



Curso: Mestrado em Gestão de Media Digitais

Módulo de Prática da Web

**Tema: Estratégias de Produção do Website da Agência WAZO**

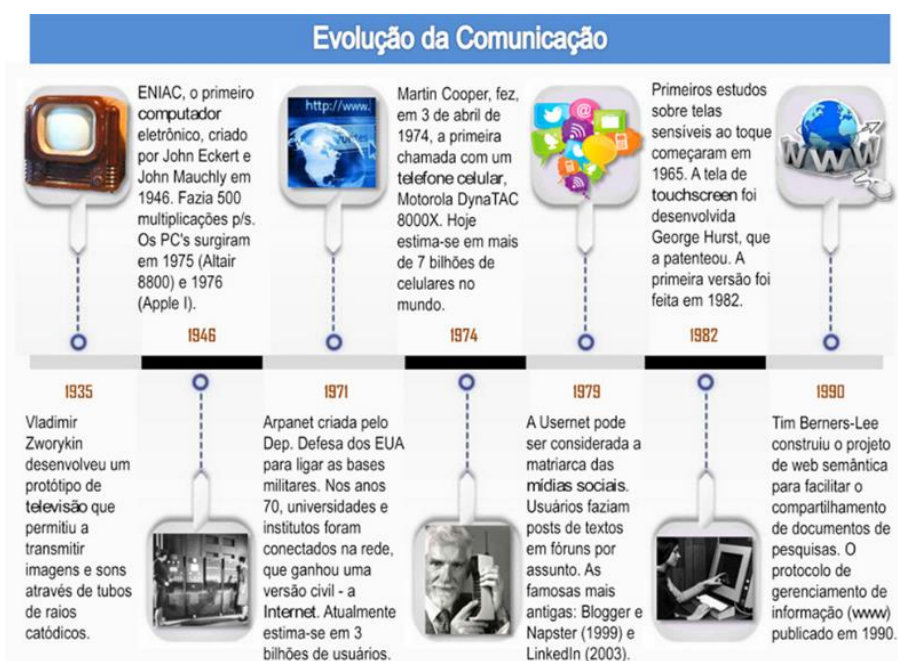
Discente: Carla Marta Montinho Quimice Machava

Docente: Prof. Luis Neves Domingos

Maputo, Fevereiro de 2022

## Introdução

O homem com o passar dos tempos criou meios diferentes de se comunicar. Contudo, o surgimento do computador na década de 1940 e o advento da internet revolucionou o mundo. Conforme ilustra a tabela abaixo a comunicação passou por várias fases.



Disponível em: <https://mmamarketing.com.br/comunicacao-e-tecnologia-quatro-seculos-e-meio-de-historia-e-inovacoes-para-humanidade/evolucao-da-comunicacao-3/>

Associadas à evolução do computador surgiram novas tecnologias, em especial aquelas ligadas à informação e à comunicação. A tecnologia permitiu unir no computador todas as outras mídias até então desenvolvidas em separado: a escrita (impresso), a música e o som, o filme, a animação, os gráficos e o programa de computador. Permitiu a proliferação e o surgimento de novos canais e meios de comunicação, e em todos os sectores da sociedade, ao nível das dinâmicas de mercado e na relação entre marcas e consumidores alterou as formas de interação e partilha, facilitando a troca de informações e conteúdos em ambos os sentidos, em rede e em grande escala.

O software social Web 2.0 permitiu o surgimento de ferramentas que permitem, através da internet, uma interação e partilha de dados entre utilizadores. Essas ferramentas (como, a wiki, o Facebook, instagram, Twitter, blogues, websites etc) esta

última que é enfoque deste trabalho, são usadas em diferentes contextos como o social, educação, de negócios (Neves, 2012).

**Tabela 1 - Diferenças entre Web 1.0 e Web 2.0 (Clara Pereira Coutinho & João Batista Bottentuit Junior, 2007).**

<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>
Utilizador consumidor de informação	Utilizador consumidor e produtor de informação
Dificuldades inerentes a programação aquisição de software para criação de páginas Web	Facilidades de criação e edição de páginas Web
Pagar para ter espaço nos servidores Web	Servidores Web para hospedagem gratuita de conteúdos
Menor número de ferramentas e possibilidades	Número de ferramentas e possibilidades ilimitadas

*Figura 1. (Neves, 2012)*

Apercebendo-se das potencialidades da Web 2.0 muitas empresas começaram a disponibilizar cada vez mais conteúdos ou informações, usando os canais de distribuição digitais, com o objetivo de apresentar, vender, entregar bens ou serviços ao comprador ou usuário. Kothler, (2012)

Este trabalho busca delinear as estratégias para a criação do website para a agência de Marketing e Comunicação WAZO.

### **Delimitação do trabalho e justificativa**

Este termo website, deriva da palavra *web* + *site*, e pode ser definido como um espaço online com uma ou várias páginas onde se agrupa um conjunto de informações sobre um negócio, uma pessoa, serviços ou produtos, notícias e muito mais.

Segundo Santos, (2009), um website é uma janela com vista á agência, que usualmente inclui informações sobre a empresa, produtos e serviços, e oferece a possibilidade de transações de comprar e vender on-line, em suma é uma plataforma de gestão de conteúdos.

Tecnicamente pode ser definido como um conjunto de páginas que são programadas em uma linguagem, geralmente o HTML, PHP ou outras que surgem com o tempo, que apresenta um conteúdo previamente programado do site, loja virtual ou blog em si. As páginas de um site são integradas sob um nome de domínio, têm um tema específico, criado para um público-alvo, de um determinado mercado e um design.

O website tem diversas funções tais como:

- vender produtos e serviços ou aumento das vendas,
- fidelizar clientes
- criar uma loja virtual
- postar e encontrar informações na web
- ganhar conhecimento
- criar branding
- comunicar e se divertir, etc.

Com o objetivo de criar branding, aumentar as vendas, e fidelizar clientes, este trabalho cingir-se a na elaboração de um projecto contendo as estratégias para a criação do website para a agência de comunicação e marketing WAZO.

A empresa está sediada na província de Maputo, e presta serviços na área de comunicação e marketing digital. O seu grupo alvo são todas as empresas, entidades individuais e colectivas que precisam apresentar, vender, entregar bens ou serviços, cuidar da sua imagem, aumentar visibilidade e agregar valor a marca através do audiovisual, sem limitação geográfica.

De acordo com Baptistella (S/D), Não há um único modelo para construção dos websites, eles podem variar de acordo com a natureza e propósito do projeto e dentre os vários modelos podemos definir os seguintes:

**Institucionais** - normalmente seu escopo compõe-se do seu histórico, sua repercussão no mercado, seu potencial de gerar negócios e informações, ou seja, seu conteúdo possui maior teor institucional do que produtos ou serviços.

**Produtos** - vendem seus produtos apresentando suas características e benefícios. São dirigidos ao consumidor. Seu maior propósito é persuadir o consumidor.

**Serviços** - vendem serviços de consultoria, treinamento, etc. Seu conteúdo normalmente é rico em informação para esclarecer o domínio e conhecimento dos serviços.

**Promocionais** - chamados de "hot sites", são breves normalmente com uma página apenas. Comunicam um evento, uma promoção.

**Comunidades Virtuais** - Normalmente surgem sobre um tema em pauta, criado e mantido pela própria dinâmica de seus visitantes.

A nossa atenção estará centrada na construção de um website institucional e de produtos.

Santos, (2009) advoga que produzir um website exige muito estudo e trabalho, precisa ser planejado e desenhado para atender as necessidades do grupo alvo encorajando-lhes a aderir e a consumir conteúdo disponibilizado. A realização deste trabalho revela-se importante pois busca descrever as etapas que a empresa de comunicação e marketing WAZO e o profissional da web terá de observar para o cumprimento do objectivo do desenvolvimento do website, de forma a responder as necessidades do grupo alvo e encorajar o consumo do conteúdo disponibilizado.

### **Planejamento Estratégico para a produção do website**

A construção do website requer subsídios de diversas áreas técnicas como a arquitetura da informação, programação, usabilidade, acessibilidade entre outros, além do design propriamente dito. (WEBINSIDER, 2008), considera que a preocupação fundamental do webdesigner é agregar os conceitos de usabilidade com o planejamento da interface, garantindo que o usuário final atinja seus objetivos de forma agradável e intuitiva.

A Construção do website da WAZO obedecerá a 3 etapas principais: Planejamento, implementação, controle e manutenção.

## Parte 1. Planejamento.



Figura 2. Fases do Planejamento

### **Definição da equipe de trabalho da empresa contratada.**

- a. Gestor do Projecto
- b. Programador
- c. Web Designer

### **1. Briefing da empresa contratante**

Consiste na elaboração de perguntas para conhecer o cliente, extrair o máximo de informação possível sobre ele, o mercado histórico e o que busca do seu trabalho, sua preocupação e o conteúdo da marca.

### **2. Definição do tipo ou categoria de website**

Estaremos concentrados em criar um website institucional e de serviços.

### **3. Definição do Conteúdo**

Nesta etapa consolidaremos a informação do briefing, definir as temáticas que vão ser trabalhados no perfil, produtos ou serviços, slogan, diferencial, nome de domínio, forma de conexão (provedores), funções, tipos de imagens, organizar todas as informações para que elas não se percam, fazendo uma pequena descrição, localização, quando e como surgiu, filiais, etc

A informação será agrupada em pequenos textos, que podem ser lidos em qualquer ordem, iremos classificá-los e interligá-los, para facilitar o acesso à informação, mantendo o foco nos assuntos contidos na arquitetura de informação.

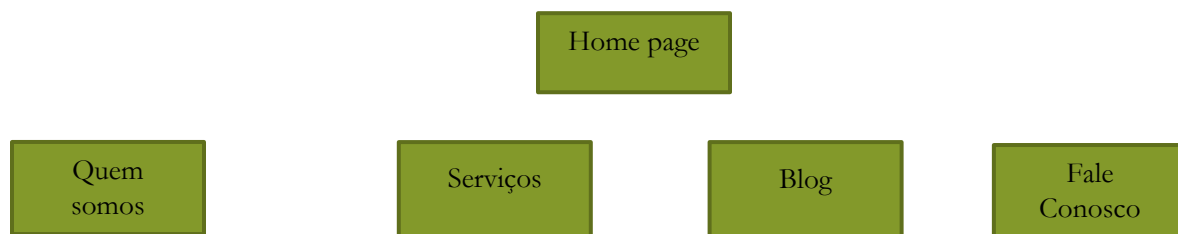
#### **4. Arquitetura da informação**

É refinamento do conteúdo organizado na pesquisa. Analisar a interligação das páginas e aos aspectos da interatividade com o visitante, fazendo um design da informação, ou seja, uma produzir um mapa da organização da informação.

Nesta etapa agrupamos as informações em pequenos "grupos de assuntos", classificamos e interligamos. Os "grupos de assuntos" dão origem aos grupos de páginas, compondo-se a arquitetura da informação. Após a identificação de todos os "grupos de assuntos" que o website irá abranger, serão agrupados em "áreas" (institucionais, serviços, destaques, etc).

A página principal é como o índice de um livro ou a recepção de uma empresa: só uma orientação para seguir ao destino. Em todas as páginas do site deve-se ter uma noção clara de onde você está e para onde pode ir (navegação visível). Baptistella (S/D).

#### **Mapa da organização da Informação**

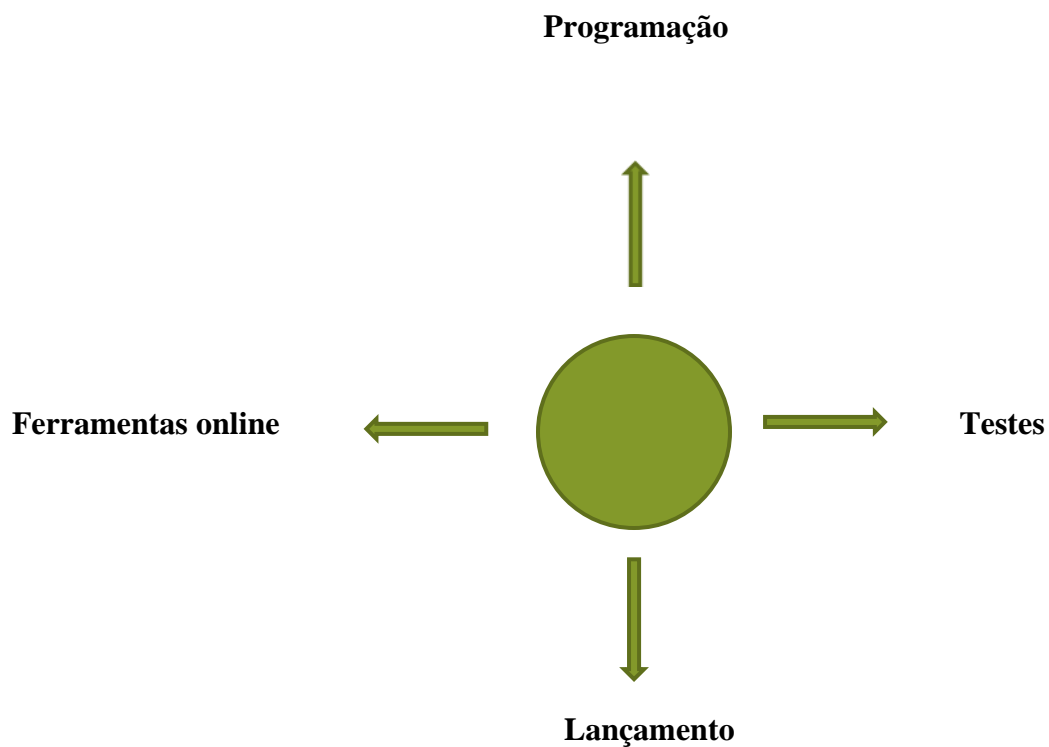


## 5. Arquitetura do Design

Construção e preparação da identidade visual. Preparar o layout das páginas e as imagens, combinação de cores, harmonia e organização dos elementos, textos, planejar a estrutura de forma que o usuário obtenha facilmente a informação ou serviço desejado

### Parte 2. Implementação do Website

A fase da implementação consiste em colocar em prática tudo que foi planejado. Esta etapa envolve a criação dos processos de produção de conteúdo e as ferramentas ou aplicativos online programações necessárias, testes, lançamento.



O website da WAZO terá o wordpress como ferramenta de Gestão de Conteúdos. O WordPress é uma popular ferramenta para edição de blogs e gerenciamento de conteúdos. É um sistema livre e aberto de gestão de conteúdo para internet, baseado em PHP com banco de dados MySQL executado em um servidor interpretador.



O programador web, terá a responsabilidade de fazer o desenvolvimento, e a codificação da linguagem.

Selecionado a ferramenta de gestão de conteúdo, o web design avança com a inserção do conteúdo recolhido de acordo com a arquitetura da informação e da arquitetura do Design aprovado.

Organizada a informação, avançaremos com a compra do domínio e da hospedagem, pois não basta apenas fazer a organização do conteúdo na plataforma wordpress, sem um nome ou endereço no qual os visitantes poderão com facilidade lhe localizar.

**O domínio** é o endereço do site, ou seja, é um nome exclusivo que serve para localizar e identificar você ou sua empresa na web, e que aparece após o www. em sites ou após o @ em e-mails. É o endereço que as pessoas utilizam para acessá-lo na internet, e por isso, considerado fundamental para quem quer ter um site ou blog. Um domínio é composto das seguintes partes: nome do domínio, categoria e código do país. O domínio da Wazo será: **www. wazo. co.mz.**

**A hospedagem** é um espaço no servidor que armazena todos os arquivos que compõem um site para deixá-lo acessível na internet. Para hospedagem contactaremos a empresa CISCO UEM.

Segundo Santos (2009), para efectivar esta fase, o Website é colocado em um endereço provisório, em que só as pessoas destinadas a fazer o teste podem ter acesso. Essas pessoas envolvidas no teste testarão as funcionalidades, a navegação e também analisarão a parte de conteúdos se está a condizer com as páginas e passarão as orientações às pessoas do desenvolvimento para fazerem as possíveis correções. Após a correção das anomalias encontradas, pode-se fazer o lançamento público do site

### **3ª Etapa: Controle e Manutenção.**

A actualização e manutenção do site em termos de conteúdos, dependendo do acordo estabelecido no contrato, pode ser da responsabilidade da empresa contratante assim como da responsabilidade da empresa ou das pessoas que fizeram o desenvolvimento da Website. No entanto quem desenvolveu o site tem a responsabilidade de garantir o bom funcionamento do mesmo em termos técnicos.

Para cada site, dependendo da natureza, deve existir um Plano de Gestão de Conteúdos, que é um documento de orientação, que indica, como deve ser feita a actualização dos conteúdos, mostra o tipo de conteúdos para cada secção do site e define a periodicidade em que devem ser actualizadas cada secção do site, poderá também conter orientações sobre a equipa ou pessoa que estará a cargo de realizar esta tarefa.

O Programador do website poderá definir ou limitar as funcionalidades de acordo com o tipo de conteúdos ou estrutura organizacional dos gestores do website.

Nesta fase também usaremos o google analytics, de forma a medir se os resultados esperados estão sendo alcançados.

### **Gestão de Redes sociais**

A Gestão de Redes Sociais é capacidade de organizar, gerenciar, monitorar, cuidar das redes sociais de empresas ou de pessoas influentes na internet, com o objectivo de obter crescimento de nº de seguidores, captar novos clientes e aumentar o engajamento.

Para a gestão das redes sociais no website da Wazo, no rodapé do website, teremos o icon de todas as redes sociais existentes, de forma a dirreccionar os visitantes.

A nível de Recursos Humanos a agência WAZO terá um gestor de redes sociais e um designer, que estarão ocupados em:

1. Analisar as redes sociais
2. Criar de conteúdo
3. Criar o cronograma daquilo que deve ser postado em cada dia de calendário.
4. Fazer o agendamento das postagens segundo o dia e a hora dentro das redes sociais.  
*Youtube-* dentro da App, *Telegram-* dentro da App, *Instagram-* estudo de criação, *Facebook-* Estudo de criação.
5. Acompanhamento e analise dos comentários dos posts que estão indo ao ar.
6. Analisar as métricas de todo o perfil para entender o que dava certo ao novo posicionamento, se já esta sendo assertivo e trazendo resultados.

## **Conclusão**

As discussões acima levantadas demonstram a importância de se estabelecer estratégias de produção do website antes da sua implementação. Explorando as ferramentas da Web. 2.0 este website institucional e de produtos, visa trazer uma interação com o grupo alvo da agência de comunicação WAZO.

O seu desenvolvimento exige muita criatividade, rigor e profissionalismo na sua implementação desde a sua concepção técnica, e organização do conteúdo para que o público alvo seja alcançado hajam resultados positivos.

## **Bibliografia.**

Baptistella, Francisca M. & Barcellin Gian Franco B. (S/D). Desenvolvimento de Websites, UNICAMP.

Domingos, Luis Neves Cabral (2012), Introdução de serviços Web 2.0 no Ensino Superior Moçambicano desenvolvimento de uma proposta no contexto da Universidade Eduardo Mondlane. Universidade de Aveiro.

Guimarães Ângelo de Moura & Ribeiro António Mendes (2011). introdução às tecnologias da informação e da comunicação: tecnologia da informação e da comunicação, Belo Horizonte Editora UFMG.

Kothler.P & Keller L. (2012, Outubro). *Administração e Gestão de Marketing*, Pearson Education do Brasil Ltda, 14ªed, São Paulo.

Sousa, Filipe (2013). Projecto de Conceito e Estutura de Website: Para Sensibilizar Jovens para uma Dieta Alimentar Saudável, Instituto Politécnico de Lisboa.

Santos, Maria Celina Moreno (2009). Desenvolvimento de aplicações web: Desenvolvimento de uma website, Universidade Cabo Verde.

## **Artigos da Internet**

[Acessado a 10 de Fevereiro 2022. https://highsales.digital/blog/o-que-significa-site-website.](https://highsales.digital/blog/o-que-significa-site-website)

[Acessado a 10 de Fevereiro 2022 https://tudosobrehospedagemdesites.com.br/o-que-e-dominio/](https://tudosobrehospedagemdesites.com.br/o-que-e-dominio/)

[Acessado a 15 de Fevereiro 2022https://www.hostgator.com.br/blog/o-que-e-uma-hospedagem-de-site/](https://www.hostgator.com.br/blog/o-que-e-uma-hospedagem-de-site/)

[Acessado a 15 de Fevereiro 2022 https://mmamarketing.com.br/comunicacao-e-tecnologia-quatro-seculos-e-meio-de-historia-e-inovacoes-para-humanidade/evolucao-da-comunicacao-3/](https://mmamarketing.com.br/comunicacao-e-tecnologia-quatro-seculos-e-meio-de-historia-e-inovacoes-para-humanidade/evolucao-da-comunicacao-3/)