PROJETO COMUNICAÇÃO E MARKETING

Aos | Lados

Eduardo Chaves
Felipe Loreto
Luisa Roman
Maria Eduarda Brito
Vitória Matos

o produto

O que é o Aos Lados?

O Aos Lados é um aplicativo com o objetivo de reunir todas as notícias de múltiplos veículos diferentes em um só local. A ideia central do aplicativo é não só agrupar esses conteúdos, como principalmente recomendar notícias sobre o mesmo assunto com opiniões diferentes, colocando-as lado a lado e permitindo ao usuário múltiplas versões sobre a mesma história. Junto disso o app também permite a criação de filtros para ler sobre editorias especificas.

Além de poder ler contrapontos sobre notícias polêmicas, o aplicativo disponibiliza esse conteúdo de forma rápida, com uma interface simples que permite criação de perfil e uma timeline com filtros do que se deseja ler. O Aos Lados funcionará através de planos de assinatura pagos e gratuitos limitados, com o principal objetivo de reunir a imensidade de informações que possuímos hoje na internet em um só lugar. Utilizando a simplicidade de uma rede social para compartilhar, interagir e encontrar conteúdos de acordo com seu interesse e uma praticidade inovadora atraves de um App único.

Aos Lados

Por que Aos Lados?

O nome do aplicativo Aos Lados surge a partir do **maior diferencial** que o produto oferece, a possibilidade de **comparar noticias** sobre o mesmo assunto com opiniões diferentes e assim colocando essas informações diferentes AOS LADOS e permitindo com que os usuários obtenham maior perspectiva sobre o que leem

Aspectos Físicos

O Aos Lados será um aplicativo disponível para **download de forma gratuita**. Com acesso a um número limitado de notícias diárias utilizando o mecanismo de **paywall** e possibilidades de assinaturas mensais e anuais para consumo do conteúdo ilimitado. Disponível inicialmente para uso no aplicativo dentro de smartphones e posteriormente computadores.

Aspectos Funcionais

O aplicativo possui **interface intuitiva e inteligente**, utilizando alguns recursos familiares de redes sociais e mostrando **notícias personalizadas para cada usuário**. Com a possibilidade de criar seu próprio perfil, comentar e compartilhar com amigos, favoritar suas notícias preferidas e tópicos de assuntos que deseja se manter informado.

Siga e fique de olho nas notícias de seus jornais favoritos

Filtre as editorias e assuntos que mais lhe interessam

Leia outras noticias sobre o mesmo assunto, colocando diferentes pontos de vista lado a lado

Crie seu proprio perfil, compartilhe e comente noticias com amigos

Interface

TIMELINE

MENU

PERFIL

Classificação por hábito de compra

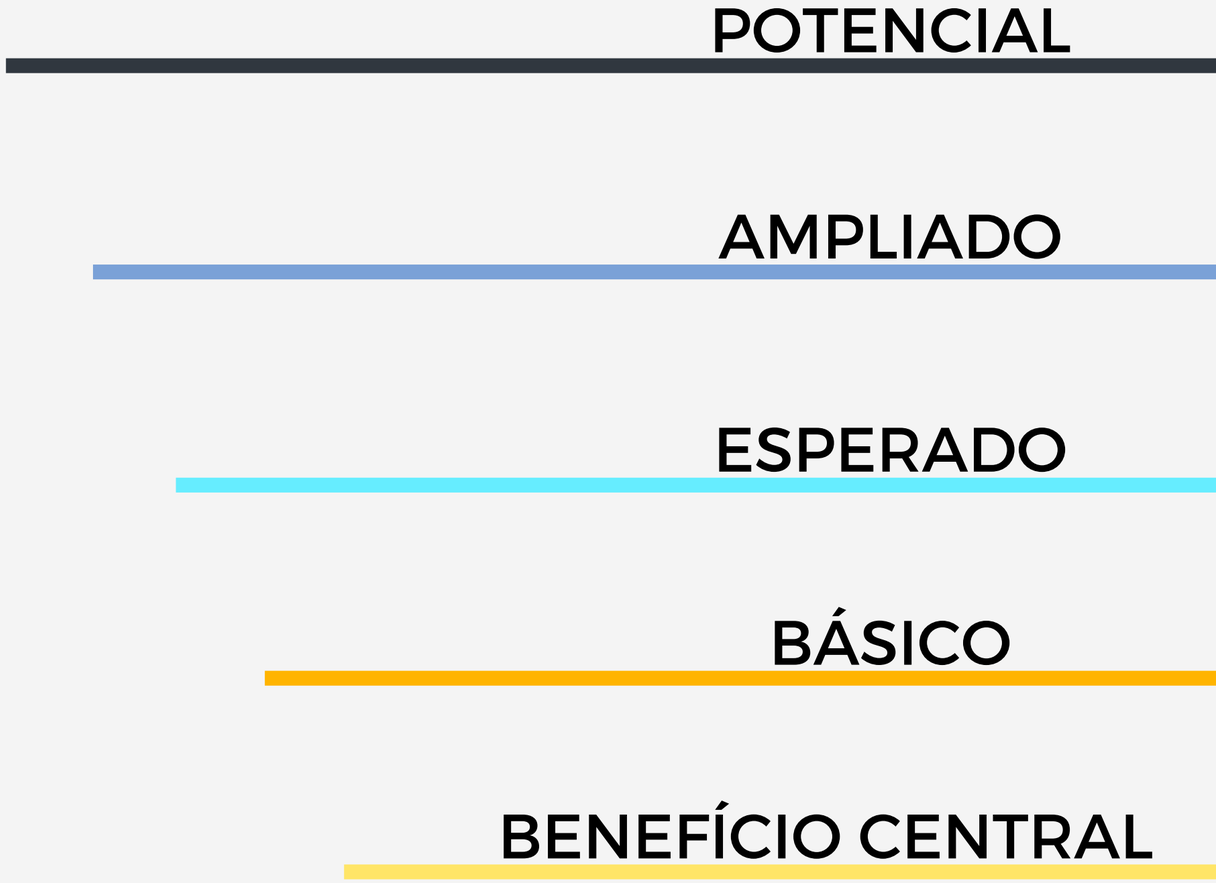
O Produto Aos Lados se encaixa, originalmente, na classificação de **bens de consumo de compra comparada**, pois é vendido em loja de aplicativos e passa por um processo de seleção em relação aos demais agregadores de notícias, seja na adequação, na qualidade, no preço, etc. Com a inclusão futura do **cartão pré-pago**, se encaixará também como um bem de **consumo de conveniência**, atingindo a massa através do baixo preço e da distribuição ampla em lojas de conveniência, livrarias e bancas de jornais.

níveis de valor

1 **BENEFÍCIO CENTRAL:**
Economia de tempo e praticidade na leitura de notícias.

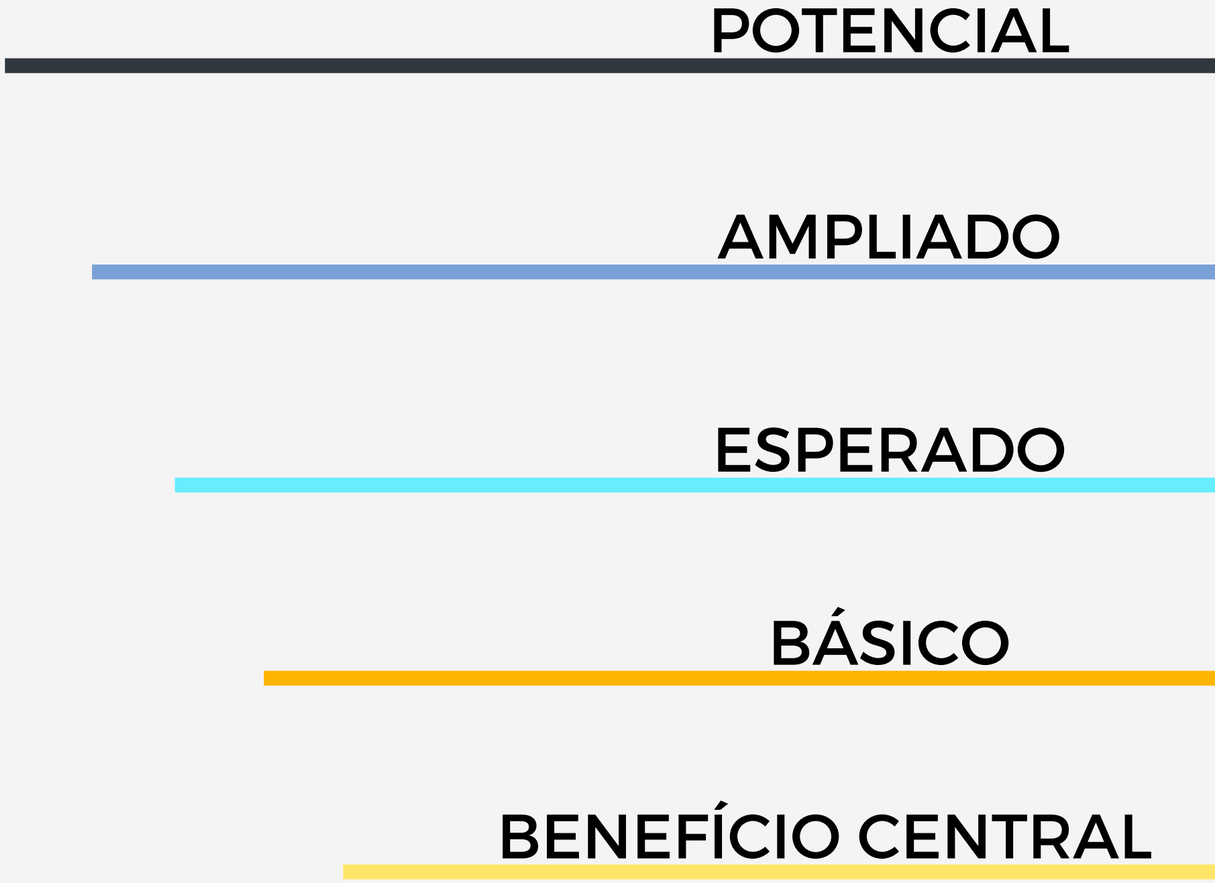
2 **PRODUTO BÁSICO:**
Aplicativo de dispositivo móvel que reúne os principais jornais e revistas do Brasil e do mundo em um único lugar.

3 **PRODUTO ESPERADO:**
Aplicativo que contempla todas as facilidades que o consumidor de notícias precisa em um só lugar, com diversidade de opiniões sobre um acontecimento e interatividade.



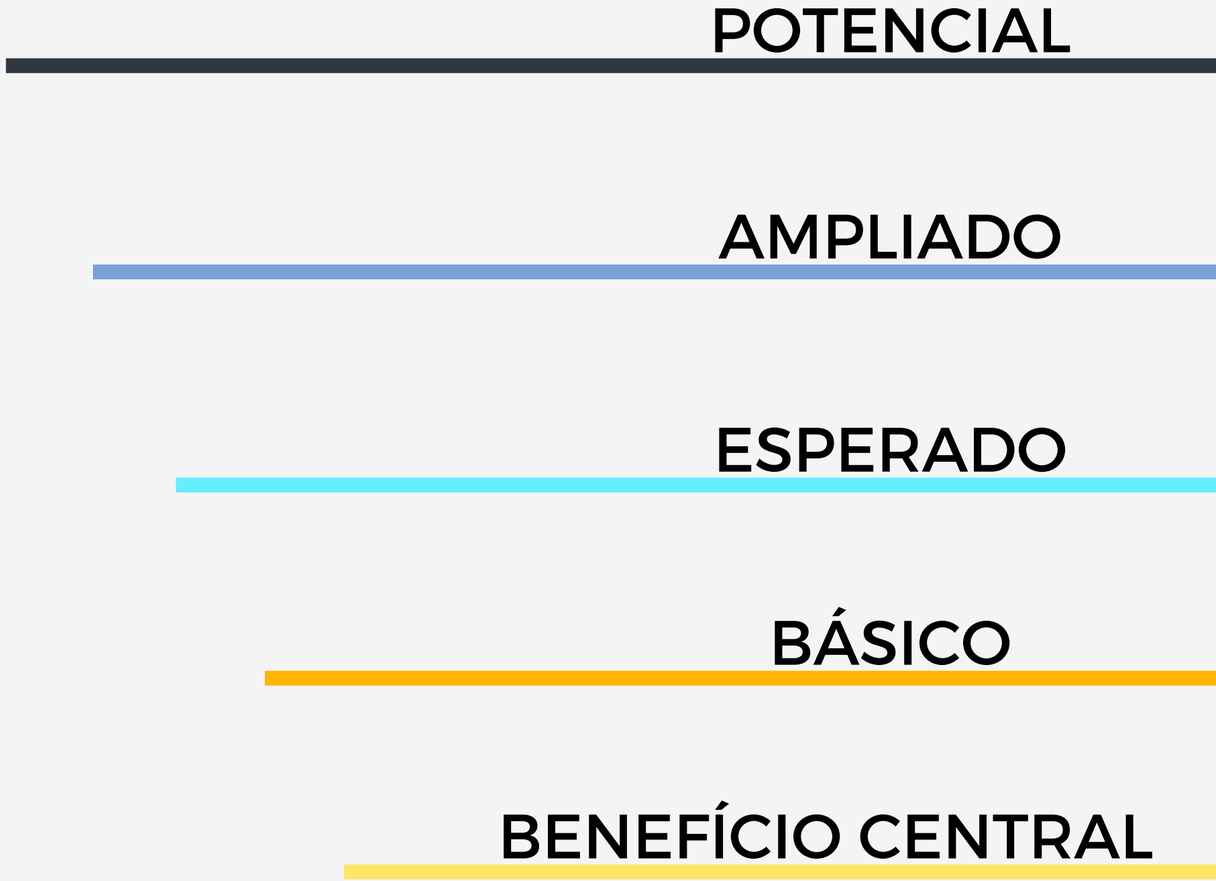
4 PRODUTO AMPLIADO:

Possibilidade de ler as mais diversas versões apresentadas pelos veículos de comunicação, e suas respectivas fontes, sobre o mesmo fato jornalístico. Assim, o leitor consegue construir um senso crítico mais qualificado, a partir do conhecimento mais próximo do absoluto sobre o acontecimento. Capacidade de personalização das seções (política, economia, esportes, moda, entretenimento) pelo usuário. Assinatura mensal semestral ou anual, com período de teste, para quem deseja ter acesso ilimitado às notícias. Teremos um canal "Fale Conosco" para tirar eventuais dúvidas sobre o aplicativo e ajudar os usuários na utilização do produto.



5 PRODUTO POTENCIAL:

Aos Lados criará uma rede social dentro do aplicativo, fomentando a integração e o debate entre leitores. Os membros do plano Aos Lados Plus possuirão uma coluna mensal para postagem de seus próprios artigos jornalísticos. Além disso, o aplicativo também se expandirá permitindo acesso não só pelo celular mas também com uma plataforma digital em computadores.



público-alvo

Público Potencial

Assinantes digitais dos (nove) maiores jornais Brasil

100%

911.738

Estimativa de público

10%

91.174

Público-alvo do Aos Lados

Fonte: IVC Brasil

concorrência

Aplicativos concorrentes

Jornais Brasileiros:
Aplicativo que possui jornais do Brasil inteiro para acesso gratuito e divisão por editorias.

MyNews:
Aplicativo gratuito com os principais jornais do mundo, com tradução automática de noticias estrangeiras.

Flipboard:
Serviço que reúne diferentes noticias personalizadas de acordo com o interesse do usuário.

FewsBrasil:
Noticias diárias de jornais e revistas ao redor do mundo, não possui divisão por editorias ou interesse.

Comparação

APP	Caracteristicas	Vantagens	Desvantagens
Jornais Brasileiros	Aplicativo que renúe jornais do país com divisão por editorias.	Gratuito e com possibilidade de adicionar matéria aos salvos, pesquisar palavra chave	Não apresenta jornais de outras regiões, noticias exclusivas para assinantes estão indisponiveis,
MyNews	App de principais noticias do mundo	Gratuito, mais de 5000 títulos, tradução automática de jornais estrangeiros	Possui anúncios e barra de propagandas
Fews Brasil	Noticias diaria de jornais e revistas globais.	Gratuito, leitura do texto e navegação através de mapa-múndi	Não tem separação por editoria e nem a busca por palavras-chave

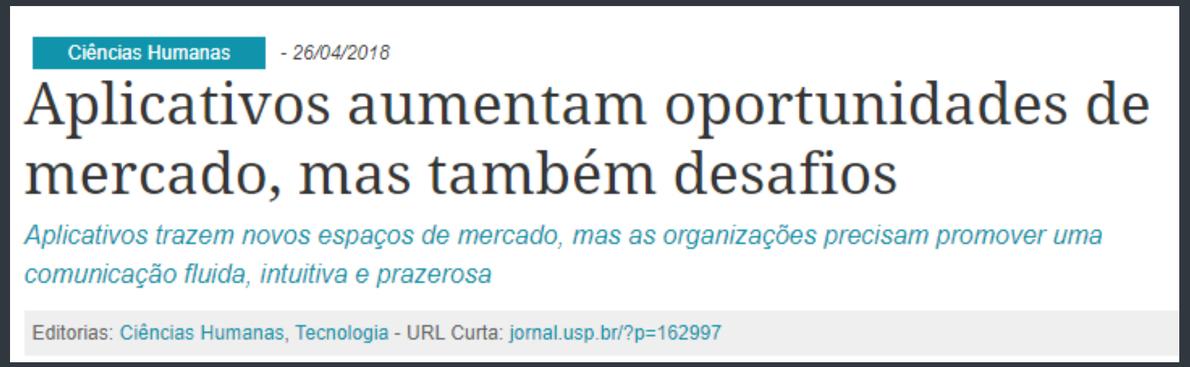
APP	Caracteristicas	Vantagens	Desvantagens
Flipboard	Aplicativo de jornais nacionais e internacionais.	Gratuito e com noticias de acordo com o interesse do leitor.	Para iniciante, a interface do aplicativo pode ser confusa.
Aos Lados	Todas as noticias em só App com diferentes filtros de navegação.	Filtrar noticias, ler contrapontos de materias com diversas opiniões, compartilhar e salvar conteudo favorito	Plano por assinatura

macroambiente

Tecnologia

Aplicativos aumentam oportunidades de mercado:

A tecnologia digital criou parâmetros de comunicação e informação, estabeleceu novos serviços e propôs novas oportunidades de mercado. Cada vez se torna mais amplo o espaço para serviços com mais praticidade, o que por consequencia aumenta a demanda para aplicativos simples e eficientes.



Ciências Humanas - 26/04/2018

Aplicativos aumentam oportunidades de mercado, mas também desafios

Aplicativos trazem novos espaços de mercado, mas as organizações precisam promover uma comunicação fluida, intuitiva e prazerosa

Editorias: Ciências Humanas, Tecnologia - URL Curta: jornal.usp.br/?p=162997

Fonte: https://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-humanas/aplicativos-aumentam-oportunidades-de-marketing-mas-tambem-os-desafios/

Economia

Conteúdos digitais aumentam faturamento de editoras:

O faturamento apurado com a venda destes produtos alcançou cerca de R$ 130 milhões, resultando em um crescimento de 140%. A busca por conteúdos digitais vem crescendo a cada ano, os leitores optam por comodidade e praticidade na hora de consumirem informação e cultura.

Mercado

Editoras brasileiras faturaram R$ 103 milhões com conteúdos digitais, aponta pesquisa

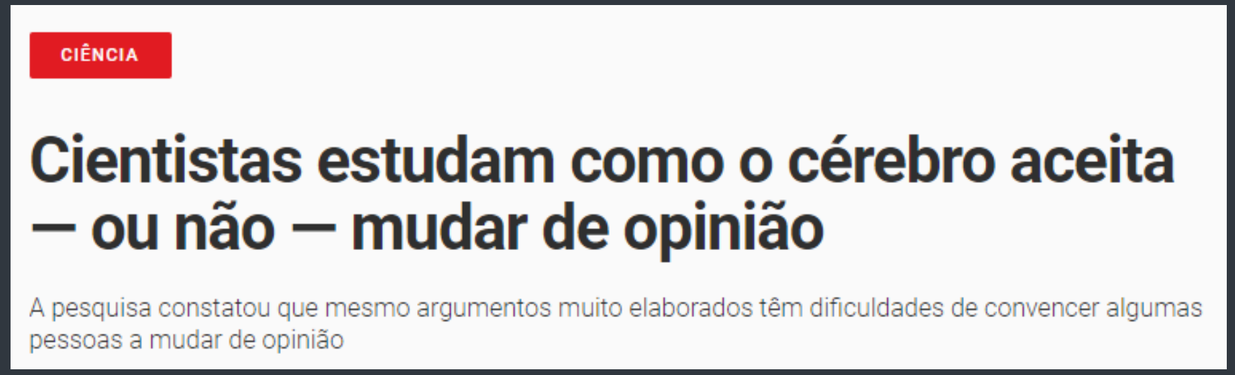
PUBLISHNEWS, REDAÇÃO, 25/08/2020

Fonte: https://www.publishnews.com.br/materias/2020/08/25/editoras-brasileiras-faturaram-r-103-milhoes-com-conteudos-digitais-aponta-pesquisa/

Comportamento e Política

A dificuldade do outro lado da moeda:

Estudo realizado por cientistas afirma que mesmo com muitos argumentos algumas pessoas possuem a dificuldade de mudar de opinião ou até aceitar um fato contrário de sua convicção. O aplicativo Aos Lados abre espaço para mudar este cenário.


CIÊNCIA

Cientistas estudam como o cérebro aceita — ou não — mudar de opinião

A pesquisa constatou que mesmo argumentos muito elaborados têm dificuldades de convencer algumas pessoas a mudar de opinião

Fonte: https://exame.com/ciencia/cientistas-estudam-como-o-cerebro-aceita-ou-nao-mudar-de-opiniao//

Sociodemográfico

Comodidade durante o isolamento social:

Com a chegada da pandemia as pessoas se viram em meio a uma crise de serviços, compras e assinaturas online se tornaram comum durante este período. Os serviços passaram a ser acessíveis e práticos, resultando na comodidade da população.

Clubes de assinatura crescem na comodidade de casa na pandemia

Com experiência de compra que alia segurança e elementos-surpresa, sem visita física, modelo de negócio ajuda empresas a fidelizarem clientes; itens vão de livros a produtos de limpeza

Bianca Zanatta, O Estado de S.Paulo
24 de setembro de 2020 | 05h03
4 min de leitura

Fonte: https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,clubes-de-assinatura-crescem-na-comodidade-de-casa-na-pandemia,70003449338

Clima

Reflexos ambientais da indústria gráfica:

Os efeitos ambientais da indústria gráfica refletem na alteração da qualidade da água, na mortalidade de peixes, geração de resíduos líquidos e emissões atmosféricas. A utilização de tintas, chapas, papéis e componentes químicos para a realização da impressão acabam custando caro para o meio ambiente.

Indicador	Faixa de consumo
Consumo de tintas	0,58 kg/t a 47 kg/t
Consumo de vernizes	0,002 kg/t a 56 kg/t
Consumo de adesivos	0,75 kg/t a 996 kg/t
Consumo de solvente	0,0085 l/t a 69 l/t
Consumo de água	0,17 m3/t a 9 m3/t
Consumo de energia elétrica	37 kWh/t a 3070 kWh/t
Geração de aparas	5% a 36%
Geração de resíduos sólidos aterrados	0,7 kg/t a 7 kg/t
Geração de resíduos sólidos co-processados	0 kg/t a 40 kg/t
Geração de efluentes líquidos (esgoto)	0,04 m3/t a 3 m3/t

Fonte: https://cetesb.sp.gov.br/consumosustentavel/wp-content/uploads/sites/20/2013/11/guia_ambiental2.pdfl

Pandemia

Circulação digital dos jornais cresce durante a pandemia:

Em média o fluxo dos jornais digitais cresceu 14% nos primeiros três meses de 2020. Parte deste crescimento pode ser explicado pela pandemia do novo Coronavírus, que impulsionou a demanda por notícias e informações.

Fonte:https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/05/circulacao-digital-dos-jornais-cresce-no-trimestre.html

diagnóstico

Análise de situação

Nos encontramos num mundo em que a circulação dos jornais digitais e as assinaturas online cresceram pela maior demanda por notícias e informações durante a pandemia. A concorrência de aplicativos agregadores de jornais e revistas dá brechas, como a dificuldade nas interfaces e ausência de separação por editorias, além de nenhum concorrente possuir a apresentação de contrapontos de matérias com diversas opiniões — diferencial do Aos Lados —, valorizando-o. Em contrapartida, pesquisas apontam uma barreira do cérebro humano em aceitar um fato contrário à sua convicção.

Diante disso, a ideia é ter um produto que possa caber no bolso, nesse momento pós-pandemia, e que crie uma boa experiência de uso. Para tanto, o foco será em custo inicial baixo e expansão aos poucos do serviço no mercado. A distribuição, por sua vez, será introduzida via website dos veículos integrantes do Aos Lados, passando por lojas de aplicativos de smartphones, software para computadores e cartões pré-pagos. A comunicação se dará através do uso das mídias e redes sociais, de diversas personalidades e dos próprios jornais parceiros. O serviço de "Fale Conosco" está incluído.

preço

Estratégia de preço

Pensamos que para o nosso produto a estratégia de Maximizar a Participação de Mercado será a melhor opção, pois assim podemos desenvolver o nosso serviço com custos unitários menores e pensar em um lucro a longo prazo.

Análise de concorrentes

Entre os concorrentes que foram analisados podemos perceber uma série de desvantagens como: anúncios, sem aviso de paywall, dificuldade nas interfaces, sem separação de editoria e nenhum apresenta a ferramenta de analisar o outro lado da notícia (diferencial do Aos Lados).

Conforme a nossa estratégia de mercado pretendemos fugir da concorrência e focar no nosso público-alvo. Focar em custos baixos e expandir o serviço no mercado aos poucos.

Avaliação de custos e demanda

Quem pode comprar:

Todos os usuários de jornais digitais podem adquirir o serviço. Em um cálculo feito a partir da média dos usuários de nossos concorrentes chegamos ao resultado de mercado final de 90 mil usuários

Preço para produzir e viabilizar

Para elaborar o custo do aplicativo calculamos a média de desenvolvimento de apps pequenos e chegamos em R$ 52.500,00*

A situação do público:

Ao analisar o público-alvo notamos que não há no mercado um aplicativo que apresente as duas interfaces da notícia como o Aos Lados, assim dando um diferencial para o serviço, ou seja,há um desconhecimento desse serviço tanto no mercado quanto no público-alvo.

Como o produto é algo novo também não existem restrições ou excesso de demanda.

*Referência: https://www.esauce.com.br

Média do preço final

Calculado a partir de um custo de produção para o aplicativo de R$52.500, e uma margem de lucro de 70%

$$P = \frac{52.500 \text{ (preço para produção)}}{36.469 \text{ (40\% do público de 91.174)}} = 1,44 = \text{R\$1,44 custo unitário}$$

$$P = \frac{\text{custo}}{(1 - \text{margem de lucro})} \qquad P = \frac{1,44}{(1 - 0,7)}$$

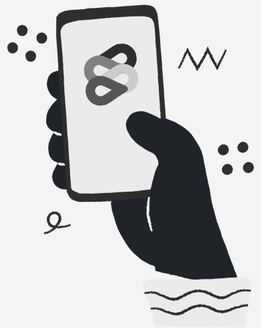
$$P = \frac{1,44}{0.3} = 4,8 = \text{R\$4,80}$$

PREÇO INICIAL DA ASSINATURA MENSAL

P = R$ 4,80

distribuição

Fases da distribuição

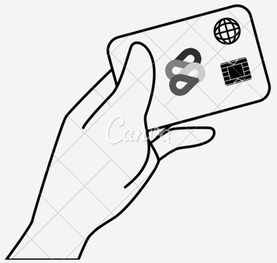


1 Introdução:

Migração para canais de maior volume com o lançamento oficial em lojas de aplicativos como App Store e Google Play Store.

2 Crescimento:

Afirmação do aplicativo nas suas plataformas nativas e amplificação para outros canais, com a introdução de programa de software para uso do Aos Lados no computador.



3 Maturidade:

Após adquirir a presença do App nas plataformas digitais ele também será disponibilizado em forma de cartões pré-pagos em lojas de conveniência, livrarias e bancas de jornais.

Arranjos de canal

NÍVEL 1

Introdução do produto em lojas de aplicativo

produtor

varejo

consumidor

NÍVEL 2

Crescimento do produto para computadores

produtor

atacado

varejo

consumidor

NÍVEL 3

Maturidade com a introdução de cartões pré-pagos

produtor

atacado

varejo

marketplace

consumidor

comunicação

Aspectos da comunicação

Cognitivo

Inicial divulgação do produto através de produções audiovisuais explicativas sobre o produto

Afetivo

Foco voltado para a parte premium do produto e maior aparição nas mídia e realização de eventos

Comportamental

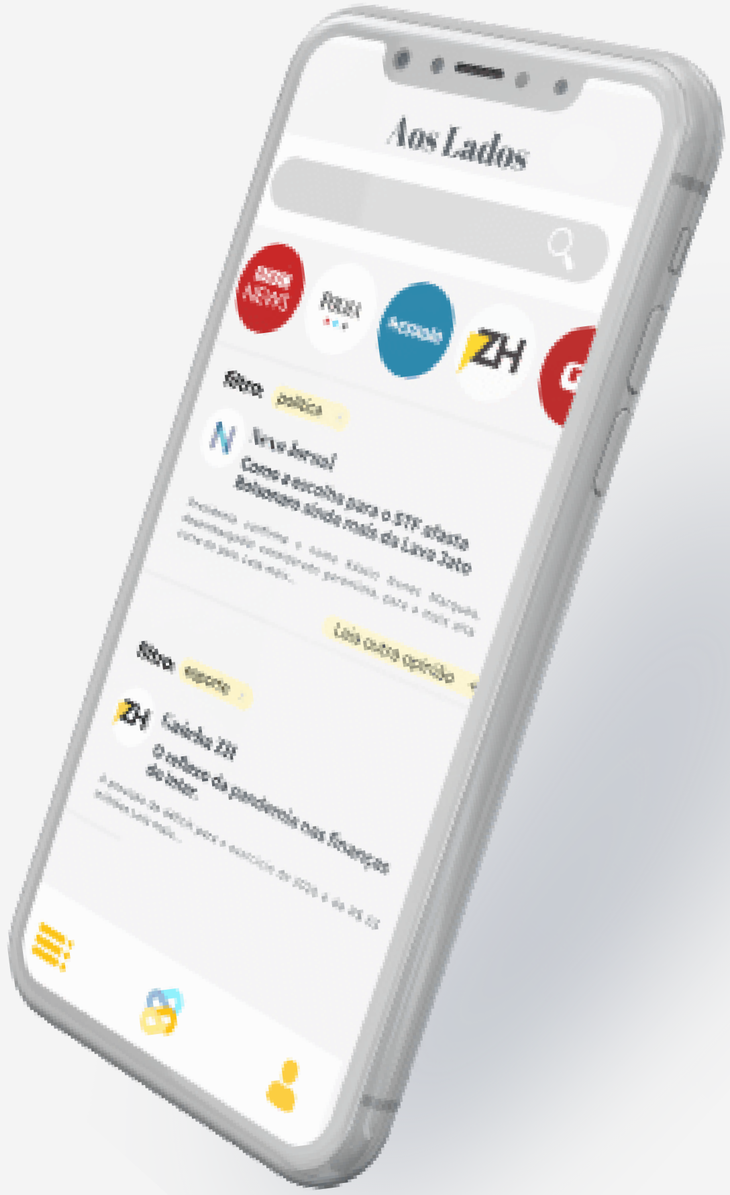
Promoções para experimentação do App, aproximação com os clientes e divulgação contínua do Aos Lados

estágios	AIDA	ações / ferramentas
cognitivo	**atenção** ↓	Divulgação nas redes do Aos Lados e em veículos parceiros Um teaser explicativo apresentando o aplicativo ao público
afetivo	**interesse** ↓ **desejo** ↓	Comerciais nas redes sociais, televisão e jornais Periodo de teste para versão do aplicativo premium Um evento com personalidades influentes no meio jornalistico
comportamental	**ação** ↓ **satisfação**	Promoções para acesso ao pacote premium Diferentes propostas e pacotes de assinatura Contato próximo ao cliente, com opção "fale conosco" Propagandas com relatos de usuarios do App QR code em jornais impressos

Cognitivo

O aplicativo conta com a divulgação nas redes sociais do próprio “Aos Lados” e nas redes de todos os veículos em parceria com o produto, que estarão dentro do aplicativo (ex. Facebook, Instagram, Twitter). Para isso, utilizando de ferramentas que mais têm engajamento variando com o tipo de parceria, como os stories, gifs e publicações no feed.

Além disso, a criação de uma curta produção audiovisual explicativa apresentando como encontrar o produto nas lojas de aplicativo e expondo o principal objetivo pelo qual as pessoas devem adquirir o “Aos Lados”, promovendo esse conteúdo nas redes de mais impacto no público-alvo. O vídeo deve contar com a narração de um profissional que terá seu conteúdo publicado no aplicativo.



Afetivo

As redes sociais são muito importantes para essa divulgação, já que se trata de um aplicativo. Porém, neste âmbito, teremos comerciais não somente nas redes, mas também em toda a mídia que as parcerias costumam aparecer e ganhar destaque (como televisão e jornal impresso).

O foco principal será voltado a um determinado limite de tempo para o indivíduo experimentar a parte premium do aplicativo e, assim, avaliar se deseja ou não adquirir essa exclusividade. Além disso, haverá a divulgação pelos profissionais que terão seu trabalho publicado no nosso produto e incluir os seus perfis e nomes nas nossas propagandas, ganhando, desse modo, visibilidade e trazendo as pessoas que gostam do seu trabalho para o “Aos Lados”.

Ainda, aproveitar a imagem dessas pessoas e realizar um evento onde essas mesmas personalidades, de diferentes áreas, estariam disponíveis para falar um pouco sobre o seu trabalho e a importâncias de existir o nosso produto, ressaltando o quanto ele ajuda na valorização do trabalho desses profissionais. A cobertura do evento seria realizada pelas próprias parcerias, ou seja, pelos jornais que estariam dentro do aplicativo que, no lucro, também promoveriam seus próprios funcionários.

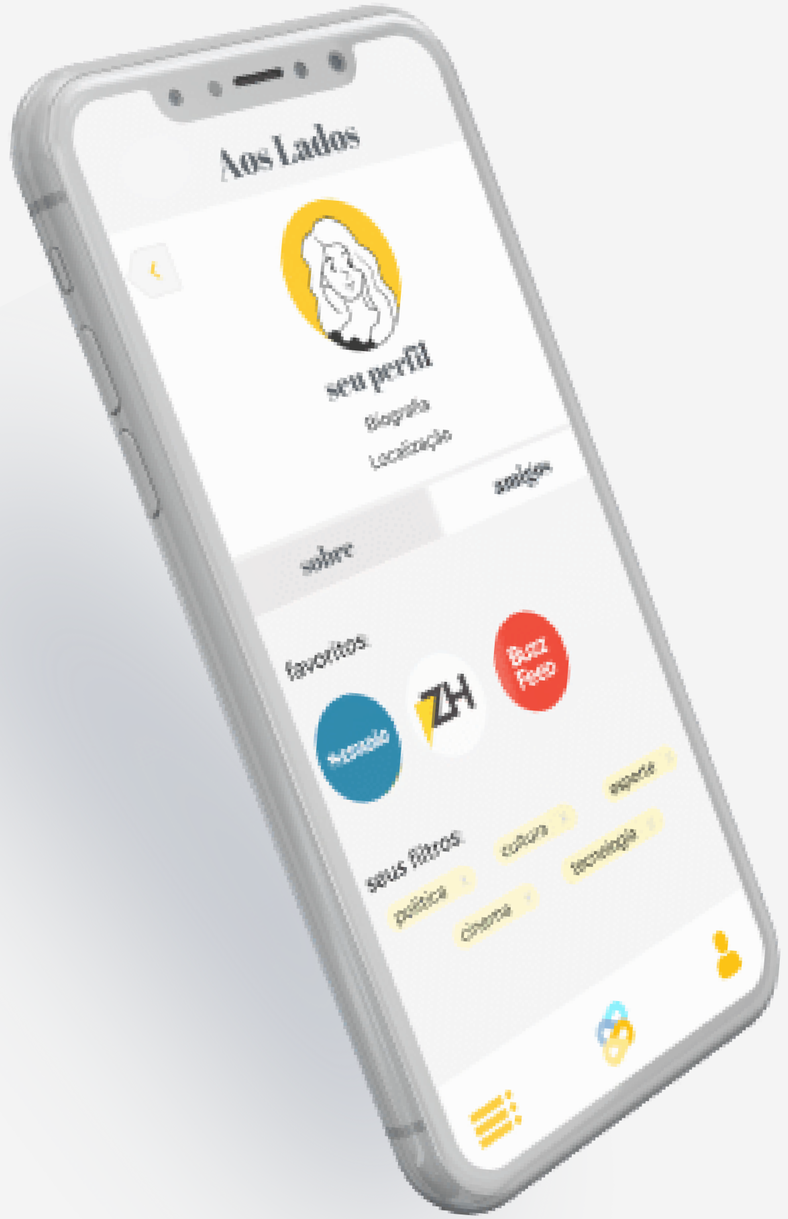
Comportamental

A oferta de promoções para o acesso à parte premium do produto está presente neste âmbito. Algumas opções variadas com diferentes propostas de preços e conteúdos estarão disponíveis para os clientes, que terão um leque de opções para analisar o que é de mais agrado e o melhor para o bolso.

Para qualquer dúvida, terá uma opção de “fale conosco”, em forma de chat no App estabelecendo uma relação empresa-consumidor mais próxima.

Já para chamar um maior público, é oportuno anexar um QR code em todas as parcerias que trabalharem com o impresso. Assim, ao apontar a câmera do celular o usuário será direcionado para o download do “Aos Lados” na loja de aplicativo.

É válido ressaltar o continuar às propagandas e, incluir nas mesmas, relatos das pessoas que assinaram o produto contando sobre a sua experiência na assinatura.



PROJETO COMUNICAÇÃO E MARKETING

Eduardo Chaves
Felipe Loreto
Luisa Roman
Maria Eduarda Brito
Vitória Matos