

DESENVOLVIMENTO DE UM WEBSITE PARA A DIVULGAÇÃO E GERENCIAMENTO DE UMA LOJA DE ARTESANATO EM BAMBU

Reinaldo Gonçalves Ferreira¹, Carlos Roberto P. Padovani², José Benedito Leandro³

¹Graduando em Informática para Negócios, Faculdade de Tecnologia de Botucatu, rgferreira90@gmail.com.

²Prof. Doutor, Faculdade de Tecnologia de Botucatu, e-mail: crppadovani@gmail.com
Prof. Me. da Fatec Botucatu e UNIFSP de Avaré, e-mail: profjbleandro@gmail.com

RESUMO

Com o uso cada vez mais frequente da internet como ferramenta de busca de informação por parte de consumidores, a divulgação de produtos de forma digital através de um website por parte dos comerciantes, tem se tornado uma ferramenta importante para o crescimento dos negócios. Informações e especificações claras sobre os produtos facilitam aos consumidores na escolha do que mais satisfaz suas necessidades. Esse estudo, através do desenvolvimento de um website, pretende auxiliar na visibilidade dos produtos produzidos artesanalmente a partir do bambu por um artesão da cidade de São Paulo e incluindo-o no e-commerce.

Palavras-chave: Consumidores. Internet. Website.

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF A WEBSITE FOR THE DIVULGATION AND MANAGEMENT OF A BAMBOO CRAFT SHOP.

With the increasing use of the Internet as a tool for the search of information by consumers, the divulgation of products in a digital form through a website by marketers has become an important tool for business growth. Clear product information and specifications make it easy for consumers to choose what best meets their needs. This study, through the development of a website, aims to help in the visibility of the products produced handcrafted from bamboo by a craftsman from the city of São Paulo and including it in e-commerce.

Keywords: Consumers. Internet. Website.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a internet tem sido um meio de comunicação muito utilizado para fins pessoais e profissionais. Por sua agilidade e rapidez, que são características deste recurso em complemento a isso, novos consumidores gastam menos tempo assistindo televisores ou ouvindo rádio e a busca de informações e notícias online vem aumentando consideravelmente. Buscando atrair esses consumidores, grandes e pequenas empresas estão cada vez mais apostando no e-commerce que conforme Dantas (2012) o objetivo do e-commerce resume-se em atrair consumidores potenciais, fortalecendo o

relacionamento com o cliente através do tratamento personalizado, proporcionando a fidelização e realizando vendas de produtos e serviços.

Sobre a ótica do marketing, Chain (2007, p. 98) afirma que, a interatividade e a personalização são elementos que podem ser explorados nos websites, em que a oferta de produtos e serviços se dá por meio de tecnologias da informação baseadas em hipertexto. Para Chain (2007) os websites são uma importante ferramenta para alcançar os novos consumidores de meios digitais, já que qualquer pessoa pode acessá-los facilmente para pesquisar preços, modelos e prazos de entregas dos produtos que desejam, diretamente de seus smartphones, tablets e computadores

Com a constatação dos empresários em atrair novos consumidores através de um meio digital, o desenvolvimento de um website eficaz é essencial nessas pretensões. Segundo Torres (2010, p. 12) os websites eficazes contém marketing de conteúdo, definido como “o conjunto de ações de marketing digital que visam produzir e divulgar conteúdo útil e relevante na Internet para atrair a atenção e conquistar o consumidor online”.

Para explorar a divulgação on-line, esse estudo visa desenvolver um website que possibilite de uma maneira simples e eficiente à divulgação dos produtos desenvolvidos por um artesão da cidade de São Paulo.

Esse website apresentará os tipos de produtos produzidos, bem como a característica de cada um deles e permitirá um contato de forma simplificada entre os consumidores e o empresário através de formulários on-line disponível no próprio site, fatores esses, não explorados pelos sites concorrentes.

Considerando esses objetivos, o website terá como foco a criação de páginas dividida por tipos de produto, sendo eles: móveis, fontes, pergolado e treliças que conterà fotos e informações relevantes a cada seção bem como, gerar relatórios de orçamentos solicitados pelos consumidores.

2 MATERIAL E MÉTODOS

Para a elaboração deste trabalho, foram levantados os requisitos e as necessidades de divulgação do trabalho realizado por um artesão da cidade de São Paulo. Na elaboração do website foi utilizado as tecnologias HTML (Hypertext Markup Language) em sua versão 5. Tecnologia essa utilizada para a estruturação e apresentação de conteúdo para a World Wide Web (WWW). Em complemento foi utilizado a tecnologia Cascading Style Sheets (CSS) responsável por definição de estilos para a pagina web, com efeitos de

transições nas imagens e fundamental em todos os aspectos de design do layout. Para o gerenciamento do banco de dados, foi utilizado a linguagem de programação PHP que é uma tecnologia totalmente livre, *open-source* (código aberto), multiplataforma e considerado estável. Sendo uma linguagem de *scripts* do lado do servidor.

Fazendo o uso apenas das tecnologias HTML, CSS e PHP, seria difícil atender todos os requisitos levantados. Portanto, também foi utilizado a linguagem de programação JavaScript e a biblioteca JQuery.

As especificações do notebook utilizado para a realização desse trabalho são: Processador intel® Core™ i7-7500 CPU 3.50Ghz, Memória RAM de 8GB, Sistema Operacional Winodws 10.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para a versão beta do website, foram desenvolvidas as páginas Home, Produtos e possui subdivisões de tipos de produtos, sendo eles: Móveis, Fontes, Pergolado e Treliças. Também foram desenvolvidas as páginas de contato e de orçamentos.

HOME

Para a página inicial do site, foi elaborada uma tela de apresentação do trabalho, aonde o usuário pode ver um pouco da história da empresa, conforme mostrado na Figura 1.

Figura 1 - Página inicial



Na Figura 2, continua uma demonstração da pagina home, onde pode ser visto uma breve descrição de cada produto desenvolvido.

Figura 2 - Página inicial



Para a divulgação dos produtos, foram desenvolvidas páginas divididas conforme seu tipo de trabalho apresentando foto e descrição de cada produto, sendo a página móveis representada na Figura 3:

Figura 3 - Móveis



Para a representação do produto fontes, foi criada a página representada pela Figura 4:

Figura 4 - Fontes



Representado na Figura 5, encontra-se a seção do produto pergolado, como pode ser observado abaixo.

Figura 5 - Pergolado



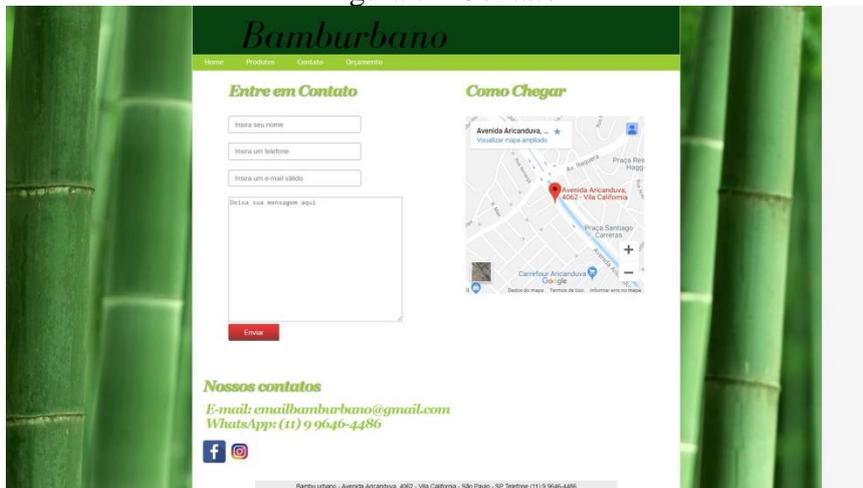
Ainda sobre os itens de produtos, a Figura 6 representa a seção de treliças.

Figura 6 - Treliças



Para a página cadastro, foi desenvolvida uma tela com formulário para o usuário entrar em contato com a loja onde consta número de telefone, endereço de e-mail, links para as redes sociais da loja e o endereço da loja física da loja, conforme Figura 7.

Figura 7 - Contato



Na página orçamento, foi criado um formulário o qual o usuário entra com seu nome, telefone, e-mail e por fim com o seu texto, conforme Figura 8.

Figura 8 - Orçamento



As informações enviadas pelos usuários através do formulário do orçamento, são salvas no banco de dados os quais somente o proprietário tem acesso na tela Admin, conforme Figura 9.

Figura 9 - Tela Administrador



4 CONCLUSÕES

A divulgação antes realizada através de exposições em feiras e entrega de cartões não era tão eficaz, pois, o número de produtos expostos era limitado por questões de logísticas e os cartões entregues, muitas vezes não atingia o público alvo, não trazendo o resultado esperado. Após a implantação do website, o tempo gasto na divulgação foi reduzido consideravelmente, o número de produtos expostos é maior e houve um aumento no alcance de novos consumidores, uma vez que a divulgação do trabalho passou a ser totalmente informatizada, podendo ser acessado de qualquer ponto da cidade ou país.

Além disso, o consumidor tem a comodidade de solicitar orçamento de uma maneira simples pelo próprio site.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHAIM, Ricardo Matos. Estratégias de marketing na internet para website. In: AMARAL, Sueli Angélica do. **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2007. 230 p.

DANTAS, Eduardo Braz dos Santos, VIEIRA, Andreza Alves, et al. Marketing na era digital. In: JORNADA ACADÊMICA DA UEG CAMPUS SANTA HELENA DE GOIÁS 6.1. **Anais ...** Disponível em: <<http://www.anais.ueg.br/index.php/jaueg/article/view/6433/4115>>. Acesso em: set. 2018.

TORRES, Claudio. **Guia Prático de Marketing na Internet para Pequenas Empresas**. 2010. Disponível em: < http://uab.ifsul.edu.br/tsiad/conteudo/modulo5/gne/biblioteca/claudio_torres_-_mktdigitalpequenaempresa.pdf >. Acesso em: set. 2018.