

CINEL

Centro de Formação Profissional da Indústria Electrónica,
Energia, Telecomunicações e Tecnologias da Informação

METODOLOGIA E GESTÃO DE PROJETOS

Guião Multimédia - Cristiano Pin

 **BUTTERFLY**
PERSONAL MARKETING AGENCY

Índice

MOTIVO E DESIGN

CONCEITO DO PROJETO_____	P.01
ESTUDO DA MARCA_____	P.02
TIPOGRAFIA_____	P.03
ESTUDO DE COR/ APLICAÇÃO DA MARCA_____	P.04
BRANDING_____	P.05/06/07
ANUNCIOS_____	P.08/09
VIDEO_____	P.10
SITE_____	P.11/12

ANALISE MERCADOLOGICA

FORÇAS E FRAQUESAS_____	P.13
AMEAÇAS E OPORTUNIDADES_____	P.13
PUBLICO ALVO_____	P.14
ESTRATEGIA DE LANÇAMENTO _____	P.14
FINANÇAS _____	P.14

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO FINAL_____	P.15
MISSÃO E VISÃO _____	P.15
AGRADECIMENTOS_____	P.15
BIBLIOGRAFIA _____	P.15

CONCEITO DO PROJETO:

A Butterfly Personal Marketing Agency, surge a partir da avaliação de uma mudança no mercado de trabalho, pós pandemia, percebeu-se a necessidade de um perfil de agência como a Butterfly, devido a imensa quantidade de profissionais que passaram a trabalhar em home office ou desenvolveram novas atividades decorrentes dos numeros elevados de desemprego que assolou o novo cenário mundial do mercado de trabalho em 2020/2021.

O mercado possui diversas agências de reposicionamento no mercado de trabalho e diversas agencias de publicidade, mas não as duas coisas fundidas em uma unica agência.

A Butterfly reúne essa duas funções, somos uma agência de Marketing Pessoal, com objetivo de acompanhar de perto a sua empresa ou sua marca pessoal. Vamos desenvolver estratégias de marketing que orientam a sua empresa ou o cliente individual, dando uma nova roupagem ao mercado, pois acreditamos que nem sempre como você se vê, é como o mercado te vê, e é por isso que essa linguagem deve estar alinhada e bem trabalhada.

Detectamos que a maioria da empresas de recrutamento, que seriam um dos nossos concorrentes, no máximo orientam o cliente (estudantes ou desempregados) na concepção de um currículo, não trabalham o marketing pessoal nem tão pouco exploram capacidades individuais encontradas nos curriculos para um possivel desenvolvimento de atividade própria.

A maioria da agências de recrutamento tem seus ganhos vinculados com a inserção do candidato no mercado de trabalho, por este motivo, não há interesse na valorização do desenvolvimento da atividade independente ou própria, a Butterfly concentra seus ganhos em publicidade, inserida no site de recrutamento da empresa e também com planos de pequenas taxas mensais que englobam elaboração de marcas, treinamentos e orientação pessoal, com isso nosso maior interesse passa a ser o reposicionamento da sua imagem, seja corporativa ou individual, a partir do reposicionamento da sua imagem, novas oportunidades irão surgir, pois nosso cliente estará sendo visto pelo mercado por um outro prisma que anteriormente não acontecia em sua carreira.

Uma agência de marketing pessoal, num mundo pós pandêmico, em crise economica poderá ser uma luz no fim do tunel para as pessoas que vão precisar se reposicionar no mercado ou iniciar novas atividades para um novo mercado em constante mudança.

ESTUDO DA MARCA:

A identidade visual tem como base o nome Butterfly, o nome utilizado, remete a própria natureza desse insecto, que tem a capacidade de se transformar de larva para uma bela borboleta e deixar de rastejar para voar.

Esse conceito da marca é o que norteia a empresa, que pretende efetuar uma verdadeira transformação, no perfil do cliente, preparando o mesmo para um mercado corporativo altamente competitivo, onde quem se destaca sai na frente.

A escolha da paleta de cores, remete a seriedade da marca sem perder a criatividade, que seria baseada em estudos de psicologia das cores*, a combinação do azul que está ligado a confiança e o violeta a transformação e criatividade, materializam o conceito numa marca forte, agregado a escolha das fontes em caixa alta.

O elemento inserido na letra B que é parte de uma asa de borboleta, tem por objetivo resgatar do subconsciente a ideia de liberdade e transformação, dando solidificação ao nome, associando a imagem do insecto como elemento agregador da marca e seu conceito, que, como já foi dito, norteia a empresa e que visa promover na sua missão a transformação do cliente na sua nova jornada de reinserção ao mercado de trabalho.



Outra variação de aplicação da logo na web



* Fonte de pesquisa: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/>

TIPOGRAFIA:

A fonte TRAJAN PRO usada na marca Butterfly, é uma fonte com serifas, segundo a psicologia das fontes*, as fontes serifadas são populares entre empresas que buscam retratar uma marca elegante e sofisticada. Os logotipos com esses tipos de fontes evocam tradição, respeito e confiança.

Além disso, as serifas ajudam as empresas a parecerem mais estabelecidas e são ideais para comunicar uma identidade baseada em autoridade e grandeza. Organizações das áreas acadêmicas, editorial e financeira favorecem as fontes serifadas graças ao aspecto conservador e respeitável que elas sugerem.

A fonte Interstate Thin usada no slogan de definição da marca é uma fonte sem serifa, essas dispensam os floreios de sua predecessora em troca de uma abordagem mais limpa e moderna. Esse contraste faz com que combinem bem com as fontes serifadas.

Elas enfatizam a clareza, com uma abordagem progressista – mas também podem ser ousadas e usadas para chamar a atenção com seu design refinado e eficiente. As empresas que escolhem essa família de fontes priorizam um senso de sensibilidade e honestidade que não tem necessidade de floreios ou firulas.

TRAJAN PRO

Nome BUTTERFLY

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN
OO PP QQ RR SS TU UU VV WW XX YY ZZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 < > ? " ' ; : { } [] / . , ! @ # € \$ % ^ & * () = - _ ` ~ \ |

Interstate Thin

Slogan

PERSONAL MARKETING AGENCY

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tu Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 < > ? " ' ; : { } [] / . , ! @ # € \$ % ^ & * () = - _ ` ~ \ |

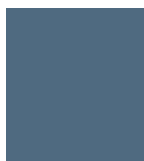
* Fonte de pesquisa: <https://www.tailorbrands.com/pt-br/blog/tipos-de-fontes>

ESTUDO DE COR/ APLICAÇÃO DA MARCA:

C: 100
M: 80
Y: 40
K: 45



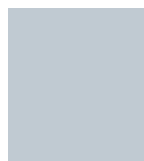
100%



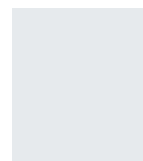
75%



50%



25%



10%

C: 60
M: 90
Y: 40
K: 45



100%



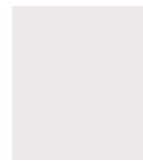
75%



50%



25%



10%

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 60



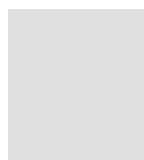
100%



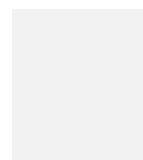
75%



50%



25%



10%



BRANDING:

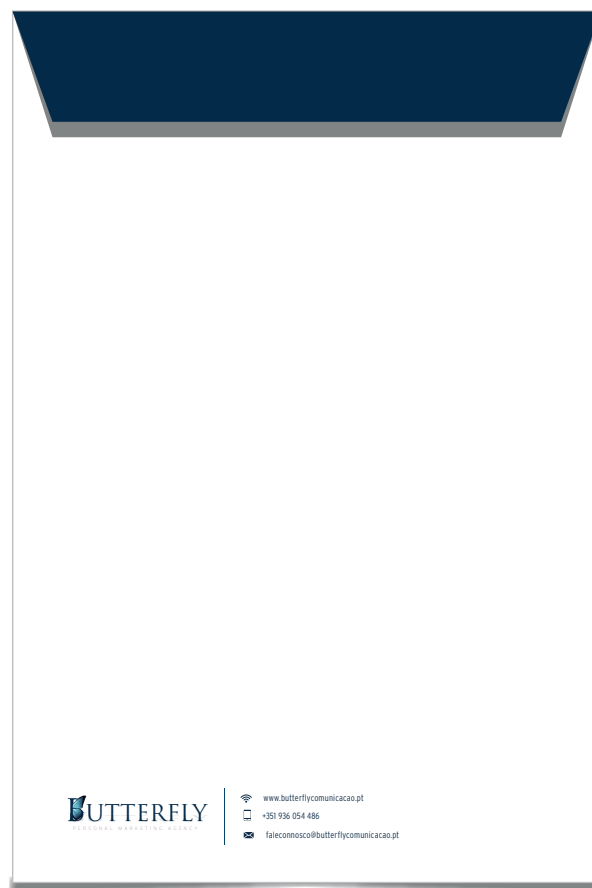
Envelope carta 23 x 11,5 cm



Cartão de visitas 8,5 x 5,5 cm



Envelope A4 23x34cm



BRANDING:

Papel timbrado



DEAR PERSON !

Solum nullam principes vis no, eleifend postulant mediocrem ut est, ad tota partem quo. Vix lorem putant scribentur no, mea meis solet melius no, pri feugait noluisse appetere no. Ei mea graece suscipit, fastidii probatus est et. Duo ut oportere iudicabit, exerci laoreet vim id. An vidit quidam cum, ceteros phaedrum sit ea. Mollis incorrupte in vix. Noster mnesarchum vix ei.

Ius te maluisset voluptatum quaerendum, no discere saperet persequeris cum, no pro nonum partem phaedrum. Mel mazim corpora te. Has ad aequae mucus impetus, vel tation regione appetere ne. Porro voluptatum ius ut, ei docendi eloquentiam sea. Ne mandamus dignissim efficiendi eum, est id tota insolens, eu per facete latine.

Sea te explicari conceptam definitionem, soluta constituto duo ad, usu an laudem latine voluptaria. Eam magna repudiare forensibus an. In nam euismod explicari voluptatibus. Petentium dissentiet ex eum, in eam ludus tantas aperiam. Eu est latine feugait suavitatem.

Eum ei augue voluptua copiosae. Vis cu altera noluisse intellegat. At vis probatus perpetua. Tale alterum interesset ne quo, est ad exerci oblique recusabo, eu sit simul legendos antipam. Qui tacimates tractatos ad, delectus sapientem omittantur ut vis. Pro te graece equidem ancillae, indoctum molestiae eam ea.

Solum nullam principes vis no, eleifend postulant mediocrem ut est, ad tota partem quo. Vix lorem putant scribentur no, mea meis solet melius no, pri feugait noluisse appetere no. Ei mea graece suscipit, fastidii probatus est et. Duo ut oportere iudicabit, exerci laoreet vim id. An vidit quidam cum, ceteros phaedrum sit ea. Mollis incorrupte in vix. Noster mnesarchum vix ei.

Ius te maluisset voluptatum quaerendum, no discere saperet persequeris cum, no pro nonum partem phaedrum. Mel mazim corpora te. Has ad aequae mucus impetus, vel tation regione appetere ne. Porro voluptatum ius ut, ei docendi eloquentiam sea. Ne mandamus dignissim efficiendi eum, est id tota insolens, eu per facete latine.

Signature


www.butterflycomunicao.pt


+351 936 054 486


faleconnosco@butterflycomunicao.pt

Fichas de prospecção A4

Visita de Prospecção


Data: ____/____/____

Nome/Empresa

Ramo de atividade

Contacto / telefone:

e-mail:

Necessidade detectada:

Observações:

Pasta aberta A4



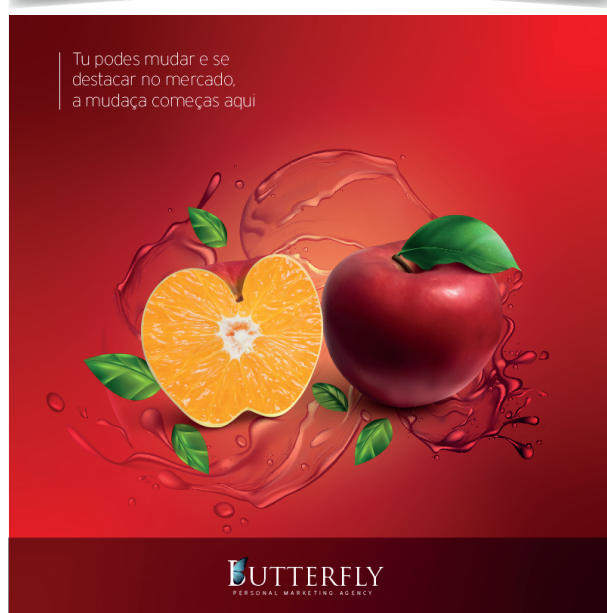
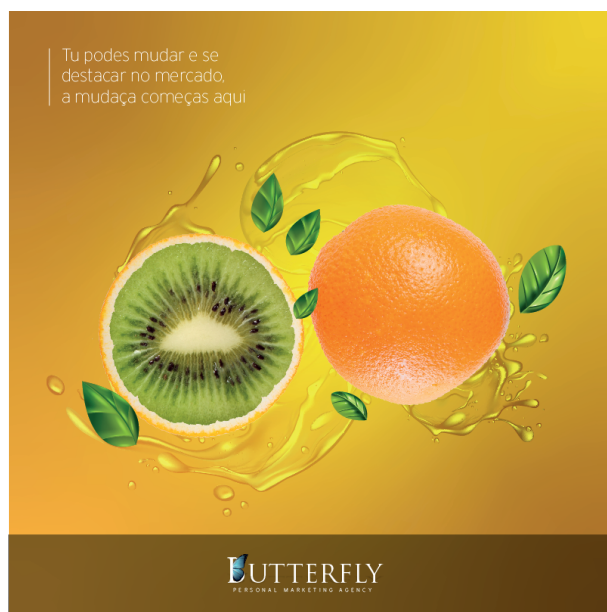
BRANDING:



A ideia da camisola é oferecer ao candidato que se torna parceiro com assinatura mensal, ajuda no fortalecimento e publicidade da marca, bem como, fortalece vínculos de boas vindas, no subconsciente a Butterfly deseja que o candidato “vista a camisola”, termo muito utilizado nas instituições corporativas com intuito de motivação. A produção se dará em modelos femininos e masculinos nas cores preta e branca.



ANÚNCIOS:



Esta campanha de lançamento da Butterfly Personal Marketing Agency, tem como conceito o uso de imagens de frutas para levar mentalmente uma associação a ideia da transformação, por esse motivo as frutas por dentro são transformadas em outros sabores, subjetivamente o intuito da campanha é levar o receptor a imaginar que ele também pode mudar de dentro pra fora. E ter destaque no mercado, se diferenciando, ou seja, não uma simples maçã, mais sim uma maçã diferenciada e assim sucessivamente nas outras peças.

A escolha do elemento fruta tem apelo gráfico atrativo das cores que chama atenção do receptor, haja visto no mercado publicitário, que grandes peças publicitárias premiadas se baseiam muitas vezes em objetos que nada tem haver com o seguimento em questão, isso gera surpresa no receptor, que observa com mais atenção o anúncio, achando ser algo relacionada a frutas, comida, alimentação e se surpreende ao perceber que se trata de uma agência de recrutamento, recolocação no mercado e reposicionamento de marca, isso é recurso publicitário muito utilizado, para reter a atenção, num mercado onde reter a atenção do receptor vale ouro.

Os elementos das folhas e do líquido tem a função de gerar dinamismo ao layout, e o gradiente gera profundidade. As barras na parte inferior dão suporte e enquadramento a logo, criando um padrão de identidade visual a ser seguido nas outras campanhas.

ANÚNCIOS:



Esta segunda e terceira campanha institucional da Butterfly Personal Marketing Agency, tem como conceito o uso mais tradicional da maioria das campanhas com imagens de pessoas, com o intuito de humanizar a comunicação com duas linhas bem definidas, uma tradicional para os que pretende se inserir no mercado de trabalho disputando vagas já disponibilizadas no mercado, disponibilizadas por empresas parceiras. A outra campanha mais ousada, destinada a captação dos profissionais que pretendem desenvolver atividade própria e precisam apenas de uma orientação e apoio para iniciar seu negócio.

VIDEO:

Objeto: Video corporativo Butterfly de 30", com audio

Criação: after effects e adobe premiere, utilização de templates free e musica de ambientação free.

Locução: Cristiano Pin

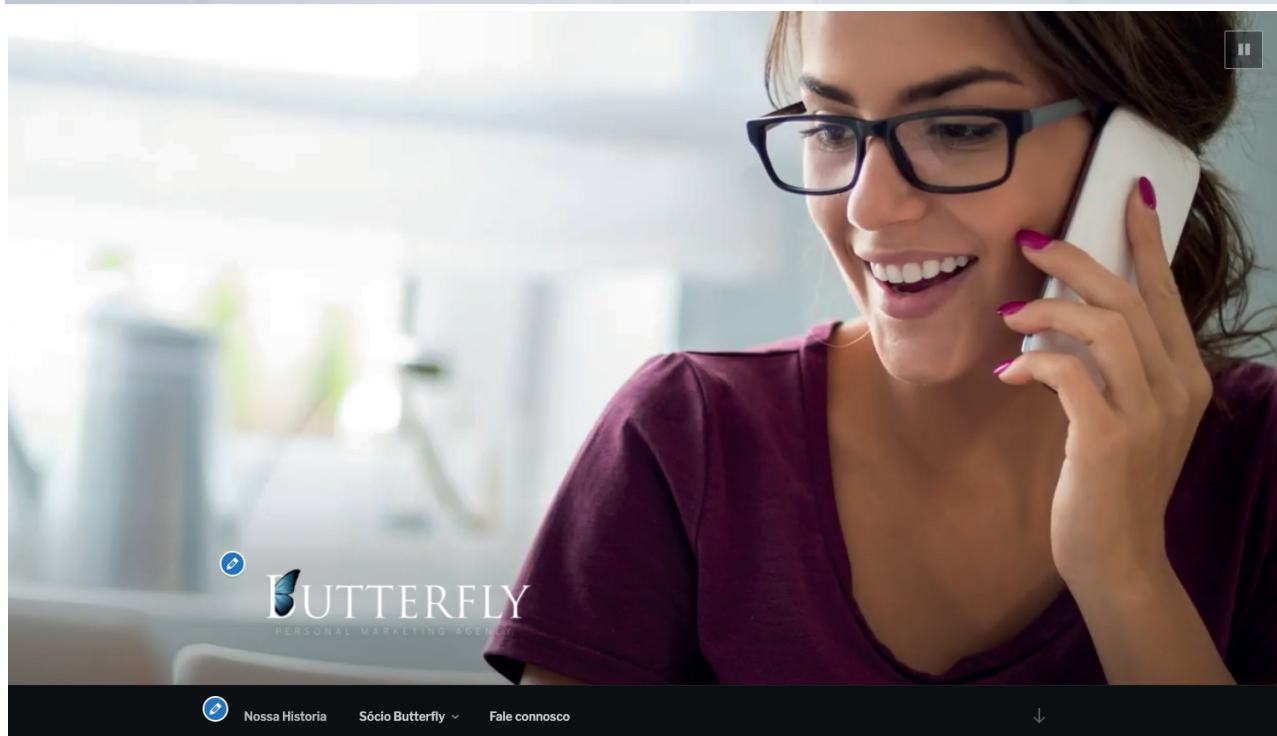


SITE:

Objeto: Site corporativo Butterfly

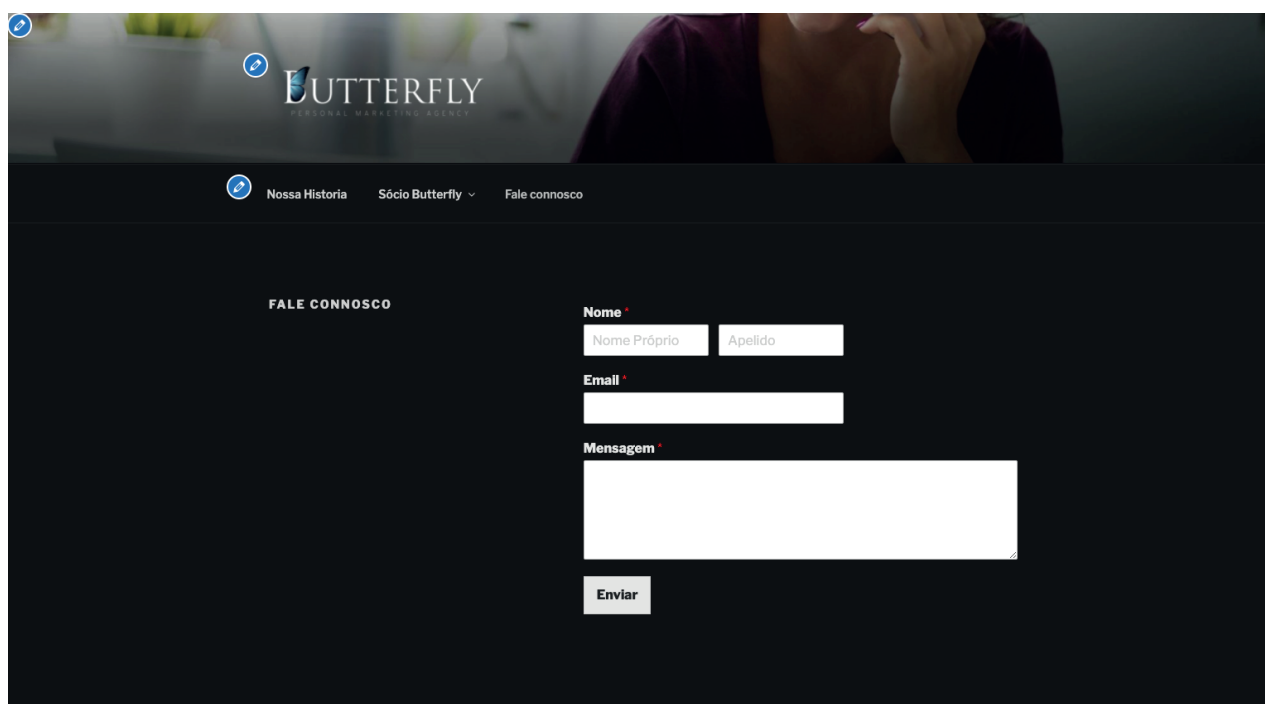
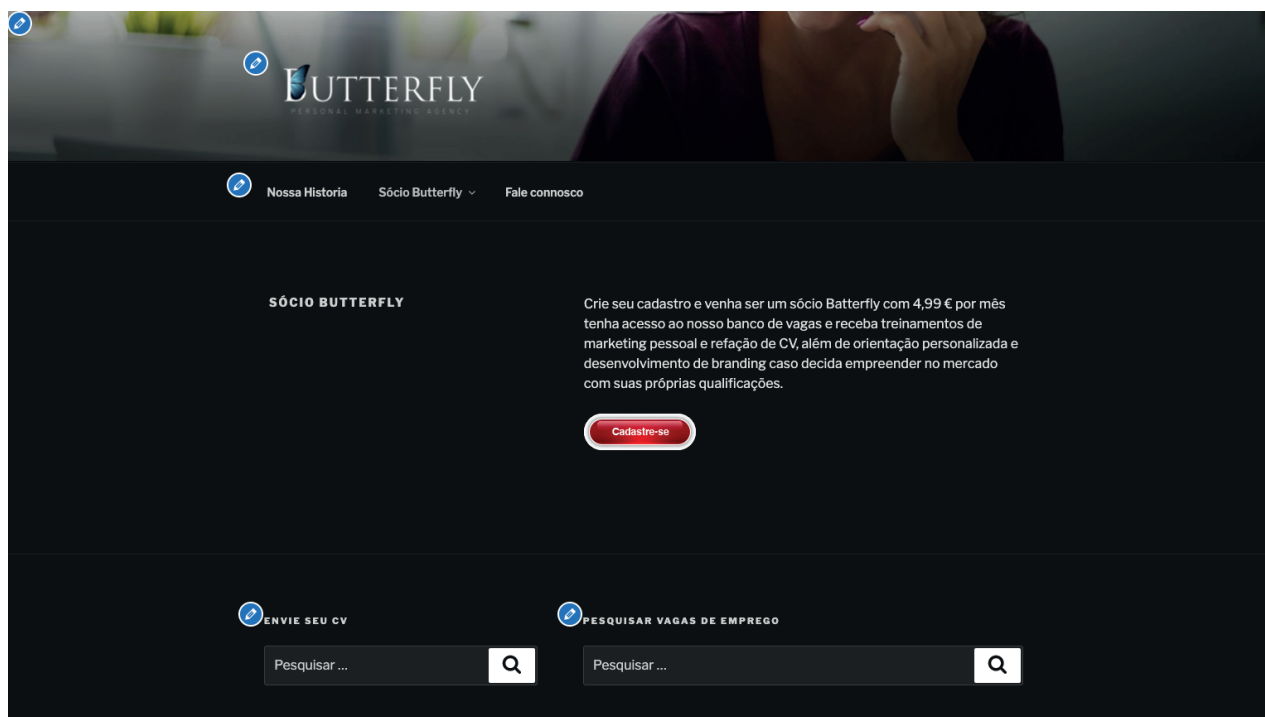
Criação: Wordpress

Ecrã principal: Video com mudança de personas



SITE:

Plugins utilizados: Classic Editor / Contact Form 7 / Drag and Drop Multiple File Upload - contact Elementor / FameTheme Demo Importer/ GA Google Analytics / Popularis Extra / Preloader Plus Really Simple SSL / SpiceBox / Tuxedo Big File Uploads / WP Mail SMTP / WPForms Lite



FORÇAS E FRAQUESAS:

Analise Swot:

Fatores Internos:

Forças:

Detectamos que a maioria das empresas de recrutamento, que seriam umas das nossas concorrentes, no máximo orientam o cliente (estudantes ou desempregados) na concepção de um currículo, não trabalham o marketing pessoal nem tão pouco exploram capacidades individuais encontradas nos currículos para um possível desenvolvimento de atividade própria, parte essa que mais vamos explorar.

Fraquesas:

Pouca verba inicial para impulsionar o site, visto que a concorrência de agências de recrutamento, muitas delas já se encontram estabilizadas no mercado, além da confiabilidade dos candidatos num momento inicial.

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS:

Analise Swot:

Fatores Externos:

Oportunidades:

Mercado em expansão devido ao aumento do número de pessoas a trabalharem home office buscando novas qualificações aumento do nível de desemprego e baixa concorrência com o perfil da Butterfly. Num mercado em crise as pessoas precisam se reinventar.

Ameaças:

A ameaça verificada pela Butterfly é que o mercado tem inúmeras agências de recrutamento e relocação de mercado de trabalho, mesmo com um perfil diferente, essas agências já possuem um apelo do público acostumado a esse perfil de simplesmente cadastrar seu currículo e esperar ser contactado, a Butterfly vê esse modelo, mesmo que obsoleto um hábito adquirido pelo público, que poderá se tornar uma barreira a desenvolver esse novo conceito de receber o candidato e prepará-lo para o mercado com a refação de currículo, treinamento e postura comportamental.

Entre algumas agências pesquisadas estão elas: <https://vertexrh.pt/>, <https://www.kellyservices.pt/> e <https://www.talenter.com/#pessoas>

PUBLICO ALVO:

Jovens entre os 18 e 40 anos, de todos os gêneros, estudantes, desempregados e empreendedores, também a Butterfly vai trabalhar numa divisão especial com pessoas acima dos 40 anos para um mercado que a cada dia tem valorizado mais e mais a experiência, como vimos ultimamente muitos profissionais reformados estão a retornar ao mercado de trabalho devido a falta de mão de obra qualificada e especializada.

ESTRATEGIA DE LANÇAMENTO:

A Butterfly vai usar as redes sociais em grupos de buscas de emprego, participação em eventos estudantis e universitários, canais de Youtube, Linkedin e Facebook, vamos usar ferramentas de motores pagos para gerar maior visibilidade do site, principal ferramenta de cadastro de novos clientes através de currículo, além de parcerias com diversas empresas para encaminhamento de candidatos já preparados com novos currículos, treinamento e comportamento.

FINANÇAS:

A Butterfly tem no momento verba reduzida, cerca de 1.000 € pra investir na campanha de lançamento, também temos um projeto de buscar financiamento, e caso seja aprovado, será usado para criar um escritorio com ambientação diferenciada, salas de reunião com relva artificial dando a ideia de campo de futebol, onde vamos usar o termo bater uma bola nas reuniões, bar e mesa de bilhar em outros ambientes, tudo para criar uma atmosfera criativa e divertida e atrair a confiabilidade do candidato que realmente perceba que as mudanças já começam no primeiro contacto que ele tem com a Butterfly.



CONCLUSÃO FINAL:

Este relatório tem por finalidade servir de orientação, em futuras reuniões de pauta e posicionamento de mercado. Tal como servir de referência para definição da missão e visão da Butterfly e evitar que ao longo do processo mercadológico, perca-se o verdadeiro propósito de sua criação. Além de servir como guião de todo processo de criação da marca Butterfly apresentado no curso de formação de técnico especialista em multimídia do CINEL entre os anos de 2020/2021 CET DPMM.D.P15

MISSÃO E VISÃO:

Missão:

A Butterfly Personal Marketing Agency, tem em sua missão, promover pessoas e empresas individuais ou coletivas, capacitando e apresentando ao mercado um rebranding de si próprio, para um mercado cada vez mais competitivo.

Visão:

A Butterfly Personal Marketing Agency, busca se tornar uma referência entre as empresas de reposicionamento e inserção de novos profissionais no mercado de trabalho, se destacando pela criatividade que só existe em agências de publicidade.

AGRADECIMENTOS:

Como cristão não poderia deixar de agradecer primeiramente a Deus, por ter sobrevivido até aqui em meio de uma pandemia com saúde física e mental estável, para ultrapassar mais um desafio em minha carreira profissional, a minha família que esteve um pouco abandonada nesse período e soube compreender e me apoiar, minha esposa e filha, aos meus pais e demais familiares e amigos pela paciência e ajuda quando precisava apresentar meus projetos ao longo do curso e todos os professores pelos ensinamentos valiosos e a todos amigos de turma pela troca de experiência constante ao longo do curso.

BIBLIOGRAFIAS:

- Princípios de Marketing - Philip Kotler E Gary Armstrong Editora: Prentice Hall Pearson Brasil Ano: 1998
- Posicionamento: A Batalha Pela Sua Mente - Al Ries & JACK TROUT Editora: Pioneira Administração - 1996
- Pesquisa online:

<https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/>

<https://www.tailorbrands.com/pt-br/blog/tipos-de-fontes>

SE NÃO FOSSEM AS
MUDANÇAS, NÃO HAVERIAM
AS BORBOLETAS



transforming lives

 BUTTERFLY
PERSONAL MARKETING AGENCY