface. Sendo que em todos esses anos de estudo e trabalho na área, foi uma das experiências mais humanas com que já trabalhei. Agradeço a oportunidade de ter tido para trabalhar esse projeto com as pessoas que compõe essa instituição tão diferente e inclinada a inovação através do desenvolvimento de jovens pela educação.

E com essas considerações, encerro o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso.

4 - REFERÊNCIAS

2017 ACESSO À INTERNET E À TELEVISÃO E POSSE DE TELEFONE MÓVEL CELULAR PARA USO PESSOAL, **IBGE**, Rio de Janeiro, 2018, Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=23205&t=sobre> Acesso Em: 15 de maio de 2019

DEMARTINI , Felipe, Brasil já tem mais de um smartphone ativo por habitante, **Canal Tech**, Curitiba, 20 de Abril de 2018, Disponível em: <https://canaltech.com.br/produtos/brasil-ja-tem-mais-de-um-smartphone-ativo-por-habitante-112294/> Acesso Em: 03 de maio de 2019

GARRETT , Jesse James, **The Elements of User Experience: Usercentered design for the web**, Berkeley, New Riders, 2011, ISBN 13: 978-0-321-68368-7

GOBÉ, Marc, **Brandjam - O design emocional na humanização das marcas**, Rio de Janeiro, 2010, Rocco, 2010, ISBN: 978-85-325-2602-1

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan; **Marketing 4.0**, ; tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017, ISBN 978-85-431-0534-5

MORAES Dijon de, **Metaprojeto - O Design do Design**, São Paulo, 2010, Blucher, ISBN: 978-85-212-0516-6

NIELSEN; Jakob, BUDIU; Raluca, **Usabilidade Móvel**, Indianapolis, New Riders, 2013, ISBN: 978-85-352-6427-2

NORMAN, Donald, **The Design of Everyday Things**, Nova York, Basic Books, 2013, ISBN: 978-0-465-05065-9

REPORT DEFINEUX USER EXPERIENCE, **NoOne**, 2017, Disponível em: <https://defineux.cc/>, Acesso em: 02 de abril de 2019

THE DESIGN PROCESS: What is the Double Diamond?, **Design Council**, Londres, 2019, Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond> Acesso em: 18 de maio de 2019

VERDOLIN, Fernanda, Evolução do Marketing Educacional: como se reinventar para permanecer no topo, **Rock Content**, Sete Lagoas, Janeiro de 2019, Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/evolucao-marketing-educacional/> Acesso em: 16 de maio de 2019

VIANNA; Maurício, VIANNA; Ysmar, ADLER; Isabel K., LUCENA; Brenda, RUSSO; Beatriz, **Design Thinking: Inovação em Negócios**, Rio de Janeiro, 2011, MJV Press, ISBN: 978-85-65424

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

01 -Nome: Paula

02 - Email: paulabarenco@gmail.com

03 - Profissão: Médica

04 - Você tem filhos em idade escolar? Sim

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? 41 à 50

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Computador, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? Três

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? Internet Banking, agenda escolar dos filhos, YouTube.

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Carlos Eduardo Giglio

02 - Email: gigliovr@hotmail.com

03 - Profissão: Alfabetizador

04- Você tem filhos em idade escolar? Sim

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? + de 50

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Televisão, Computador, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 2

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Todo o tempo (Sempre estou conectado, com notificações para saber o que está acontecendo a todo momento na minha plataforma digital)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram,

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? Twitter, WhasApp, Google drive, Canva, Quik

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Bernardo

02 - Email: be.aragao@hotmail.com

03 - Profissão: Empresário

04 - Você tem filhos em idade escolar? Sim

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? 31 à 40

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Tablet, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 3

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)

11 - Quais desses aplicativos compões seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? Não tenho preferida

01 - Nome: Weber

02 - Email: webergm@ig.com.br

03 - Profissão: Médico

04 - Você tem filhos em idade escolar? Sim

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? 41 à 50

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Televisão

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 4

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)

11 - Quais desses aplicativos compões seu perfil digital? Facebook, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? Bancários, e-mail, lojas virtuais, dentre outros.

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? Sul Fluminense FM

01 - Nome: Ninamare

- 02 - **Email:** ninadefaria88@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Técnico enfermagem
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -
- 07 - **Qual sua idade?** -
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Televisão, Tablet, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 10
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Instagram
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** 3
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Não

- 01 - **Nome:** Ailton
- 02 - **Email:** ailtondasilvateixeira1964@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Aposentado
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -
- 07 - **Qual sua idade?** + de 50
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Computador, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 2
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** Poucos
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - **Qual?** S.f.fm

- 01 - **Nome:** Thereza Christina Barros Pires de Mello
- 02 - **Email:** therezamello@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Professora
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -
- 07 - **Qual sua idade?** + de 50

- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Computador, Celular
- 09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 1
- 10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
- 11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, WhasApp
- 12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -
- 13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android
- 14 - Você houve alguma rádio? Sim
- 15 - Qual? JB FM

- 01 - Nome: ARTHUR
- 02 - Email: francesipv@yahoo.com.br
- 03 - Profissão: ENGENHEIRO CIVIL
- 04 - Você tem filhos em idade escolar? Não
- 05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim
- 06 - Você tem netos em idade escola? -
- 07 - Qual sua idade? 25 à 30
- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Celular
- 09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 4
- 10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
- 11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
Instagram, WhasApp
- 12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? NENHUM
- 13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS
- 14 - Você houve alguma rádio? Não

- 01 - Nome: Ricardo Ferreira
- 02 - Email: ricardo.ferreira21@gmail.com
- 03 - Profissão: Analista De sistemas
- 04 - Você tem filhos em idade escolar? Sim
- 05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim
- 06 - Você tem netos em idade escola? -
- 07 - Qual sua idade? 31 à 40
- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Televisão, Computador, Celular
- 09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 10
- 10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Todo o tempo (Sempre estou conectado, com notificações para saber o que está acontecendo a todo momento na minha plataforma digital)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? Nova Sul fluminense

01 - Nome: Thaisa Faria Monteiro

02 - Email: fariamonteirothaisa@gmail.com

03 - Profissão: Líder de metrologia

04 - Você tem filhos em idade escolar? Não

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? 25 à 30

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Computador, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 2

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? Spotify

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Ana Paula Barbosa Sobral

02 - Email: ana_sobral@vm.uff.br

03 - Profissão: Professora Universitária

04 - Você tem filhos em idade escolar? Não

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? -

07 - Qual sua idade? 41 à 50

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Televisão, Computador, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 3

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? CBN

01 - Nome: Natália

02 - Email: nataliaviana.s@gmail.com

03 - Profissão: Estudante

04 - Você tem filhos em idade escolar? Sim

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Não

06 - Você tem netos em idade escola? Não

07 - Qual sua idade? 31 à 40

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Televisão, Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 3

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? YouTube

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Adrielly Souza

02 - Email: souzadrieelly@gmail.com

05 - Profissão: Estudante

04 - Você tem filhos em idade escolar? Não

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Não

06 - Você tem netos em idade escola? Não

07 - Qual sua idade? 18 à 24

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? Dois: celular e notebook

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, Twitter, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? Spotify e blablacar

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Elder Streva

02 - Email: elder.streva@gmail.com

- 03 - **Profissão:** Comerciante
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - **Qual sua idade?** 25 à 30
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Computador, Tablet, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 3
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** -
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** IOS
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - **Qual?** Radio Mania

- 01 - **Nome:** Caio
- 02 - **Email:** foocaio@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Estudante
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Não
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - **Qual sua idade?** 18 à 24
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Televisão, Computador, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 4
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Todo o tempo (Sempre estou conectado, com notificações para saber o que está acontecendo a todo momento na minha plataforma digital)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, Twitter, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** Tinder
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Sim
Cidade e SulAmérica/Paradiso

- 01 - **Nome:** Thamara
- 02 - **Email:** thamara.maci2@hotmail.com
- 03 - **Profissão:** Docente
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não

- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -Não
- 07 - **Qual sua idade?** 25 à 30
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Computador, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 3
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** App de bancos e calendário menstrual
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Não

- 01 - **Nome:** NADIANE OLIVEIRA SILVA
- 02 - **Email:** naadianeoliveira@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Estudante
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Não
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -Não
- 07 - **Qual sua idade?** 18 à 24
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Computador, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** Televisão e computador e celular
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Todo o tempo (Sempre estou conectado, com notificações para saber o que está acontecendo a todo momento na minha plataforma digital)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** -
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Não

- 01 - **Nome:** Aline
- 02 - **Email:** alinemayarac@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Estudante
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Não
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** -Não
- 07 - **Qual sua idade?** 18 à 24

- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais?** Celular
09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 02
10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp
12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -
13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS
14 - Você houve alguma rádio? Sim
15 - Qual? Costa Azul FM

- 01 - Nome:** Raquel de Souza Miranda Barbosa
02 - Email: raquelbarbosa@id.uff.br
03 - Profissão: Estudante
04 - Você tem filhos em idade escolar? Não
05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim
06 - Você tem netos em idade escola? -
07 - Qual sua idade? 31 à 40
08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Computador, Celular
09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 1
10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, WhasA-pp
12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -
Android
Não

- 01 - Nome:** Letícia Chaves dos Santos
02 - Email: leticiachaves@id.uff.br
03 - Profissão: Estudante
04 - Você tem filhos em idade escolar? Não
05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim
06 - Você tem netos em idade escola? -Não
07 - Qual sua idade? 18 à 24
08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Celular
09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 2
10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)

- 11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, Twitter, WhasApp
- 12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -**
- 13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - Qual?** JB Fm

- 01 - Nome:** Renata Bonfim de Oliveira Lessa
- 02 - Email:** renatabonfimolessa@gmail.com
- 03 - Profissão:** Enfermeira
- 04 - Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - Qual sua idade?** 31 à 40
- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais?** Televisão, Computador, Celular
- 09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 3
- 10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)
- 11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, WhasApp
- 12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente?** Ifood/ hurb/ netflix/ YouTube
- 13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - Qual?** 103,3 cidade do aço fm

- 01 - Nome:** Danielle Dias
- 02 - Email:** daniellediasferreira@gmail.com
- 03 - Profissão:** Administradora
- 04 - Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - Qual sua idade?** 41 à 50
- 08 - Qual desses dispositivos você usa mais?** Televisão, Celular
- 09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 4
- 10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
- 11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, WhasApp
- 12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -**

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? Noca sul fluminense

01 - Nome: RAFAEL ALVES DE SOUSA NETO

02 - Email: rafaelneto.arq@gmail.com

03 - Profissão: Arquiteto e Urbanista

04 - Você tem filhos em idade escolar? Não

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? Não

07 - Qual sua idade? 31 à 40

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? 4

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? LinkedIn

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? Android

14 - Você houve alguma rádio? Não

01 - Nome: Maria do Rosário

02 - Email: mdrsnogueira@gmail.com

03 - Profissão: Médica

04 - Você tem filhos em idade escolar? Não

05 - Você tem sobrinhos em idade escola? Sim

06 - Você tem netos em idade escola? Não

07 - Qual sua idade? 51 à 64

08 - Qual desses dispositivos você usa mais? Celular

09 - Quantos dispositivos com telas digitais você possui? Dois

10 - Quanto tempo você mantém conectado por dia? Mediano (Posto, compartilho e consumo conteúdo ao longo do dia com amigos e família)

11 - Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital? Facebook, Instagram, WhasApp

12 - Quais outros aplicativos você usa atualmente? -

13 - Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet? IOS

14 - Você houve alguma rádio? Sim

15 - Qual? Não tenho preferência

- 01 - **Nome:** Ricardo Santos Ferreira
- 02- **Email:** ricardosferreira01@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Médico
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Não
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - **Qual sua idade?** 41 à 50
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 4
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Pouco (Prefiro acessar brevemente para me atualizar)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** -
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - **Qual?** JB FM

- 01 - **Nome:** Marluci
- 02 - **Email:** evangelizacao2018@gmail.com
- 03 - **Profissão:** Professora
- 04 - **Você tem filhos em idade escolar?** Sim
- 05 - **Você tem sobrinhos em idade escola?** Sim
- 06 - **Você tem netos em idade escola?** Não
- 07 - **Qual sua idade?** 51 à 64
- 08 - **Qual desses dispositivos você usa mais?** Televisão, Computador, Celular
- 09 - **Quantos dispositivos com telas digitais você possui?** 8
- 10 - **Quanto tempo você mantém conectado por dia?** Bastante (Estou a maioria do tempo conectado, geralmente fazendo outras coisas enquanto estou conectado)
- 11 - **Quais desses aplicativos compõem seu perfil digital?** Facebook, Instagram, WhasApp
- 12 - **Quais outros aplicativos você usa atualmente?** Internet Bankline, Google Docs, Uber, Netflix
- 13 - **Qual é o sistema operacional do seu celular ou tablet?** Android
- 14 - **Você houve alguma rádio?** Sim
- 15 - **Qual?** FM local