

Projeto Experimental em Relações Públicas – Academia Studio¹

Rafaela de Medeiros Garcia²
Grazielle Brandt³
Universidade de Santa Cruz do Sul

RESUMO

O Projeto Experimental em Relações Públicas apresenta a descrição das atividades desenvolvidas para a Academia Studio no período de setembro a novembro de 2013. O principal objetivo foi o de criar estratégias que visam à construção de canais de relacionamento com os diversos públicos da Academia Studio. Após a realização do diagnóstico da organização e da sua comunicação, foram propostas estratégias baseadas nas ameaças e oportunidades geradas pelo ambiente externo e ambiente interno da organização. As estratégias foram relatadas e avaliadas através de diferentes ferramentas, sendo possível assim, realizar o levantamento de resultados obtidos e comparar o que foi planejado e organizado.

PALAVRAS-CHAVE: Projeto Experimental; Academia Studio; Estratégias; Resultados.

1. INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta a descrição das atividades do Projeto Experimental em Relação Públicas desenvolvidas para a Academia Studio no período de setembro a novembro de 2013. As ações desenvolvidas foram direcionadas principalmente para alunos e clientes em potencial – visto que a organização realiza poucas ações de relacionamento com os alunos ativos, e a intenção dos proprietários é trazer mais alunos para frequentar a Academia Studio. Para auxiliar na otimização da imagem institucional da empresa perante seus públicos, foram desenvolvidas estratégias a partir de organização de eventos, ações de comunicação para a contribuição de um modo de vida mais saudável da comunidade cachoeirense, criação de site para reforçar a presença virtual e o relacionamento nas redes sociais, além de ações de relacionamento com o público interno. Após a execução das estratégias, as mesmas foram avaliadas através de diferentes ferramentas, sendo possível assim, realizar o levantamento de resultados obtidos e comparar o que foi planejado e organizado.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Projeto de Assessoria de Comunicação Empresarial.

² Aluna líder do trabalho e estudante do 8º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, email rafa_medeiros92@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas. email: grazibrandt@hotmail.com

2 OBJETIVO

2.1 Objetivo Geral

Elaborar um planejamento de relações públicas para a criação de estratégias e execução de ações que visam à construção de canais de relacionamento com os diversos públicos da Academia Studio.

2.1 Objetivos Específicos

- 1) Estreitar o relacionamento entre a Academia Studio e seus alunos;
- 2) Desenvolver ações de relacionamento com o público interno, a fim de contribuir para a construção e manutenção de um ambiente de trabalho agradável;
- 3) Reforçar a presença virtual da empresa, através de ações de comunicação desenvolvidas no Facebook;
- 4) Criar um site empresarial com a finalidade de divulgar os serviços oferecidos pela Academia Studio.

3 JUSTIFICATIVA

Com o crescimento do conceito de qualidade de vida e saúde, o mercado de academias vem crescendo cada vez mais. O Brasil é líder na América do Sul com movimentação de mais de R\$ 2 bilhões anuais, tornando-se o segundo maior mercado mundial de fitness. Segundo a Associação Brasileira de Academias (ACAD Brasil), o número de academias no país passou de quatro mil em 2000 para mais de 22 mil em 2012⁴. Essa boa fase do mercado ocorreu devido à conscientização do brasileiro sobre a importância de cuidar da saúde e do bem estar físico. Para atender a essa demanda de mercado, as academias estão investindo fortemente em serviços diferenciados, infraestrutura e também em ações de relacionamento com os alunos, a fim de fidelizá-los. É neste contexto que o profissional de Relações Públicas se insere, com o objetivo de planejar e executar ações de relacionamento junto aos públicos de interesse das organizações. O papel do Relações Públicas dentro das organizações é fundamental, na medida que esse profissional participa da gestão estratégica

⁴ Informações extraídas do site <http://fitnessbrasil.com.br/13ihrsa/index.php/expositores/associacao-brasileira-academias-acad-brasil> acessado em 11 de agosto de 2013.

das organizações, contribuindo para identificação de problemas e oportunidades na área da comunicação.

Atualmente, com o advento das novas tecnologias, temos uma sociedade centrada na informação e um cenário mercadológico cada vez mais competitivo. Percebemos mudanças também nas organizações e na forma como se comunicam com seus públicos, buscando alternativas para diferenciar-se. Assim, destacam-se empresas que mantêm canais e realizam ações de comunicação. As pequenas empresas são um segmento de atuação que pode ser bastante explorado pelos Relações Públicas, que deve ter um perfil empreendedor e criativo. A atuação profissional em pequenas empresas é um desafio, pois o cenário mercadológico apresenta certas restrições como a alta carga tributária, ausência de recursos, estrutura administrativa enxuta, além dos concorrentes. Sendo assim, o Relações Públicas deve desenvolver planos focados em soluções de comunicação economicamente viáveis para a empresa, a fim de atingir resultados positivos.

A opção de realizar o Projeto Experimental na Academia Studio deveu-se ao fato de que um dos proprietários revelou a necessidade de criar ações para a fidelização dos alunos e mostrou-se aberto a sugestões. A Academia Studio é reconhecida no segmento fitness na cidade de Cachoeira do Sul, porém, não mantém canais de relacionamento com seus públicos. Esse projeto tem por objetivo colocar em prática o aprendizado da sala de aula e também gerar resultados positivos para a empresa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para realizar a avaliação do projeto, foi efetuado um levantamento de resultados obtidos nas avaliações das estratégias. Cada estratégia desenvolvida contou com uma técnica de avaliação diferente: o site foi avaliado pelos relatórios de número de acessos fornecidos pela empresa desenvolvedora do site; a promoção no Facebook foi avaliada através da repercussão (número de compartilhamentos e likes obtidos); para avaliar o informativo online foi realizada uma pesquisa de opinião com os alunos; o cartão em homenagem ao dia do profissional de Educação Física, através de uma pesquisa de satisfação com os funcionários e o release através de uma clipagem sobre as principais informações.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para dar início a este projeto, primeiramente foi realizado um diagnóstico da empresa e de sua comunicação. A Academia Studio atua no segmento de mercado fitness, sua sede está localizada na cidade de Cachoeira do Sul, na rua Ramiro Barcelos, número 2231. Seu horário de funcionamento é de segunda a sexta das 7 horas às 22 horas, e sábado das 8 horas ao meio dia e das 13h:30 às 18 horas. Seus dirigentes são os sócios-proprietários Fabiano Moraes e Diogo Barbosa. É uma empresa focada na qualidade do atendimento dos seus alunos e na qualidade dos serviços oferecidos. Está atenta às novidades da área fitness procurando sempre inovar nas modalidades oferecidas, sem deixar de oferecer uma atividade segura e eficaz. Prima pela formação da equipe, exigindo um perfil de profissional ético, comprometido com os objetivos e as expectativas dos seus alunos. Procura passar uma imagem de organização e seriedade, tanto no atendimento quanto nos serviços prestados. Tem como missão prestar serviços de qualidade para a prática de condicionamento físico de seus clientes, visando o acompanhamento profissional necessário para que cada indivíduo possa promover uma melhora de sua condição física, bem como na sua qualidade de vida. Sua visão é ser a academia de treinamento e condicionamento físico referência em Cachoeira do Sul e região, garantindo o melhor atendimento e resultados em relação ao bem estar físico, mental e social de seus alunos. A empresa possui como valores: comprometimento e ética; responsabilidade técnica; união e profissionalismo; respeito; honestidade e reconhecimento. Na cultura organizacional da instituição percebemos uma informalidade na comunicação. A relação entre os professores é de amizade e os professores e alunos possuem bastante proximidade. Fica evidente que o clima de trabalho é agradável e o nível de satisfação dos funcionários é positivo. Os professores diariamente estão devidamente uniformizados com camisetas da academia. Na recepção as informações tanto por telefone, quanto pessoalmente, são fornecidas de maneira organizada e informal. A empresa não possui um departamento responsável pela comunicação da empresa. A administração possui um programa chamado SCA administrador, que cadastra todos os alunos com seus respectivos emails e telefone, o que facilita o controle do número de alunos, matrículas, pagamentos e envio de informações. Os meios utilizados para atingir os públicos estratégicos externos são, principalmente, jornais, email e facebook.. A academia possui uma parceria com o Jornal do Povo para divulgar qualquer atividade relacionada à empresa. Como a empresa apoia a Acafutsal e a ACCE, no estádio Joaquim Vidal tem um

banner da Academia Studio. Um meio também utilizado para a divulgação são os painéis led outdoor que foram instalados em pontos estratégicos da cidade (ruas de maior movimento), onde é mostrado um vídeo com imagens da Academia e de alguns serviços oferecidos. Periodicamente a empresa paga por um espaço no Jornal do Povo para divulgar seus serviços. Segundo o proprietário Fabiano Moraes, são enviadas cerca de cinco matérias por ano.

Após esse diagnóstico, foram propostas estratégias baseadas nas ameaças e oportunidades geradas pelo ambiente externo e ambiente interno da organização: criação de um site institucional, promoção no Facebook, criação de informativos online mensais, cartão em comemoração ao dia do profissional de Educação Física e um release sobre atividade da Academia Studio.

A criação do site buscou desenvolver a imagem da Academia Studio no ambiente virtual. Visto que a internet é um meio eficaz de divulgação e interatividade, os objetivos dessa ação foram possibilitar um acesso rápido às informações institucionais da empresa, bem como fornecer informações sobre as principais modalidades e serviços oferecidos, além de estabelecer e manter a comunicação com os alunos. Primeiramente, foi realizada uma pesquisa em algumas agências especializadas em desenvolvimento de sites, para obter um orçamento dos serviços e dos valores. Em Santa Cruz do Sul, foi realizado contato com a agência Adamantis - Agência de publicidade e web e com a Drop Web. Em Cachoeira do Sul, foi feito contato com a agência Alternative Art, a única agência especializada nesse segmento. Os orçamentos foram avaliados juntamente com os proprietários da Academia Studio e optou-se pela Alternative Art, pela proximidade e facilidade de contato e devido ao orçamento mais acessível. No início do mês de setembro foi realizada a primeira reunião com a agência Alternative Art, onde foram identificados, primeiramente, os objetivos, estratégias para promover o site, bem como os prazos e formas de pagamento. Após a assinatura do contrato, deu-se início ao desenvolvimento do site. No mês de outubro, foi decidida uma modificação na identidade visual da Academia Studio, também desenvolvida pela Alternative Art. Posteriormente foram realizadas algumas reuniões para ajustes e envio de materiais. No dia 30 de outubro o site foi concluído, antes do prazo previsto de três meses, atingindo os objetivos propostos de desenvolver a imagem da empresa no meio virtual, através de um site com facilidade de navegação.

A página no Facebook da Academia Studio era atualizada com pouca frequência. Sendo assim, foi realizada uma promoção com o objetivo de obter uma melhor visibilidade da Academia nas redes sociais e promover a interação com os alunos. A promoção foi realizada no mês de outubro e foi realizado um sorteio de um pacote de musculação grátis durante três meses. Esse sorteio teve também o objetivo de conquistar novos clientes, visto que qualquer pessoa que tivesse interesse em frequentar uma academia, poderia participar. Como obtive sucesso na primeira promoção, segui a mesma sistemática: para concorrer, os participantes deveriam curtir a página da Academia e compartilhar a imagem da promoção. A imagem foi desenvolvida por um acadêmico de Publicidade e Propaganda da Unisc e foi lançada no Facebook no dia 18 de outubro, tendo um total de 71 compartilhamentos. No dia 28 de outubro por volta das 19h, o proprietário Diogo Barbosa realizou o sorteio e foi divulgado no Facebook a ganhadora.

Foram desenvolvidos três informativos mensais sobre as principais notícias da Academia Studio, com os objetivos de informar sobre novidades da empresa, divulgar novos serviços, criar uma identificação entre o aluno e a Academia e manter um relacionamento com os alunos, professores e funcionários. Os textos dos informativos, bem como a sua diagramação, foram desenvolvidos pela acadêmica de Relações Públicas. A primeira edição do informativo online divulgou informações sobre o site que estava sendo desenvolvido, o sorteio do kit personalizado no Facebook e as turmas disponíveis para a modalidade Mat Pilates. Foi enviado por email no dia 27/09 para todos os alunos e funcionários da Academia. A segunda edição, no mês de outubro, divulgou a mudança da identidade visual, o site que já estava disponível para acesso, o modelo das camisetas que será confeccionado para os participantes do Grupo de Corrida de Rua Municipal, a promoção no Facebook do sorteio de um pacote de musculação durante três meses grátis e os equipamentos novos foram adquiridos pela Academia. Esta edição foi enviada por email no dia 28/10 para todos os alunos e funcionários da Academia. Na terceira edição, em novembro, o informativo online divulgou o Circuito Cachoeirense de Corrida de Rua e as inscrições que serão realizada através do site da Academia. Também foi divulgado sobre a viagem de dois professores da Academia Studio para a 14ª edição do Mercomovimento, evento que aporta conhecimentos para profissionais da Educação Física, Fisioterapia, Pedagogia, Terapia Ocupacional e Massoterapia entre outras profissões. Este evento apresenta novidades sobre o mercado fitness.

Com o objetivo de criar um ambiente de trabalho mais agradável e motivar os professores, fazendo com que se sintam valorizados e importantes para a empresa, essa ação foi realizada no dia 31 de agosto de 2013, visto que dia 1º de setembro foi um domingo. A proposta de presentear os professores com um cartão e com um kit saudável surgiu para fazer analogia com a ideia de vida saudável, visto que era comemoração do dia do profissional de Educação Física. No kit havia barra de cereal, chocolate diet e bolacha integral. O kit e o cartão foram desenvolvidos e organizados pela acadêmica de Relações Públicas e entregues aos professores pelo proprietário Diogo Barbosa.

Com o objetivo de manter a visibilidade da Academia no jornal, bem como informar sobre as atividades que está desenvolvendo, o release foi escrito pela acadêmica de Relações Públicas e pelo proprietário Fabiano Moraes. Informamos sobre os atletas da ACCE que estão realizando seus treinamentos na Academia Studio, para participar do Campeonato Brasileiro de Canoagem Velocidade, que ocorreu entre os dias 12 e 15 de dezembro. O release foi enviado para um dos responsáveis pelo caderno de Esportes do Jornal do Povo, Robson, no dia 18/11/2013 e foi publicado no Jornal no dia 20/11/2013.

RESULTADOS

O sistema desenvolvido pela Alternative Art gera um relatório diário de acessos no site. O número de visitas únicas do site é de, no máximo 55 (no dia 31/10/2013) e no mínimo 26 (no dia 10/10/2013). No mês de outubro o número de visitas atingiu entre 30 e 40 visualizações.

A avaliação da promoção do sorteio no Facebook obteve um total de 71 compartilhamentos teve 2.918 visualizações (número bastante acima das demais publicações na página). Pode-se concluir que a maneira como foram organizadas as duas promoções foi organizada e bem percebida pelos alunos e demais clientes em potencial. Pode ser utilizada essa forma de sorteio para a realização de promoções futuras.

Para avaliar o informativo foi realizada uma pesquisa de opinião com os alunos. O questionário contava com cinco perguntas fechadas e duas abertas para sugestões. O mesmo foi enviado por email aos alunos e também foi impresso e entregue pessoalmente. Doze alunos responderam a pesquisa e os resultados obtidos foram satisfatórios: 100% gostaram do informativo, bem como acharam que as informações foram transmitidas de maneira clara

e objetiva. Já para 83% dos alunos as informações foram úteis e 100% dos alunos concordam que o informativo aproxima os alunos da Academia, bem como divulga suas novidades e serviços. Nas questões abertas, os alunos gostaram das informações e novidades divulgadas no informativo, bem como a facilidade de acesso às novidades da Academia. Como sugestões mencionaram a criação de promoções envolvendo o informativo.

Foi utilizada como método de avaliação da ação do cartão em comemoração do dia do profissional de Educação Física, uma pesquisa de satisfação com um questionário contendo três questões fechadas e uma aberta para sugestões. O questionário foi enviado por email para os professores e também impresso e entregue pessoalmente. Os resultados foram positivos, pois 100% dos professores gostaram de receber o cartão com o *kit* em comemoração ao dia do Profissional de Educação Física, bem como acreditam que ações como essa pode contribuir para a construção e manutenção de um ambiente de trabalho mais agradável, bem como motivar os professores, fazendo com que se sintam valorizados pela empresa. Como sugestões sobre alguma ação que poderia ser realizada com o público interno, foi citado algum trabalho sobre motivação pessoal e profissional e também sugerido uma ação no Natal, onde cada funcionário se encarregasse de juntar brinquedos ou alimentos para crianças carentes.

Por fim, foi realizada uma clipagem do release no dia em que foi publicada a matéria, 20/11/2013.

6 CONSIDERAÇÕES

Executar o projeto na Academia Studio foi uma oportunidade gratificante. Logo que a proposta de realização do projeto na empresa foi apresentada, os proprietários Fabiano e Diogo se mostraram interessados e dispostos a investir em ações na área de Comunicação. Além de receptivos com as propostas, auxiliaram em grande parte do desenvolvimento e execução das ações. Desenvolver um projeto como esse, além de acrescentar conhecimento na área de formação acadêmica, possibilitou ampliar a visão de mercado na área de Relações Públicas, bem como elucidar as dificuldades que o profissional de Relações Públicas enfrenta. Acredita-se que através de projetos desse gênero, as organizações podem conhecer a função do Relações Públicas e reconhecer a importância do seu trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 2. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, c2002.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

VERRY, Mauro. **Sportmarketing for fitness** : marketing para sua academia. Rio de Janeiro: Sprint, 1997.