Comunicação Institucional

Produtos Digitais

Raquel Almeida

Produtos digitais

O quê?

Para quem?

Por quê?

Como?

Produtos digitais

Objetivos e Contextos	Conteúdo	Modelo de negócio	Indicadores
• Oportunidades • Usos e necessidades • Concorrência • Mobilidade • Tecnologia	• Conteúdo próprio • Multimídia e interatividade • Serviços • Parcerias	• Assinaturas • Paywall • Publicidade • Conteúdo patrocinado • Parcerias	• Assinantes • Receita publicitária • Audiência • Engajamento e alcance

Produtos digitais & comunicação pública

Objetivos e Contextos

- Oportunidades
- Usos e necessidades
- Mobilidade
- Tecnologia

Conteúdo

- Conteúdo próprio
- Multimídia e interatividade
- Serviços
- Parcerias

Indicadores

- Audiência
- Engajamento e alcance

O quê

- Definição, produção e organização do conteúdo

Conteúdo

- Conteúdo próprio
- Multimídia e interatividade
- Parcerias
- Tecnologia e infraestrutura

Por quê?

- Definição dos objetivos a serem alcançados

Objetivos e Contextos

- Oportunidades
- Usos e necessidades

Para quem?

- Conhecer e entender consumo de informação da audiência

Indicadores

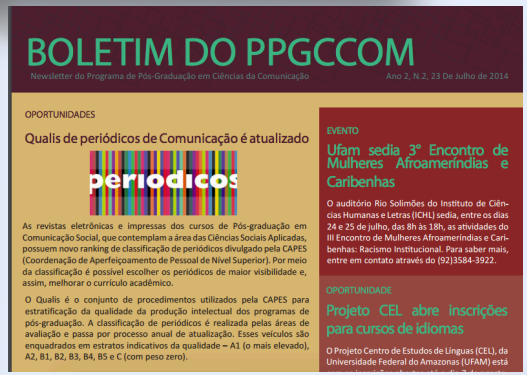
- Audiência
- Engajamento e alcance

2015 89% celular e 65% desktop

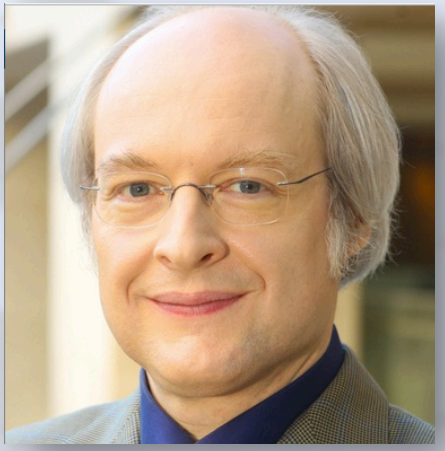
Fonte: Cetic
http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores

Como?

- Formatos: site, revista eletrônica, newsletter, app, ebook.



Sites – boas práticas



Jakob Nielsen

10 princípios gerais de usabilidade

1. Visibilidade do status do sistema
2. Equivalência entre o sistema e o mundo real
3. Controle do usuário e liberdade
4. Consistência e padrões
5. Prevenção de erro
6. Reconhecer ao invés de relembrar
7. Flexibilidade e eficiência de uso
8. Estética e design mínimo
9. Auxiliar usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar ações erradas
10. Ajuda e documentação

A culpa nunca é do usuário!

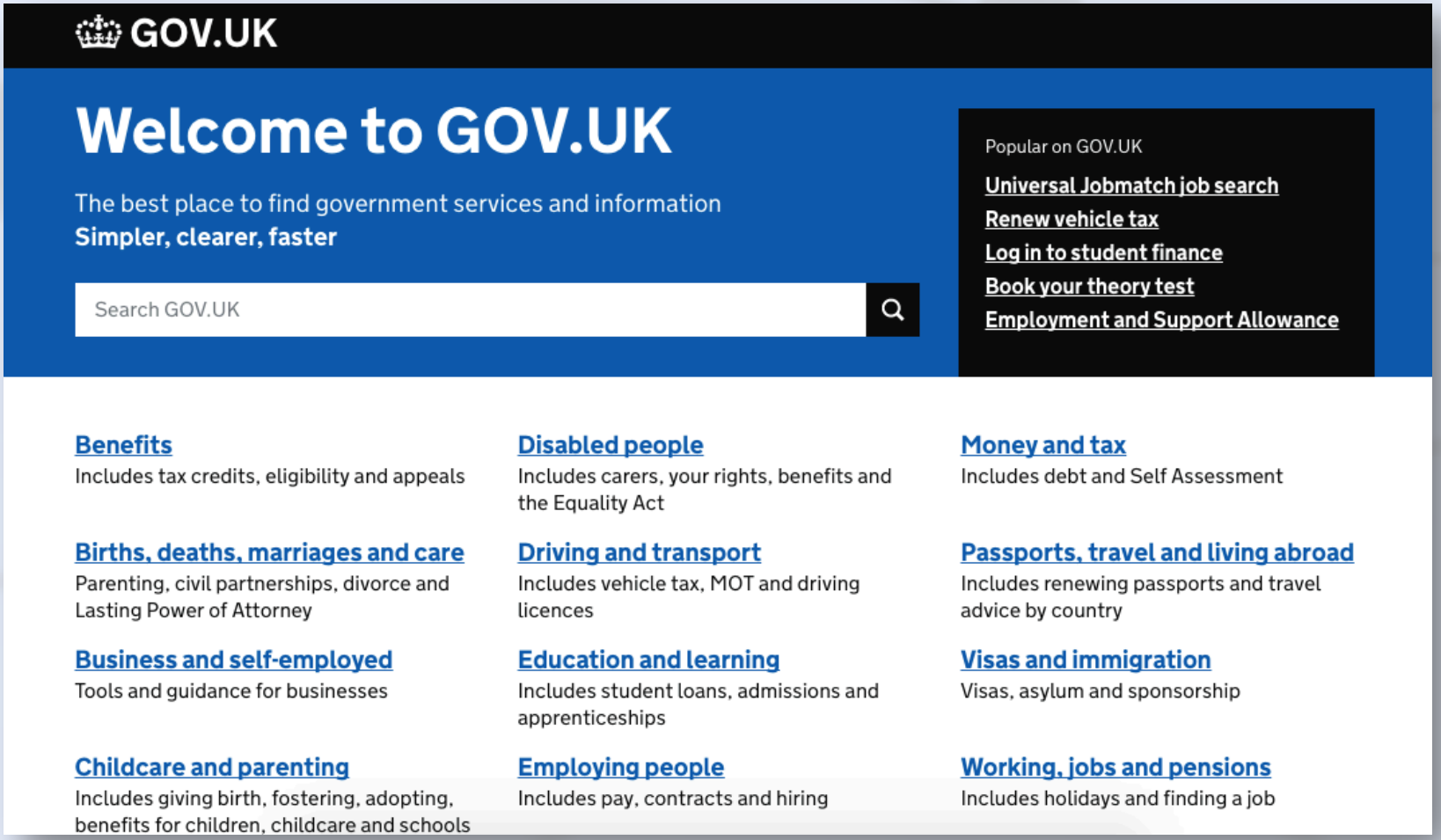
Menos é mais, sempre.

Sites – boas práticas

1. Necessidades do usuário em primeiro
2. Menos é mais performance
3. Use dados e métricas
4. Simplifique os passos
5. Testes e revisões constantes
6. É para todos, não para iniciados
7. Entenda o contexto de consumo
8. Construa serviços digitais e não sites
9. Consistência
10. Compartilhe, observe e ouça

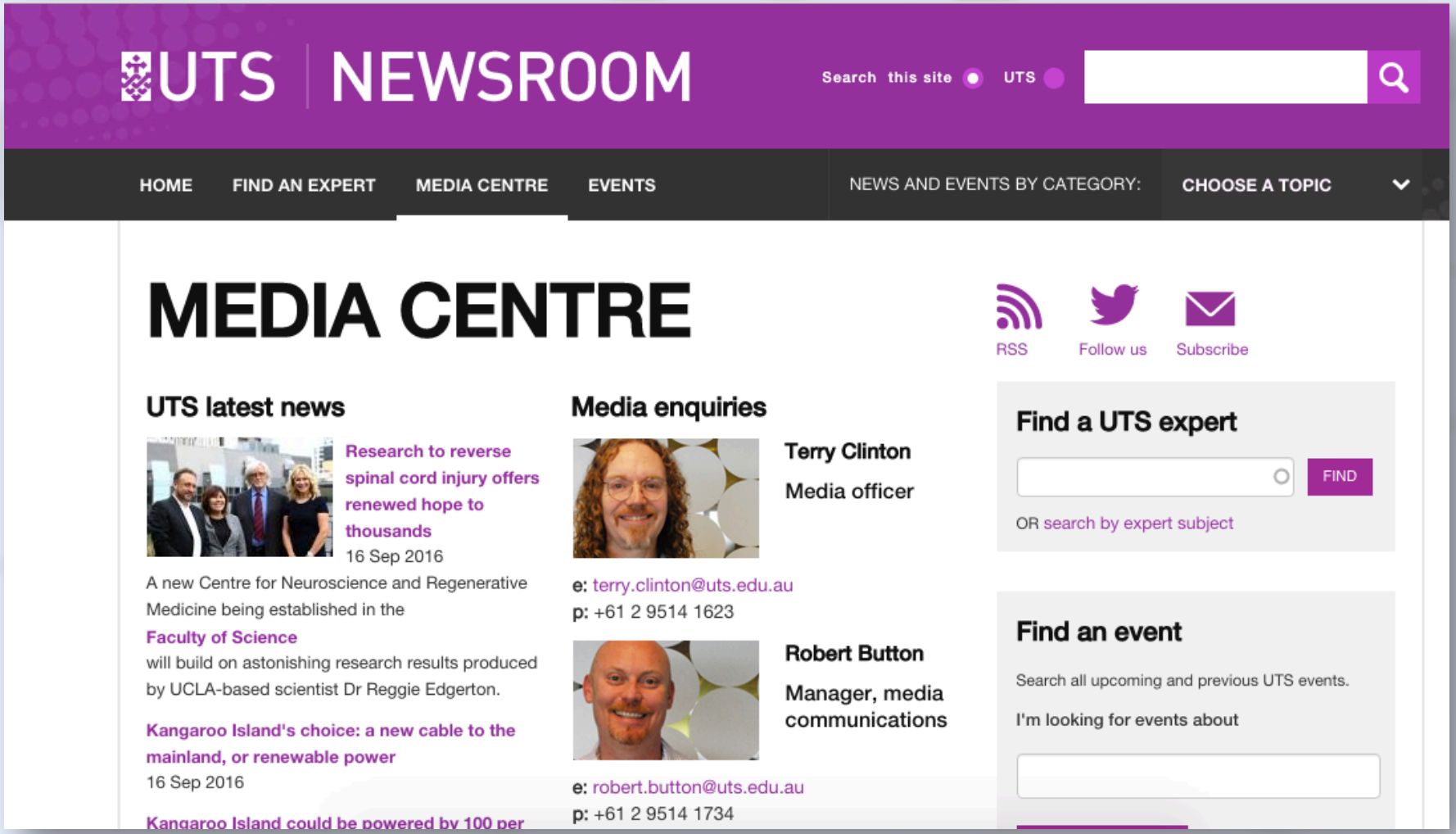
Fonte: GOV.UK design principles
https://www.gov.uk/design-principles#first

Sites – boas práticas



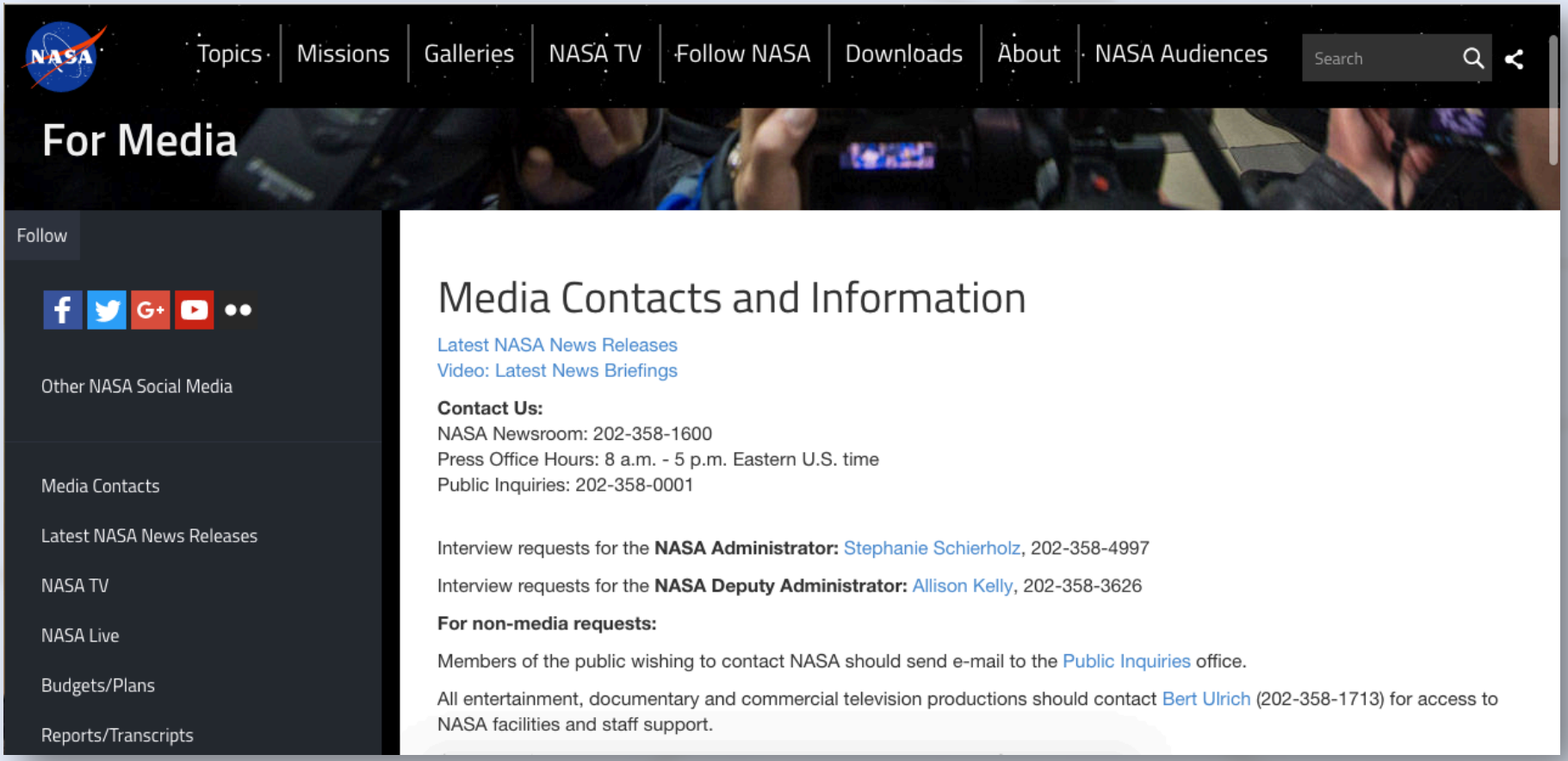
Portal do Governo do Reino Unido

Sites – boas práticas



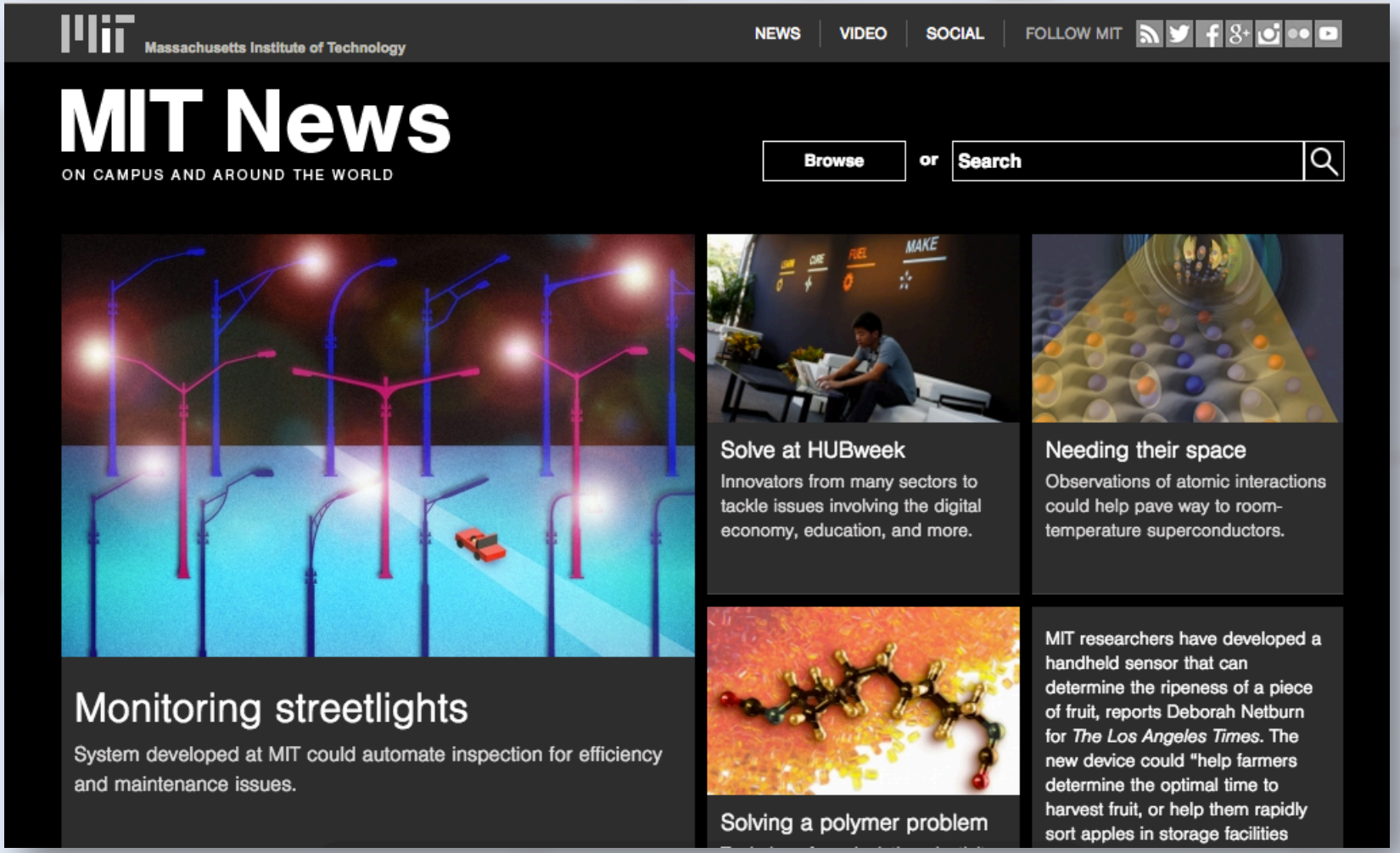
Universidade de Tecnologia de Sidney

Sites – boas práticas



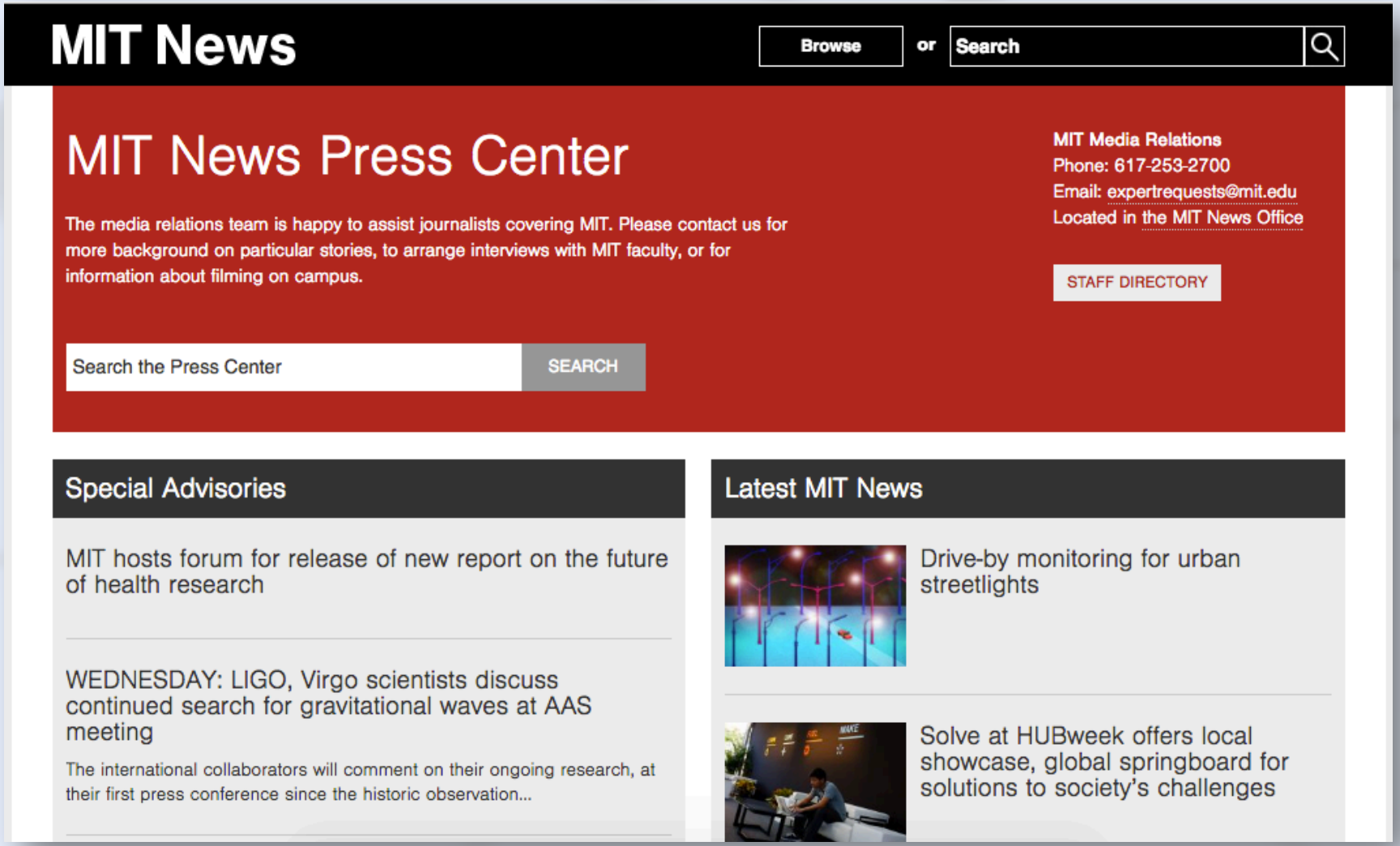
Nasa for Media

Sites – boas práticas



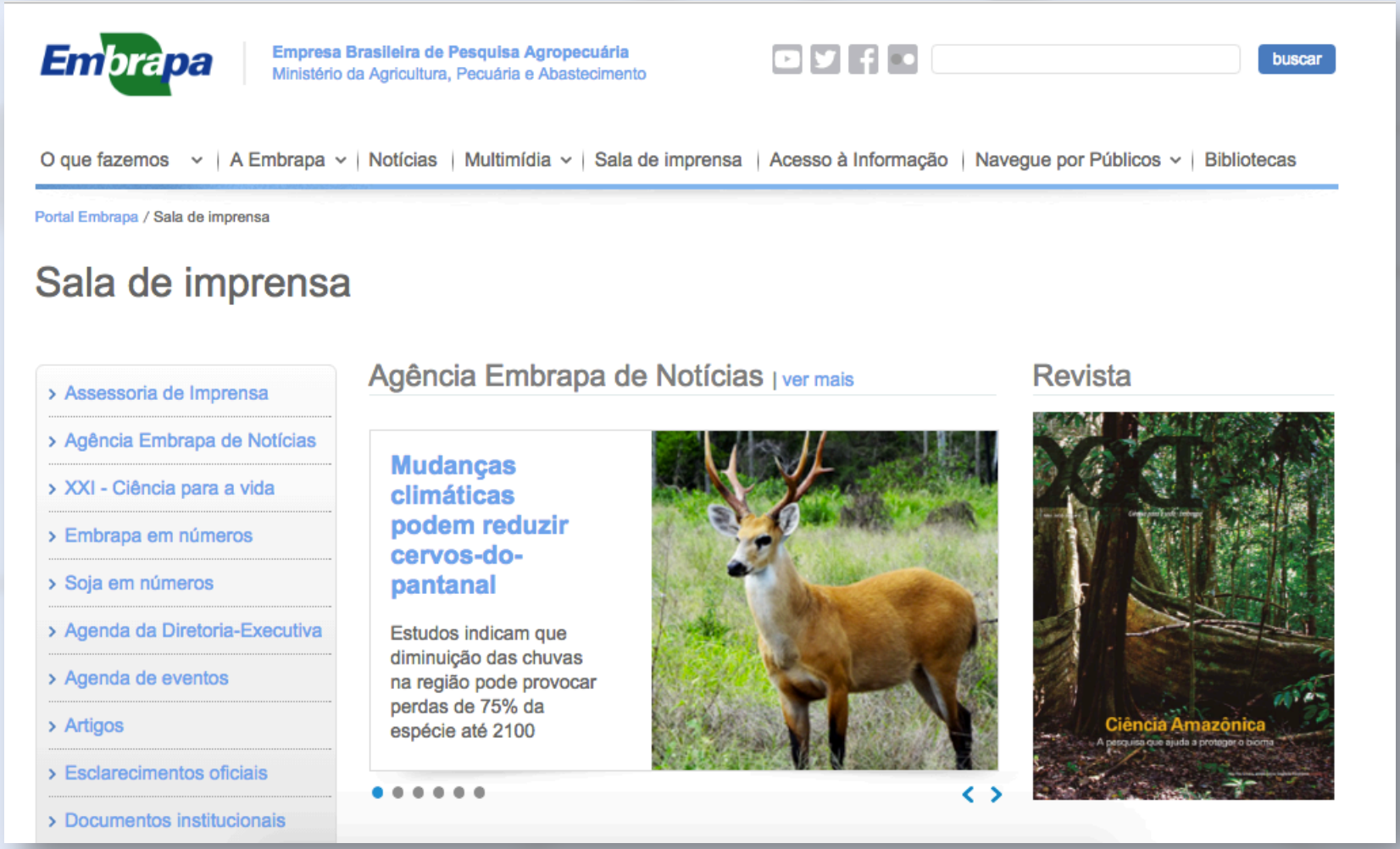
MIT News

Sites – boas práticas



MIT News

Sites – boas práticas



Embrapa

Sites – boas práticas

Embrapa

Sites – boas práticas

Agência Fapesp

Sites – boas práticas

UnB Ciência - http://www.unbciencia.unb.br/

Sites – boas práticas

UFPE – Agência de Notícias - https://www.ufpe.br/agencia/

Sites – atividade em grupo

Escolha um dos seis sites a seguir e faça uma **avaliação do produto**, sugerindo **melhorias** com base nas boas práticas apresentadas.

Lembre-se de analisar:

- Conteúdo
- Organização
- Plataforma
- Estrutura e formato
- Formas de alcance da audiência

Sites – atividade em grupo

Unicamp Imprensa

http://www.unicamp.br/unicamp/imprensa

UFRJ Conexão

https://conexao.ufrj.br/

Sites – atividade em grupo

SBPC Notícias / Imprensa

www.sbpcnet.org.br/site/noticias/materias/

Informe ENSP Fiocruz

http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/informe/site/

Sites – atividade em grupo

Boletim Faperj
http://www.faperj.br/boletim_online1.phtml

Unan / Unesp
http://unan.unesp.br/

obrigada