

## **Ações de Relações Públicas para Campos de Golfe: Aumentando a Visitação em Almancil - Portugal**

*Paula Cristiane Pereira dos Santos*

Os acadêmicos do curso de Relações Públicas da FACCAT - Faculdades de Taquara apresentaram no último dia 21 março, na sala 303 do bloco D, um trabalho direcionado para definir ações de comunicação para o complexo



esportivo de campos de golfe, situado na cidade de Almancil em Portugal.

Trata-se de um estudo de caso trabalhado por cinco grupos da disciplina de Planejamento da Comunicação Institucional, visando introduzir os fundamentos da construção de projetos de relações públicas.

O que seria uma simples apresentação de acadêmicos acabou tornando-se um “show” com muitas lições valiosas.

Um dos pontos altos foi a presença do golfista Luis Henrique Unterleider. O convidado relatou a sua experiência no esporte, as regras do jogo e tantas

outras novidades relacionadas ao assunto. Luis Henrique assistiu a todas as apresentações e, no final, respondeu as perguntas dos acadêmicos.

As apresentações foram muito motivadoras, fazendo com que os acadêmicos mostrassem seu engajamento em um processo de contínua aprimoração. Um profissional de Relações Públicas tem que estar preparado, para sempre atuar além do seu limite.

## **Incentivando para Conquistar**

*Silvia dos Santos*

Cada aula que tenho na cadeira de Planejamento e Diagnóstico em Comunicação me faz recordar quando comecei a estudar no ensino fundamental. Tempo em que era uma criança, que fazia meus temas para ganhar uma estrelinha no caderno, e tudo aquilo ali, naquela época, era o máximo.

Assim também é a minha aula de quarta-feira na FACCAT. Eu e meus colegas sentimo-nos impulsionados. E, a medida que cada aula passa, batalhamos por nossas estrelas.

Mas, com tudo isso surge uma reflexão diferente, pois nossa participação está sendo avaliada em estrelas e pedras: se participamos e entregamos nossos trabalhos recebemos nossos méritos, ou melhor, nossas estrelas. Se não o fizemos, ganhamos pedras.

Estratégias de motivação como esta, adotadas pelo professor Cleon Gostinski em sala de aula, estão cada vez mais sendo utilizadas pelas empresas ou organizações. Colaboradores estão, cada vez mais,



Andrew Watzzenboech

sendo incentivados a atingirem suas metas e a ultrapassarem seus limites.

Assim como nós alunos, estamos sendo incentivados pelas estrelas de ouro, muitas equipes estão sendo motivadas com prêmios. Às vezes, basta uma foto do funcionário destaque da empresa publicada no jornal interno da empresa.

Atitudes como estas, que nos fazem correr atrás de um objetivo, nos levam a perceber o quanto trabalhadores, como estes, estão felizes com as empresas com que trabalham. As empresas, por sua vez, começam a ganhar um diferencial: a boa comunicação interna incentiva e valoriza as pessoas e estas passam a promover um melhor desempenho empresarial, refletindo, ainda, uma excelente imagem da organização junto à comunidade.

As estrelas que ganhamos são um grande incentivo para que alcancemos

cada vez mais um diferencial e nos tornemos grandes profissionais.

## Relações Públicas: Prontos para Satisfazer os Clientes mais Exigentes

*Camila Luiza Petry*

O comércio e a indústria se transformaram de forma rápida e espantosa nestes últimos anos. As lojas além de venderem produtos e serviços agora são verdadeiras financiadoras de créditos. Supermercados inovam com marcas próprias para todos os gêneros de produtos. Com isso, surgem preços atrativos e inferiores aos praticados no mercado pelas marcas tradicionais. Indústrias abrem suas portas e incentivam os consumidores a realizarem compras direto de fábrica. Além do ato da aquisição, os clientes conhecem as instalações da empresa e



Kathryn McCallum

todos os processos da fabricação dos produtos adquiridos.

Tudo está em transformação e nós profissionais de Relações Públicas, precisamos estar atentos a todas estas mudanças, sejam quais forem os

ramos, as atividades e os mercados. Com atenção podemos exercer nosso trabalho em diferentes ramos de negócio.

No caso da indústria, citamos como exemplo a área automobilística. A maioria dos fabricantes de automóveis, por intermédio de suas revendas autorizadas, vem realizando ações de incentivo por meio de “test-drives”, sorteios e visitas à empresa na tentativa de encantar e, obviamente, vender seus produtos.

No pós-vendas, concessionárias mantêm em seus registros cadastros dos antigos consumidores, permitindo assim a identificação dos perfis destes clientes, se utilizando também das pesquisas de satisfação. As ações planejadas pelos profissionais de Relações Públicas, baseadas nestas informações, são realizadas sempre com a intenção de estreitar relacionamentos, pois o cliente sendo bem atendido retornará para realizar novas compras.

As ações deste profissional estão voltadas para aproximar os públicos, entender qual o perfil de compra do cliente (através de estudos e pesquisas), ganhar velocidade e garantia de fidelidade dos consumidores, agilidade nos processos e excelência em relacionamentos. O consumidor percebe que tudo foi planejado, organizado e realizado para satisfazê-lo e valoriza toda esta atenção.

## O Ser Humano que Reinventa a Empresa

*Fabiane Denice Gerhardt*

A vida das organizações esta cada vez mais complexa. A disputa de mercado por clientes, preço, qualidade, enfim, por muitas outras coisas que fazem parte de uma empresa é cada vez

maior. Mas, não são somente estas coisas que movem uma empresa. Existe um fator muito importante, através do qual elas começam a se reinventar: o ser humano.

Nos dias atuais este é um dos grandes diferenciais das empresas bem sucedidas no mercado. Muitas vezes, uma empresa não perde um funcionário somente por motivos financeiros, mas sim pelo ambiente de trabalho. As organizações que estão crescendo, criando este diferencial no mercado, utilizando de forma correta as ferramentas do endomarketing, desenvolvendo o fator humano, não somente de seu colaborador interno, mas de toda sua família.



*Fabiane Denice Gerhardt*

Principalmente em empresas de médio porte, em que os trabalhadores são de um poder aquisitivo inferior, é preciso gerar uma auto-estima que os motive. Hoje, as empresas precisam ter o setor Recursos Humanos bem desenvolvido, com ações bem estruturadas. O gestor desta área deve se aliar com o profissional de Relações Públicas, pois juntos podem criar o diferencial necessário.

Para que as coisas aconteçam junto aos trabalhadores mais humildes, é preciso promover dentro de cada profissional, uma paixão, uma força motivadora. Podemos chamá-la de

energia, motivação ou sonho. Quando conseguimos que os colaboradores encontrem esta força impulsionadora, que os move e que faz com que as tarefas se tornem essenciais para eles, conseguimos torná-los mestres de si mesmos.

Conscientes disto, quando nós, futuros profissionais de Relações Públicas planejamos e organizamos algum evento, desejamos que quem deles participa tenha um momento mágico e de encantamento. Assim, para eles, as emoções irão mobilizá-los de uma forma diferente. Poderemos ver o brilho nos seus olhos e o afloramento de sensibilidades.

Coisas que para nós possam parecer simples, como comer um churrasco ou beber um refrigerante, para eles são momentos raros e podem se tornar únicos. Únicos, por que nenhum evento pode ser comparado a outro, a energia, a motivação, as pessoas envolvidas, nunca serão as mesmas.

Um fato que me emocionou muito foi a última festa de Natal da empresa, em que um menino de cinco anos, com aparência de três, magrinho, anêmico, de cabelos loiros e olhos escuros, abraçava, chorava e sorria tudo ao mesmo tempo, quando viu o tão esperado Papai-Noel. A atitude espontânea, emocionada surpreendeu a todos, quando ele pegou o microfone e fez uma oração, agradecendo ao Papai do céu, por ter enviado papai-noel. Não se sabe há quantos natais, este menino esperava por este encontro.

## **Crescendo com as Relações Públicas**

*Izabel Cristina Neves Müller*

Quando digo que estou cursando Relações Públicas, sempre escuto das pessoas: "tem tudo a ver contigo".

Porém, questiono o que pensam. Será porque sou falante e possuo a facilidade em me comunicar? A boa comunicação com certeza está dentro do perfil do Relações Públicas, mas tenho que saber me comunicar com o público interno e externo das organizações, saber ser a profissional que supera as crises através dos relacionamentos, saber organizar eventos e campanhas de marketing, entre outros.



*Therézinha Costa Neves*

Izabel Cristina Neves Müller: início dos estudos

Hoje, com o conhecimento adquirido no dia-a-dia, faço uso das ferramentas de comunicação e crio ações para fortalecer a imagem e a identidade da minha empresa. Abri as portas para a aplicação de projetos experimentais, realizado pelos meus colegas de curso que só tem crescido e me feito reavaliar a minha empresa. Estou a cada dia transformando o meu sonho em realidade, pois tomei a decisão de comprometer-me e estou convicta de que posso realizá-lo.

A orientação dos mestres tem sido fundamental para alcançar meus objetivos.