

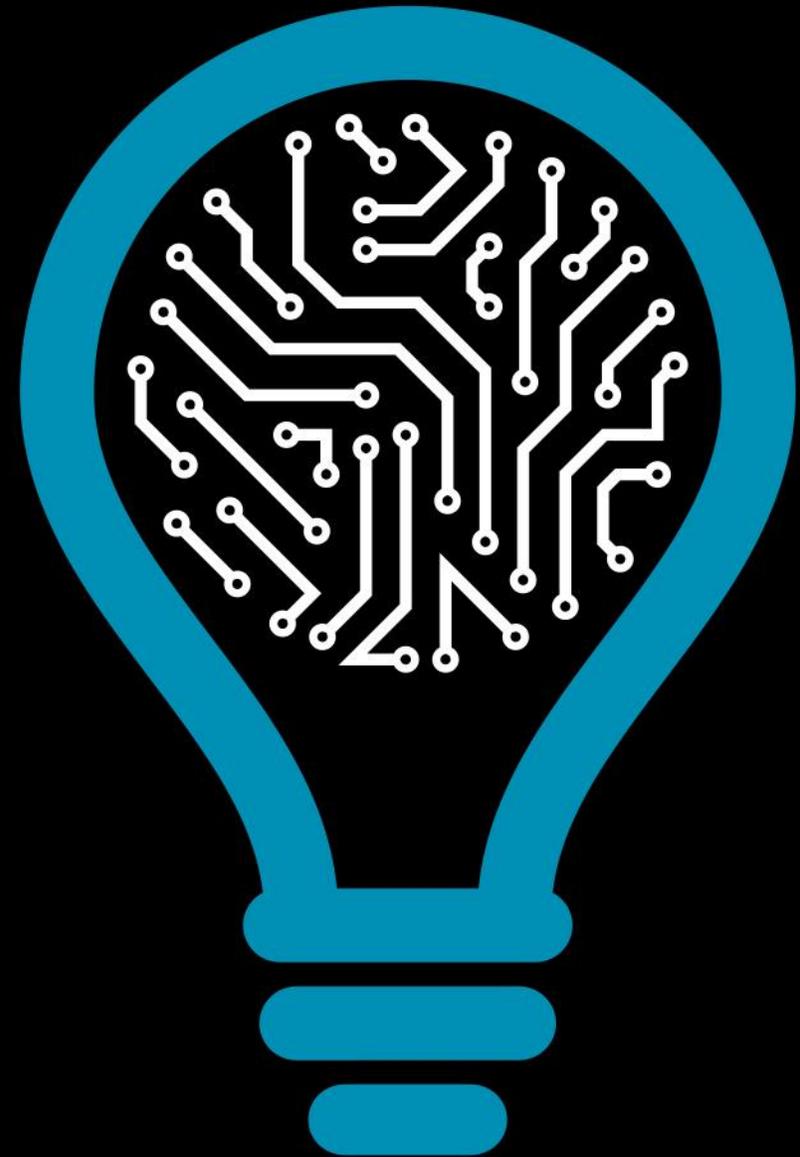
Plano de Comunicação 2018

Serviço de Comunicação

Sandra Pinto | Eunice Oliveira | Joana Coelho | Catarina Carvalho
Pedro Regadas | Mónica Gomes | Helena Silva



INSTITUTO DE ENGENHARIA
DE SISTEMAS E COMPUTADORES,
TECNOLOGIA E CIÊNCIA



1. Balanço da atividade: diagnóstico da comunicação 2017	3
1.1 Missão e objetivos	4
1.2 Comunicação externa	5
1.3 Comunicação interna	17
1.4 Identity Mix	19
2. Planeamento estratégico: prognóstico da comunicação 2018	20
2.1 Missão e estratégia do INESC TEC	22
2.2 Objetivos estratégicos 2018-2022	24
2.3 Análise SWOT da comunicação	25
2.4 Públicos-alvo	26
2.5 Objetivos estratégicos core	27
2.6 Objetivos de comunicação externa	28
2.7 Objetivos de comunicação interna	33
2.8 Ações de comunicação externa	37
2.9 Ações de comunicação interna	44
3. Anexos	50
Marketing Mix	51

1. Balanço da atividade: diagnóstico da comunicação 2017



1.1 Missão e objetivos

MISSÃO

O **Serviço de Comunicação** do INESC TEC tem como missão planear, organizar e acompanhar diversas ações de comunicação externa e interna, de acordo com regras e diretrizes estabelecidas, promovendo e dinamizando o conhecimento, imagem e prestígio da instituição.

OBJETIVOS

Ao nível da **comunicação externa** o objetivo é divulgar as atividades e os resultados obtidos pelo INESC TEC, de forma seletiva, de acordo com os vários segmentos de público-alvo. Para cada um destes públicos – como as empresas, parceiros, academia, estudantes, entidades financiadoras ou público em geral - o INESC TEC tem um objetivo diferente – associar-se na I&D, atrair RH qualificados, captar financiamento ou simplesmente obter notoriedade.

Já ao nível da **comunicação interna** são desenvolvidas ações para promover o reforço da identidade e da cultura da instituição. Só colaboradores informados e motivados poderão atingir maior produtividade, ter ideias mais inovadoras e passar uma imagem positiva para o exterior.

A estratégia utilizada é a **Comunicação Integrada de Marketing**, que tem como base um sistema de gestão holístico e utiliza um mix de ferramentas que vão desde as Relações Públicas, passando pelo Marketing Digital, até à Publicidade Institucional.



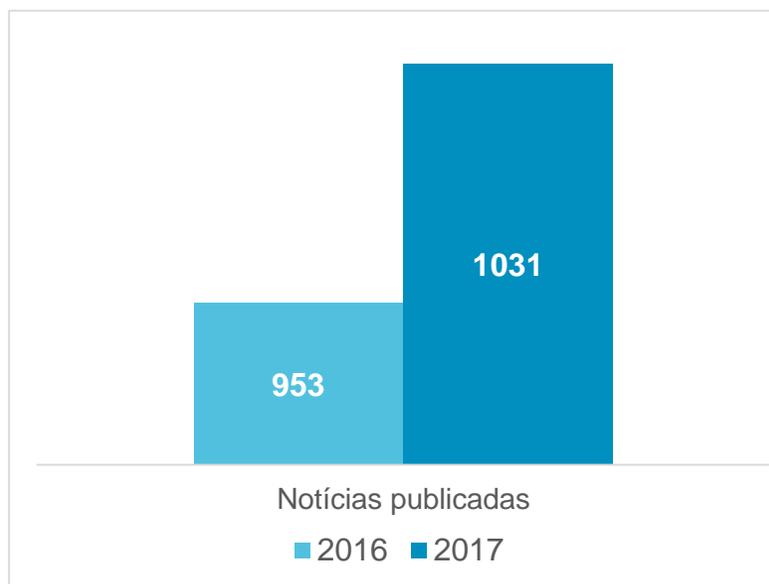
1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

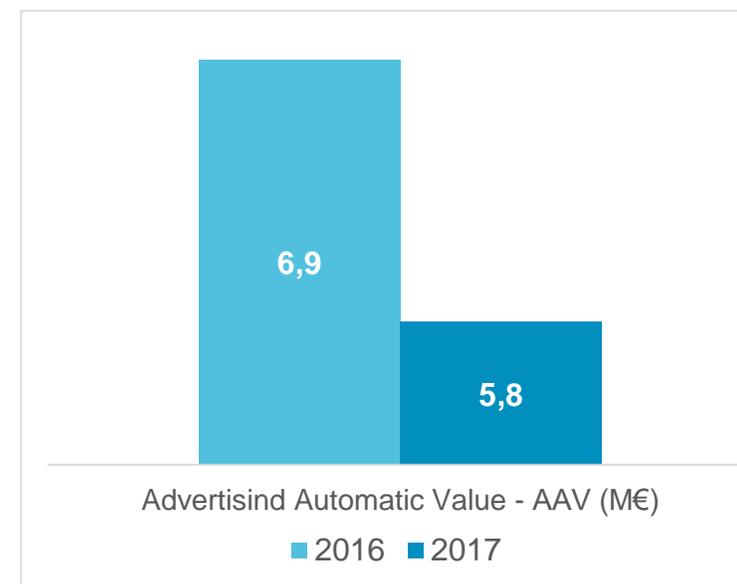
RELAÇÕES PÚBLICAS

- Assessoria de imprensa

Os esforços empreendidos na atividade de assessoria de imprensa no sentido de alcançar uma maior visibilidade nos órgãos de comunicação social originaram uma presença mais sustentada do INESC TEC nos principais media de Portugal.



Δ 78 notícias



Δ 1,1M€



1.2 Comunicação externa

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Eventos

Evento regular e temático com a marca INESC TEC

Fórum INESC TEC do Outono

Tema 2017 “Engenharia Oceânica: Desafios e Oportunidades”

180 participantes

Outros **eventos que promoveram a imagem do INESC TEC** no exterior:

Hannover Messe

Business2Sea 2017

Ocean Business in Lisbon

Porto Water Innovation Week

Agri Innovation Summit 2017

TechDays

Incode2030

IPL 4.0

Hyperbole 2017

IREP2017

Protocolo Fundação REPSOL



1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Parcerias para Comunicação de Ciência

Participação em **eventos nacionais** organizados pelo **MCTES** e **Agência Nacional Ciência Viva:**
Ciência 2017

Dia Nacional dos Cientistas

Colaboração com a **Ciência Viva** na **divulgação da ciência aos mais jovens:**

Ocupação Científica nas Férias – Jovens Ciência Viva nos Laboratórios

Estágio “À descoberta do meu lado empreendedor”

Participação noutras atividades de **sensibilização dos jovens para a área da ciência:**

Noite Europeia dos Investigadores

Semana Profissão Engenheiro da FEUP

Mostra da U.Porto

Receção dos Novos Estudantes da FEUP



1.2 Comunicação externa

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Patrocínios/Apoios

Atribuição de **apoios a eventos maioritariamente organizados por estudantes** com o objetivo de atrair talento para o INESC TEC.

8th Symposium on Bioengineering
Congresso Doutoral em Engenharia (DCE17)
Concerto Orquestra do Norte
III Jornadas de Engenharia
Gala de Inovação da Universidade do Porto 2017
Evento Up Your Strategy for Quality!
Encontro Nacional de Estudantes de Física ENEF 2018
Cerimónia de Apresentação da ANEEB

15 pedidos de apoio recebidos e analisados pelo SCOM, dos quais 8 concedidos no valor total de 7.850,00€.



1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Visitas

Acompanhamento de **visitas de empresas/instituições** ao INESC TEC, entre as quais se destacam:

Ministro Adjunto

Visita enquadrada na área de redes de energia e dos laboratórios colaborativos, fogos, vinhos e montanha.

Ministro da Economia

Visita no âmbito do Programa de Apoio aos Centros de Interface Tecnológicos (CIT).

Vice-Presidente da Comissão Europeia

Visita realizada no âmbito da “Energia limpa e interligações energéticas” com objetivo de apresentar as oportunidade energéticas oferecidas pela EU.

Secretária de Estado da Indústria

Visita para conhecer o trabalho desenvolvido pelo INESC TEC e os desafios futuros no domínio da indústria.

Ministro da Ciência do Brasil

Visita a convite da UE no âmbito da Conferência “A New Era of Blue Enlightenment”.

Indian Institutes of Technology (IIT)

Visita com objetivo de dar a conhecer as áreas de ensino, investigação e inovação, bem como promover potenciais parcerias entre as entidades.

Presidente do Fundo de Ciência e Tecnologia de Macau (FDCT) e membros da Macao University of Science and Technology (MUST)

Visita no âmbito da negociação para assinatura de um acordo FCT/FDCT



1.2 Comunicação externa

MARKETING DIGITAL

- Website

Novo website INESC TEC divulgado a 14 de dezembro de 2017

- Refletir de forma mais eficaz o dinamismo do INESC TEC
- Apresentação perceptível e apelativa das atividades desenvolvidas
- Enfoque nos investigadores e no meio único e multidisciplinar em que trabalham

18 meses de trabalho

equipa interna de 9 pessoas (2 elementos do SCOM)

em articulação com empresa NQDA

- _Especificação de requisitos
- _Benchmarking a outros websites
- _Definição do sitemap, recursos e funcionalidades
- _Produção de conteúdos e imagens
- _Implementação, correções e revisões
- _Campanha de divulgação do novo website



1.2 Comunicação externa

MARKETING DIGITAL

- Redes Sociais

As páginas do INESC TEC no Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram registaram em 2017 bons desempenhos, contribuindo para a disseminação e conhecimento da marca e para a construção de uma comunidade envolvida e potenciadora da marca.



Aumento o nº de seguidores com uma subida de 23% em 2017 e aumento das publicações em 8%.



Registou um aumento no engagement da página de 1,4% em 2016 para 12% em 2017.



Foi a rede que mais cresceu em número de seguidores (+183% de seguidores em relação a 2016) e obteve também o maior alcance no último trimestre do ano.



É a comunidade mais ativa e também em crescimento (+ 95% de seguidores em relação a 2016). É a rede com mais engagement da página, engagement por post e, a par do Facebook, aquela que tem mais interações.

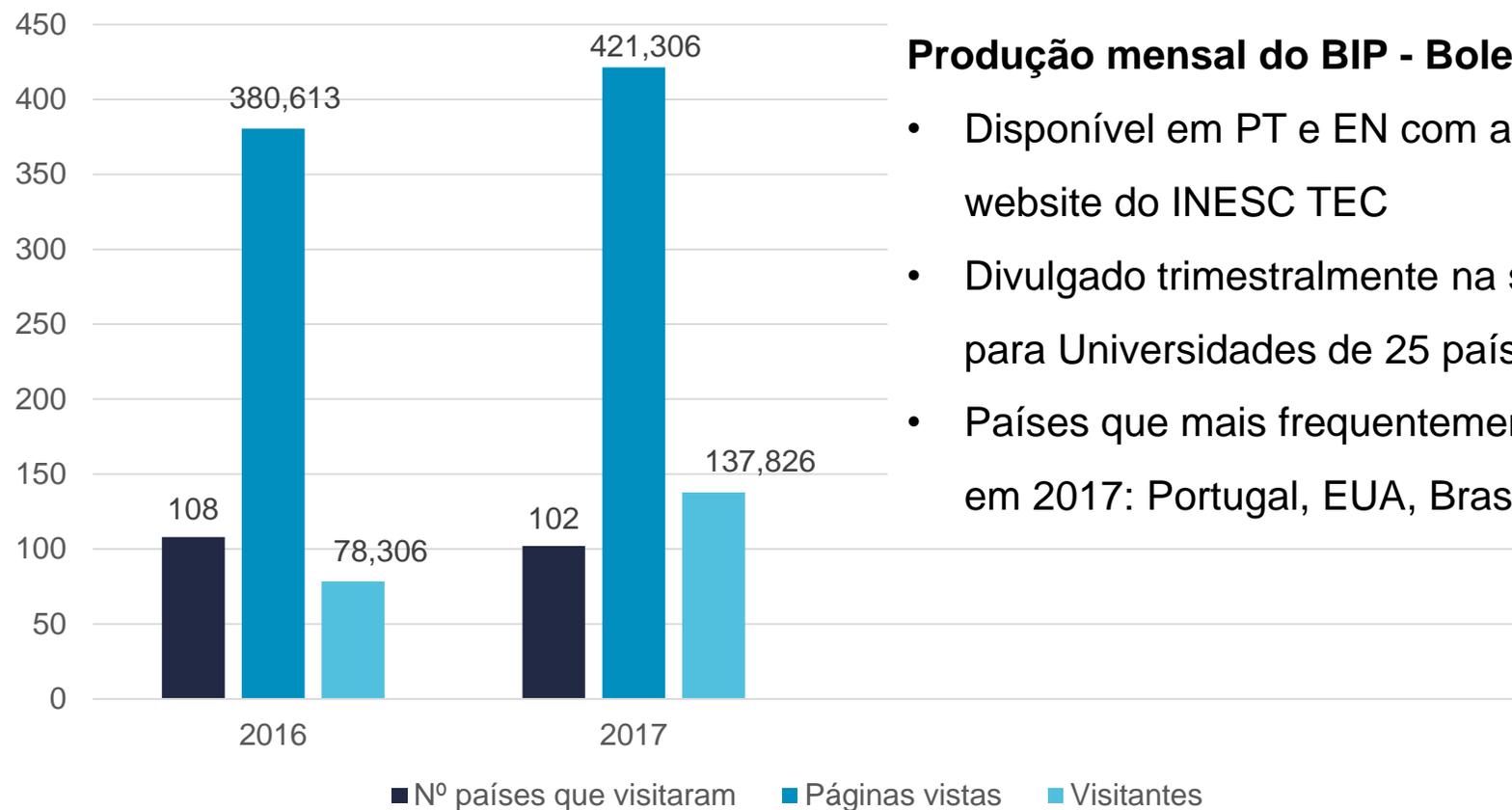


1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

MARKETING DIRETO

- Newsletter Mensal



Produção mensal do BIP - Boletim do INESC TEC

- Disponível em PT e EN com alojamento no website do INESC TEC
- Divulgado trimestralmente na sua versão inglesa para Universidades de 25 países
- Países que mais frequentemente visitaram o BIP em 2017: Portugal, EUA, Brasil e Reino Unido

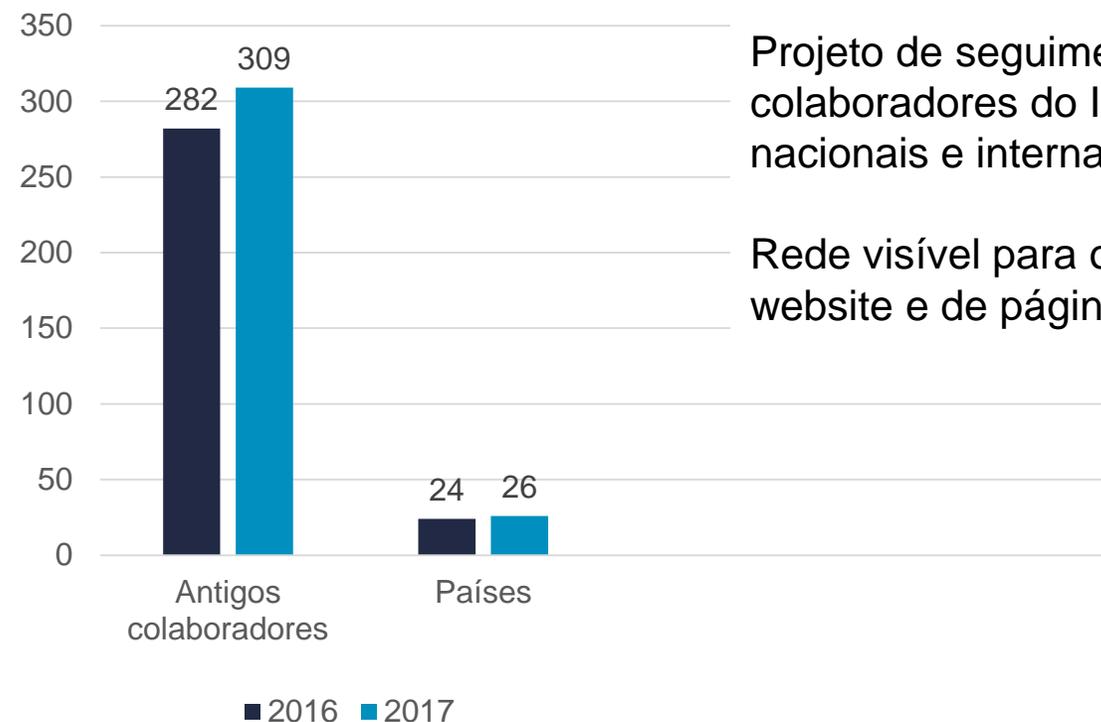


1.2 Comunicação externa

MARKETING DIRETO

- Relação com antigos colaboradores

REDE “CONNECT INESC TEC”



Projeto de seguimento da trajetória dos antigos colaboradores do INESC TEC nas empresas nacionais e internacionais.

Rede visível para o exterior através de um website e de página no LinkedIn.



1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

- Multimédia

Produção de filmes promocionais, institucionais ou de projetos, num total de 30 vídeos em 2017, entre os quais se destacam:

Projeto Anyplace | Tutoriais
Projeto GReSBAS | Campanha de sensibilização
TEC4SEA | Apresentação da infraestrutura
Hannover Messe | Vídeo para apresentação na feira
Scientific Advisory Board | Vídeos para exposição
BIP | Vídeos para a secção Lado B, Notícias e Destaques

Cobertura fotográfica de eventos, internos e externos, num total de 100 álbuns de fotos em 2017, entre os quais se destacam:

Visita Ministro da Economia
Protocolo Fundação Repsol
Apresentação Protótipo MarinEye
Dia Nacional dos Cientistas
Workshop REN
Visita Cluster PRODUTECH
Agri Innovation Summit
Lanche Multicultural



1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

- Suportes de comunicação

Interna

- _documentos internos e paginação de compilações
- _conceção de imagem e aplicações para eventos internos
- _cartão de colaborador
- _estacionário básico

Projetos

- _desenho de logótipos e imaginário associado

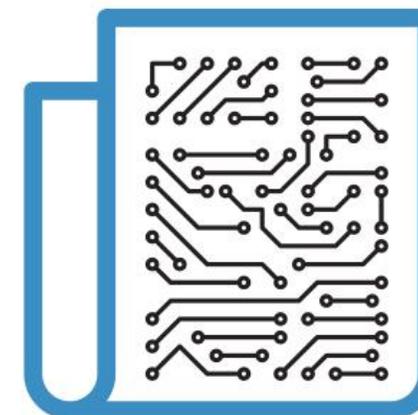
Sinalética

Merchandising

Frota

Externa

- _conceção de stands
- _apresentações institucionais
- _templates
- _monofolhas
- _folhetos
- _brochuras
- _booklets
- _ilustrações
- _roll-ups
- _pop-ups
- _banners
- _e-mailing
- _programas



**DESTAQUES
DA ATIVIDADE 2017**



1.2 Comunicação externa

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

OUTRAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

- Disseminação de Resultados de Projetos

Apoio aos Centros de I&D:

**Projetos europeus | comunicação 360º
nos WP de disseminação**

UPGRID

FEEdBACk

GReSBAS

InteGrid

**Projeto europeu | conceção de suportes de
comunicação**

StrongMar

**Rede | divulgação de atividades nas redes sociais
e noutros canais**

EEN - Enterprise European Network

**Projetos integrados | conceção de website de
projeto e suportes de comunicação**

Nanostima

TEC4Growth



1.3 Comunicação interna

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Eventos

**1ª Edição da iniciativa de Team Building
“INESC TEC on the move”**

Objetivo: Proporcionar momentos de cooperação e trabalho em equipa, com atividades de competição.
13 de setembro | Parque da Cidade | 70 colaboradores

1ª Edição da iniciativa “Encontro Estratégico”

Objetivo: refletir e debater sobre temas basilares para o futuro da Instituição.
22 de setembro | Hotel Holiday Inn | 120 colaboradores

Concurso de Fotografia “Férias 2017”

setembro | 19 concorrentes

Magusto

13 de novembro | Exterior edifício B | 150 colaboradores
(estimativa)

Convívio de Fim de Ano - lanche multicultural e entrega de prémios

15 de dezembro | INESC TEC | 200 colaboradores
(estimativa)

Campanhas solidárias

“Recolha de bens para Pedrógão Grande” | junho
“INESC TEC ajuda as crianças” | dezembro

- Acolhimento novos colaboradores

Organização de sessões mensais de acolhimento aos novos colaboradores (SCOM/RH)

11 sessões/ano | 130 colaboradores



1.3 Comunicação interna

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

CONSULTORIA

- Formação

Media training

Objetivo: reforçar as competências comunicacionais dos investigadores do INESC TEC.

Sessão 20 de julho | INESC TEC | 19 participantes

Sessão 30 de outubro | INESC TEC | 15 participantes

Acolhimento de estágios

1 estagiário da Licenciatura de Ciências da Comunicação - Multimédia da FLUP

1 estagiária do Mestrado em Ciência da Informação da FEUP

- Consultoria e Tradução

Consultoria

Supervisão da correta aplicação das regras de publicitação no que diz respeito aos projetos financiados e artigos científicos.

Tradução/revisão

Tradução e revisão de textos (Português>Inglês e Inglês>Português) nas diferentes áreas de investigação.



1.4 Identity Mix

1. Balanço da atividade:
diagnóstico da comunicação
2017

DEFINIÇÃO DA IDENTIDADE E IMAGEM INSTITUCIONAL

CONTEXTO

Estado deficitário identidade/
imagem institucional

- Apenas existia o logótipo,
cores e tipografia
associadas
- Poucos elementos
definidos e articulação
desregrada entre eles.
- Não existia um imaginário
visual associado à marca

OBJETIVOS

- Motivar o sentimento de
pertença por parte dos
colaboradores
- Facilitar os processos de
identificação por parte do
público
- Consolidar a coerência,
personalidade, posicionamento
e o auto-conhecimento do
instituto sobre si mesmo

AÇÕES

- Melhorar sistema tipográfico
 - Desenvolver sistema
cromático
- Acrescentar um sistema
iconográfico e infográfico
permeável ao Instituto e às
suas áreas de atuação —
Clusters e Tec4 - até então
sem qualquer identidade
- Reegrar o comportamento e a
organização destes
elementos: linguagem gráfica
e linguagem verbal

APLICAÇÕES

- Foram planificadas
aplicações da imagem nos
mais variados suportes de
comunicação impressa e
digital, de acordo com o
conceito desenvolvido,
apresentado e aprovado
- A implementar em 2018



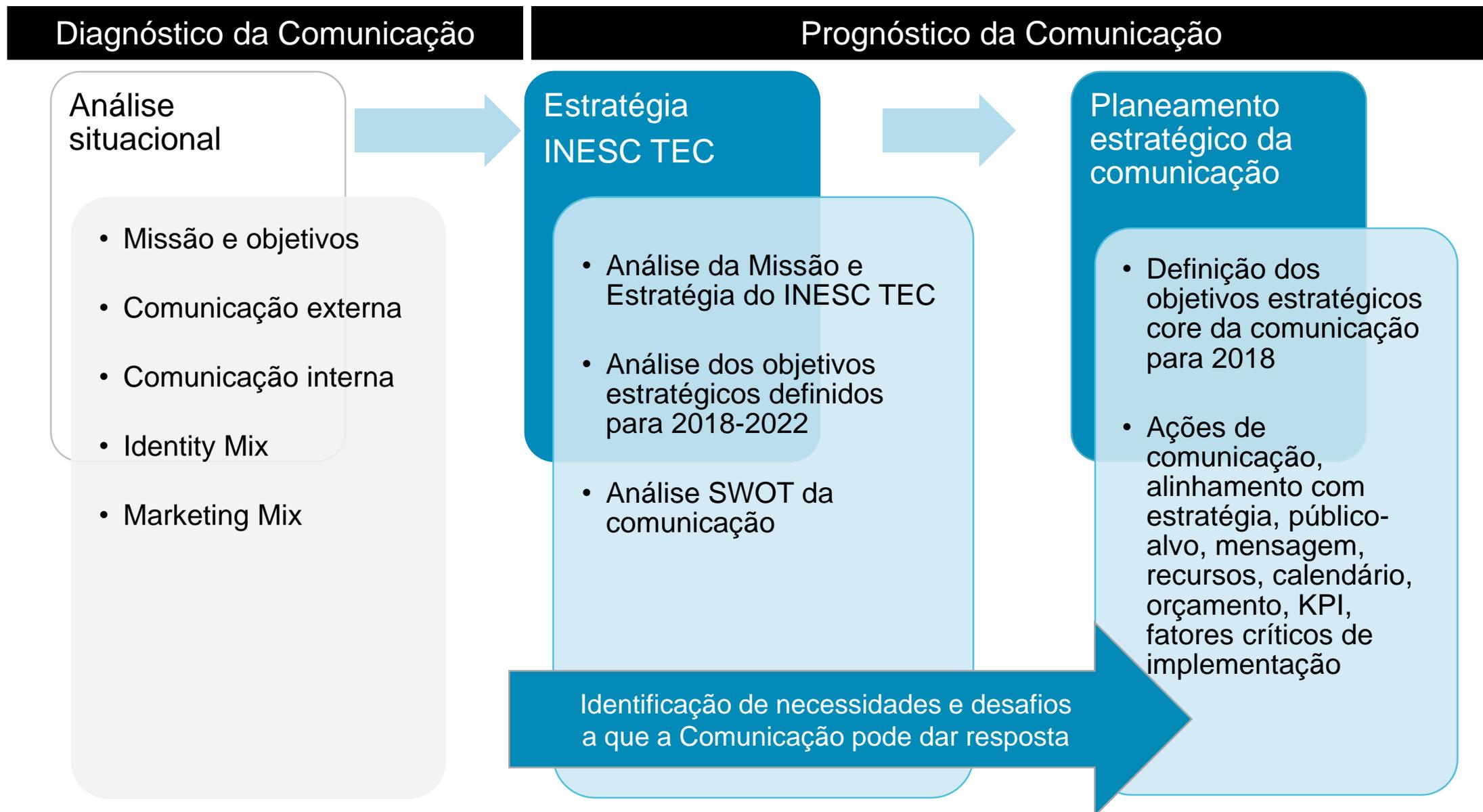
INESCTEC



Definição da identidade

Criar um universo próprio, fácil de reproduzir e
rápido de identificar como pertença do instituto

2. Planeamento estratégico: prognóstico da comunicação 2018





2.1 Missão e Estratégia do INESC TEC

MISSÃO

MI_ A missão do INESC TEC é promover avanços científicos e tecnológicos, assim como inovação de base tecnológica, através da transferência de novos conhecimentos e tecnologias para a indústria, serviços e administração pública.

ESTRATÉGIA

ES1_ Excelência: na ciência, desenvolvimento de talento, transferência de tecnologia e colaboração com a indústria.

ES2_ Cobertura total da cadeia de conhecimento para criar valor

ES3_ Multidisciplinaridade

ES4_ Escala, densidade, massa crítica e integração

ES5_ Visibilidade e presença internacional



2.1 Missão e Estratégia do INESC TEC

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

ESTRATÉGIA INESC TEC

ES1_Excelência:

ES1A_ Na ciência

Crescimento sustentado na produção científica

ES1B_ No desenvolvimento de talento

Envolvimento em programas doutorais potencia
captação de RH de excelência em I&D

ES1C_ Na transferência de tecnologia

Capacidade de produzir resultados socialmente
relevantes e transferi-los para o tecido económico.

ES1D_ Na colaboração com a indústria

Ser visto como um parceiro de excelência, capaz
de fornecer conhecimento único e tecnologia
relevante para inovação de produtos, processos,
serviços e modelos de negócios nas organizações.

ES2_Cobertura total da cadeia de conhecimento para criar valor

Da criação de conhecimento até à sua valorização através de
uma combinação de processos de transferência de tecnologia.

ES3_Multidisciplinaridade Clusters, TEC4 e outras iniciativas que
incentivam o trabalho conjunto de Centros (ex. internal seed projects).

ES4_Escala, densidade, massa crítica e integração

Escala e densidade através de modelo de base multi-institucional.
Massa crítica reforçada por associados e parceiros privilegiados.
Clusters e os TEC4 garantem a fertilização cruzada.

ES5_Visibilidade e presença internacional

Parcerias sólidas com instituições de I&D líderes a nível internacional.
Primeiro passo é a consolidação da posição do INESC TEC na I&D da
Europa. Segundo passo é a constituição de uma base de operações
fora de Portugal, com destaque para o Brasil e a Índia.



2.2 Objetivos estratégicos 2018-2022

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

No Plano 2015-2020, apresentado à FCT e ainda em vigor, o INESC TEC elegeu uma visão estratégica alinhada sob o lema de “**O Desafio da Inteligência Ubíqua (em sistemas e tecnologias)**”.

OE1_ Do conhecimento ao valor

Consolidar INESC TEC não só como Unidade multidisciplinar, mas também o conhecimento através da transferência de tecnologia e da propriedade Intelectual.

OE2_ Realidade ancorada na região

Fortalecer ligações com parceiros na Região Norte: U.Porto, U.Minho e UTAD e P.Porto. Prosseguir apoio a iniciativas como programas doutorais conjuntos, incluindo a MAP (Minho-Aveiro-Porto).

OE3_ Ator internacional

Conseguir participação ampla no H2020 para aumentar o número de projetos/ano. Em 2020, ter operação consolidada no Brasil e estar presente noutros países sul-americanos. Colaboração continuada com o MIT, CMU e UTAustin.

OE4_ Excelência

Aumentar número de cientistas que recebem prémios internacionais, número de Fellows do IEEE e publicações. Alavancar atividades de I&D com parceiros internacionais de topo.

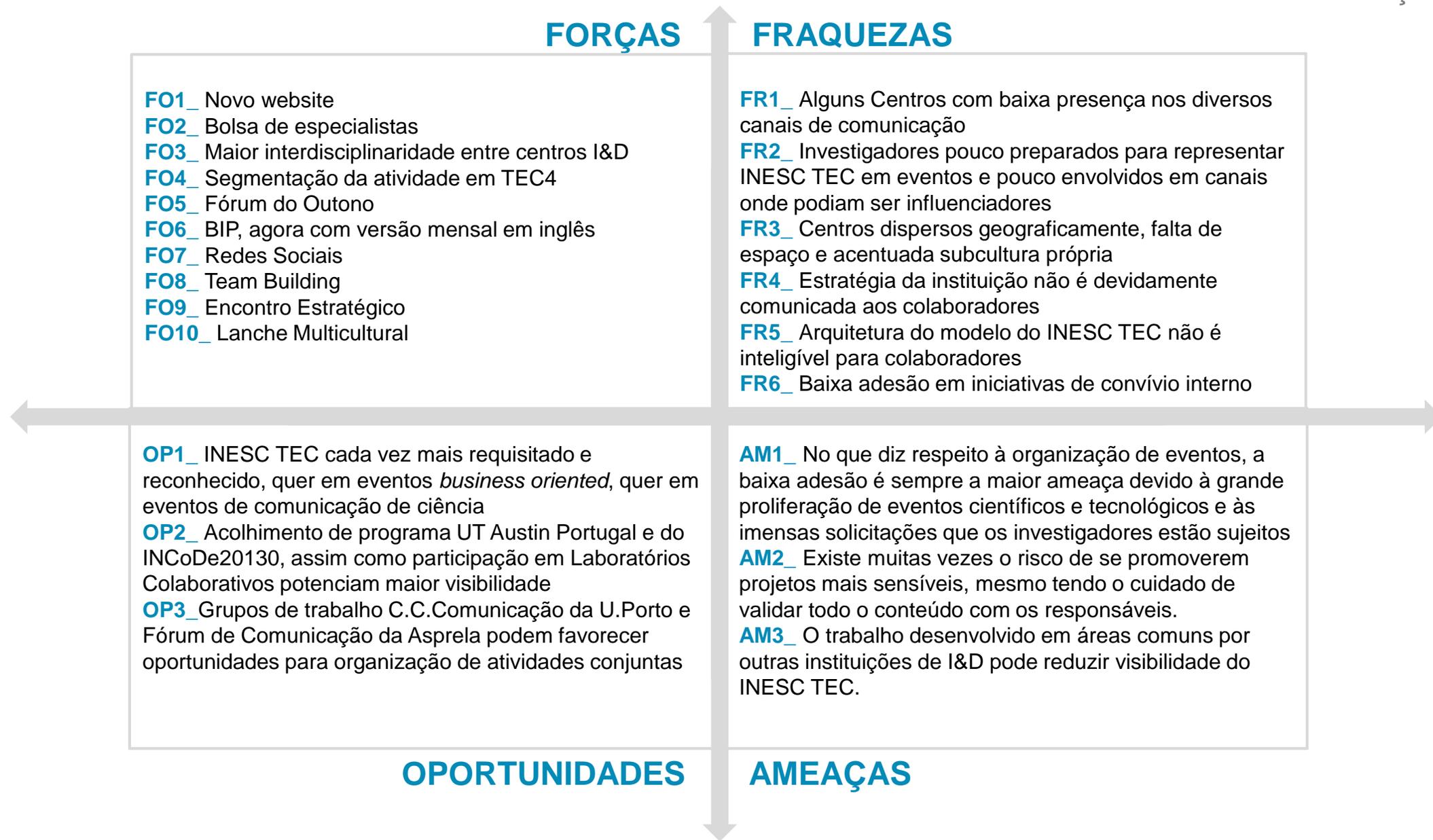
OE5_ Ciência

A Inteligência Ubíqua envolverá áreas da energia comunicações, indústria e serviços (como a saúde ou a administração pública). Outro desafio na área da Robótica para o Mar: a exploração de águas profundas.

OE6_ Consolidação

Redesenho da arquitetura para adaptação aos novos desafios de crescimento e renovação de lideranças.

2.3 Análise SWOT da comunicação





2.4 Públicos-alvo

Definição de **segmentos de público-alvo** com diferentes objetivos para o INESC TEC na comunicação da sua mensagem.

A quem queremos chegar?

PÚBLICO-ALVO

Empresas

Comunidade científica

Estudantes

Entidades financiadoras

Policy makers

IES/Associados

Público em geral

Media

Colaboradores

O que queremos obter?

OBJETIVOS

Parcerias em projetos de I&D/contratação de serviços

Cooperação/parcerias/organização iniciativas conjuntas

Captação de talento/recrutamento

Captação financiamento

Definição de políticas favoráveis ao INESC TEC

Reconhecimento dos pares/projeção imagem excelência

Obtenção de notoriedade/reconhecimento

Captação de atenção/interesse/projeção

Promoção do sentimento pertença/orgulho



2.5 Objetivos estratégicos core

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Planeamento estratégico da
comunicação para 2018

- Definição dos objetivos estratégicos *core* da comunicação
- Definição dos objetivos globais da comunicação

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS *CORE* DA COMUNICAÇÃO

Comunicação externa

1. Apoiar a internacionalização do INESC TEC

Internacionalização

2. Abordagem de comunicação mais focada no mercado

Foco no mercado

3. Destacar multidisciplinaridade e cobertura total da cadeia de valor (clusters e TEC4)

Investigação 360º

Comunicação interna

4. Promover interação entre os colaboradores para potenciar trabalho em equipa e sentido de pertença

Trabalho em equipa

5. Melhorar competências comunicacionais dos colaboradores

Competências



2.6 Objetivos de comunicação externa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Planeamento estratégico da
comunicação para 2018

- Definição dos objetivos estratégicos *core* da comunicação
- Definição dos objetivos globais da comunicação

OBJETIVOS GLOBAIS DA COMUNICAÇÃO EXTERNA

- OCE1_** Desenvolvimento de uma **abordagem de comunicação mais focada no mercado**
- OCE2_** Materialização da **nova identidade**: renovação de suportes de comunicação
- OCE3_** Estabelecimento de comunicação nos **media internacionais** e **promoção dos Centros de I&D menos mediáticos**
- OCE4_** **Organização de eventos INESC TEC** e participação em eventos especializados
- OCE5_** Participação em **iniciativas de Comunicação de Ciência**
- OCE6_** Otimização do **novo website** e **renovação de plataformas** online
- OCE7_** Aumentar a **comunidade das redes sociais** e o *awareness*
- OCE8_** Disseminação de **resultados de projetos de I&D**



2.6 Objetivos de comunicação externa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

COMUNICAÇÃO/PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

OCE1_ Desenvolvimento de uma abordagem de comunicação mais focada no mercado

Foco no mercado

Investigação 360º

_ Destacar o papel importante do INESC TEC no ecossistema das empresas e da indústria, incluindo a criação de novas spin-offs.

_ A comunicação é orientada para uma lógica que apresenta o papel dos Clusters na função *science push*, mas deve enfatizar sobretudo as iniciativas TEC4 na função *market pull*.

_ Esta estratégia será materializada em diversos suportes de comunicação, sendo o primeiro a apresentação institucional, um dos instrumentos mais utilizados para promover a instituição.

OCE2_ Materialização da nova identidade: renovação de suportes de comunicação

Investigação 360º

_ Na linha do objetivo estratégico anterior, serão criados novos suportes de comunicação, que procurarão transmitir, junto dos parceiros e *stakeholders*, uma imagem associada à inovação, excelência, rigor e ambição.

_ A nova identidade será aplicada a suportes que vão desde uma tela exterior para a fachada do edifício, pop-ups para eventos e para captação de imagens pelos media, ao estacionário básico, capas, *flyers* ou cartões de visita.



2.6 Objetivos de comunicação externa

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCE3_ Estabelecimento de comunicação nos media internacionais e promoção dos Centros de I&D menos mediáticos

_ Em 2018 será selecionado um tema que tenha elevado potencial mediático para ser alvo de uma ação de divulgação internacional. A ideia é que esta mediatização internacional funcione como piloto para divulgações futuras.

_ Incentivar os Centros de I&D menos ativos na divulgação de resultados aos media a comunicarem mais, de modo a obterem uma maior visibilidade nas atividades que desenvolvem.

OCE4_ Organização de eventos INESC TEC e participação em eventos especializados

_ Organização de eventos como o Fórum INESC TEC do Outono, participação noutros eventos de renome e acolhimento de visitas ao INESC TEC. Estas iniciativas constituem uma oportunidade para potenciar novos projetos, atrair a atenção do público especializado ou público em geral e dos *media* e aumentar a notoriedade da marca.

_ Preparação da visita da avaliação FCT prevista para 2018, que implicará um esforço de autoanálise por parte do INESC TEC, mas também um trabalho importante ao nível da imagem do que queremos projetar.

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

Foco no mercado

Investigação 360º



2.6 Objetivos de comunicação externa

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCE5_ Participação em iniciativas de Comunicação de Ciência

- _ Participação do INESC TEC em eventos nacionais organizados pelo MCTES e Ciência Viva, com o objetivo de divulgar a Ciência aos cidadãos e de despertar o gosto dos mais jovens pela Ciência.
- _ Participação em iniciativas da U.Porto e FEUP para captação de novos estudantes.
- _ Atribuição de apoios/patrocínios a eventos maioritariamente organizados por estudantes com o objetivo de atrair talento para o INESC TEC.

MARKETING DIGITAL E MARKETING DIRETO

OCE6_ Otimização do novo website e renovação de plataformas online

- _ Lançado no final de 2017, o novo website terá de ser continuamente melhorado e otimizado. A atualização regular dos conteúdos em PT e EN será uma prioridade na atividade do SCOM.
- _ Outras plataformas para as quais está prevista a renovação gráfica em 2018 são o website da rede “Connect INESC TEC” e o Boletim INESC TEC, que passará a ter uma edição bilingue mensal, com atualizações semanais. Será reorganizada a base de dados de envio do BIP de modo a respeitar as novas normas de segurança e privacidade, e também permitir a segmentação da informação enviada para cada público-alvo.

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

2.6 Objetivos de comunicação externa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

MARKETING DIGITAL

OCE7 _Aumentar a comunidade das redes sociais e o *awareness*

_ Criar “*Brand Advocate Program*”, com o objetivo de aumentar o número de seguidores das redes sociais (por meio do incentivo à partilha de conteúdos sobre o INESC TEC por parte de alguns colaboradores selecionados) e envolver mais os colaboradores com a instituição.

_ Empreender esforços para que a Administração e Coordenação de Centros passem a ter um papel ativo nas redes sociais.

_ Apostar em conteúdos vídeo e em diretos de eventos nas redes sociais.

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

OUTRAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO | COMUNICAÇÃO 360º

OCE8 _Disseminação de resultados de projetos de I&D

_ Apoio aos Centros de I&D nos WP de disseminação, em projetos europeus como UPGRID, GReSBAS, InteGrid, FEEdBACK e StrongMar, projetos integrados como NanoStima e TEC4Growth e a rede EEN.

Internacionalização

Investigação 360º



2.7 Objetivos de comunicação interna

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Planeamento estratégico da
comunicação para 2018

- Definição dos objetivos estratégicos *core* da comunicação
- Definição dos objetivos globais da comunicação

OBJETIVOS GLOBAIS DA COMUNICAÇÃO INTERNA

- OCI1_** Promoção de iniciativas para fomentar convívio interno e sentimento de pertença
- OCI2_** Reforçar competências comunicacionais dos investigadores
- OCI3_** Lançamento de uma TV interna
- OCI4_** Plano de responsabilidade social/campanhas solidárias
- OCI5_** Consultoria publicitação financiamento/apoio à produção científica
- OCI6_** Promover a comunicação interna ascendente e descendente



2.7 Objetivos de comunicação interna

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI1_Promoção de iniciativas para fomentar convívio interno e sentimento de pertença

Trabalho em equipa

- _ Organização da 2ª edição do “Encontro Estratégico” para investigadores.
- _ Organização da 2ª edição da iniciativa de Team Building “INESC TEC on the move” para todos os colaboradores.
- _ Organização da 1ª edição da “Caminhada INESC TEC”, inclusiva para todos os géneros e idades.
- _ Organização mensal de “Sessão de Acolhimento para Novos Colaboradores”.
- _ Organização do Convívio de Fim de Ano - lanche multicultural e prémios.
- _ Organização do Magusto.
- _ Organização do Concurso de Fotografia.

Competências

OCI2_Reforçar competências comunicacionais dos investigadores

- _ Organização da 1ª edição da sessão de formação “Técnicas para apresentações eficazes” para investigadores com o objetivo de os preparar para apresentarem os seus projetos de uma forma mais apelativa e eficiente.
- _ Organização de 2 sessões de *media training* “Como Comunicar com Jornalistas?” para reforçar as competências comunicacionais dos investigadores do INESC TEC. Está planeado abrir a possibilidade de se organizar esta formação noutros polos do INESC TEC, nomeadamente no polo da U.Minho.
- _ Organização de 2 sessões de formação “O Facebook também tem Ciência?” sobre o “porquê” e o “como” comunicar ciência nas redes sociais.



2.7 Objetivos de comunicação interna

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI3_Lançamento de uma TV interna

Trabalho em equipa

- _ Dar continuidade ao projeto de lançamento de uma plataforma interna para divulgação das novidades do INESC TEC junto dos colaboradores do edifício sede.
- _ O plano para a programação deste suporte foi desenvolvido em 2017 e deverá ser implementado em 2018, caso avance a aquisição do equipamento e do respetivo software.

OCI4_Plano de responsabilidade social/Campanhas solidárias

- _ Desenvolvimento de um Plano de Responsabilidade Social, com a proposta de iniciativas de impacto social, articuladas para um fim comum. Prevê-se que o tema escolhido para 2018 seja a Saúde.
- _ Organização de campanhas solidárias na época natalícia ou noutras datas em que venha a ser oportuno.



2.7 Objetivos de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI5_ Consultoria publicitação financiamento/Apoio à produção científica

Competências

- _ Supervisão da correta aplicação das regras de publicitação no que diz respeito aos projetos financiados e artigos científicos.
- _ Tradução e revisão de textos (Português>Inglês e Inglês>Português) nas diferentes áreas de investigação.

OCI6_Promover a comunicação interna ascendente e descendente

Trabalho em equipa

- _ O envio sistemático de e-mail com informação de interesse geral para o público interno e a colocação semanal de destaques na Intranet apresentam-se como instrumentos facilitadores da comunicação interna. Estão a ser planeadas estratégias de segmentação para aumentar o alcance e a eficácia deste tipo de ações.
- _ Cabe também ao Serviço de Comunicação a tarefa de receber sugestões, dúvidas e pedidos dos colaboradores e encaminhá-los para a Administração.

2.8 Ações de comunicação externa

COMUNICAÇÃO/PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Foco no mercado

Investigação 360°

OCE1_ Desenvolvimento de uma abordagem de comunicação mais focada no mercado
OCE2_ Materialização da nova identidade: renovação de suportes de comunicação

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamento	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Imagem organizacional	Renovar suportes online	PPT institucional folhetos eletrónicos	ES1D ES3 ES4 OE1 OE5 FR3 FO3	Empresas C. Científica Estudantes Entidades financiadoras	Multidisciplinaridade Clarificação Clusters Tec4 Transmitir imagem associada à inovação, excelência, rigor e ambição	SCOM	Primeiro Semestre	Custos de Pessoal	Chegar ao final do ano com a nova identidade implementada em 80% dos suportes	Aprovações internas Desatualização permanente
	Renovar suportes offline	Tela fachada edifício Destaques 2017 pop-up media Mono-folhas folhetos brochuras TEC4 cartões de visita	FR3 FR4 FR5 AM3	<i>Policy makers</i> IES Associados Público Media		SCOM Gráficas	Ao longo do ano	€		Aprovações internas Desatualização permanente Restrições de orçamento



2.8 Ações de comunicação externa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCE3_Estabelecer comunicação nos media internacionais e promover Centros de I&D menos mediáticos

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamento	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Assessoria de imprensa	Divulgação internacional	Escolher tema com potencial mediático para divulgar num conjunto selecionado de países	ES4 ES5 OE3 OE4 AM3	Empresas Comunidade científica Media	Mostrar que o INESC TEC existe. Apresentá-lo como um parceiro de excelência para as empresas e organizações de cada país	SCOM Cision aquisição serviços de base de dados e clipping	Quando surgir a oportunidade	Custos de Pessoal € 1 divulgação	2 inserções /país	Risco de não publicação da notícia devido a fatores imprevisíveis (ex. assunto da atualidade de cada país que se sobrepõe)
	Promover mediatização de Centros menos ativos	Divulgar resultados dos Centros menos ativos: CAP, CRACS, LIAAD, CEGI e CESE	ES1D FO2 FR1 FR2 AM3	Empresas Comunidade científica Estudantes Entidades financiadoras IES <i>P. Makers</i> Associados Público Media	Aumentar a visibilidade externa dos resultados destes Centros, devidamente integrados no INESC TEC	SCOM Cision Clipping	Ao longo do ano	Custos de pessoal € avença anual	Aumentar o número de notícias dos Centros com piores resultados em 2017 (mínimo de 2 notícias/ano por Centro)	Risco de Centros persistirem na indisponibilidade para identificarem resultados/temas noticiáveis

2.8 Ações de comunicação externa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCE4_ Organização de eventos INESC TEC e participação em eventos especializados

Foco no mercado

Investigação 360º

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamento	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Eventos e visitas	Organização de eventos	Definição de tema, local, oradores	ES1D OE1 OE2 FO5 FR2 OP1 AM1 AM3	Empresas	Potenciar novos projetos	SCOM	Fórum do outono em Outubro	Custos de Pessoal	Adesão média de 200 pessoas no Fórum do Outono	Conseguir data apropriada (que não coincida com outros eventos) e oradores suficientemente interessantes para conseguir a adesão desejada.
	Participação em eventos	Produção de suportes e acompanhamento		Comunidade científica	Atrair a atenção dos públicos-alvo	Aluguer de espaços	Outros eventos e visitas ao longo do ano	Fórum Outono €		
Acolhimento de visitas	Escolha de tecnologias a expor	Media		Aumentar a notoriedade da marca	Empresas de produção de stands e outros materiais	Outros a orçamentar caso a caso				
	Preparação da visita da FCT	Exposição de posters e tecnologias	ES1A ES2 OE1	Entidades financiadoras (via especialistas FCT)	Apresentar INESC TEC como única em Portugal e rara ao nível internacional com cobertura total da cadeia valor e excelência nas suas áreas de atuação.	SCOM	Em data a determinar	Custos de pessoal	Mínima – manter classificação de Excelente	Falta de espaço para exposição
		Apresentações de clusters e TEC4		Colaboradores		Empresa gráfica		Outros custos a determinar	Máxima - Excepcional	Tempo atribuído



2.8 Ações de comunicação externa

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCE5_Participação em iniciativas de Comunicação de Ciência

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen -to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Eventos	Participação em eventos nacionais de divulgação de ciência e em iniciativas da U.Porto e FEUP	Identificação das tecnologias a expor e investigadores para as apresentar, preparação de espaços e suportes de comunicação	OE2 FR2 OP1 AM3	Comunidade científica Estudantes Entidades financiadoras IES Associados Público em geral	Afirmar papel do INESC TEC como instituição de excelência em Portugal Mostrar que o INESC TEC existe e que está recetivo a receber estudantes para atividades de I&D	SCOM Empresas gráficas	Ao longo do ano	Custos de pessoal €	Captação de alunos na sequência da participação nestes eventos (inquérito RH) Visibilidade nos órgãos de informação da academia ou em partilhas nas redes sociais	Dificuldade em sensibilizar e recrutar investigadores para eventos de Comunicação de Ciência Pouca experiência dos jovens investigadores
	Atribuição apoios/patrocínios a eventos	Operacionalização de todas as contrapartidas oferecidas	ES1B OE2	Estudantes Comunidade Científica	Mostrar que o INESC TEC existe e que está recetivo a receber estudantes para atividades de I&D	SCOM	Ao longo do ano	Custos de pessoal €	10% das adesões de bolseiros nas áreas de estudo apoiadas serem resultado destes apoios (inquérito RH)	Falta de coordenação com Centros e Clusters no alinhamento dos apoios com as áreas com maior dificuldade de recrutamento



2.8 Ações de comunicação externa

MARKETING DIGITAL E MARKETING DIRETO

OCE6_Otimização do novo website e renovação de plataformas online

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Website	Otimizar novo website	Identificar pontos a melhorar no novo website e atualizar diariamente com notícias, eventos e clipping	ES1C ES1D ES5 OE1 FO1 AM3	Empresas C.Científica Estudantes E.financiad. IES P. Makers Associados Público geral Media Colabor.	Refletir de forma eficaz o dinamismo do INESC TEC Apresentação perceptível e apelativa das atividades desenvolvidas	SCOM NQDA	Ao longo do ano	Custos de pessoal Valor a acordar com empresa NQDA	Melhorar em 30% o número de visitas (Google Analytics)	Dificuldade em conseguir obter informação por parte das coordenações para elaboração de artigos de fundo (histórias de sucesso)
	Renovar BIP rede Connect INESC TEC	BIP renovado passa a ter edição mensal bilingue com atualizações e divulgações semanais. Segmentar envio.	ES5 FO6 AM3	Idem para o BIP Antigos colaboradores no caso da rede Connect	Imagem gráfica do BIP e website Connect INESC TEC alinhadas com a do novo website	SCOM	Segundo semestre	Custos de pessoal	Melhorar em 10% o número de visitas (Google Analytics)	Complexificação da tarefa ao nível das plataformas pode atrasar o processo de renovação gráfica



2.8 Ações de comunicação externa

MARKETING DIGITAL

OCE7_ Aumentar a comunidade das redes sociais e o *awareness*

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Internacionalização

Foco no mercado

Investigação 360º

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen -to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Redes Sociais	Aumentar comunidade das redes sociais e o <i>awareness</i>	Criar “ <i>Brand Advocate Program</i> ”	ES1D ES5 OE3 FO2 FO7 FR1 FR2 AM3	Empresas Comunidade científica Estudantes Entidades financiadoras IES Associados	Gerar comunidades mais comprometidas, leais e disseminadoras da marca Marca e mais forte e com maior reputação nestas plataformas	SCOM CA Coordenadores	Ao longo do ano	Custos de pessoal	Aumentar alcance orgânico e o número de seguidores em cada rede em 50%	Baixa adesão de Administradores e Coordenadores pois muitos deles não estão sensibilizados para a importância do seu papel nas redes sociais
		Apostar em vídeos e diretos de eventos	ES5 OE4 FO7 OP1 AM1 AM3	Media Colaboradores	Marca INESC TEC mais forte e com maior reputação nestas plataformas	SCOM	Ao longo do ano	Custos de pessoal Posts promovidos		Novas normas de segurança e privacidade podem dificultar a realização de vídeos e diretos mais apelativos



2.8 Ações de comunicação externa

COMUNICAÇÃO 360º

OCE8_Disseminação de resultados de projetos de I&D

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Internacionalização

Investigação 360º

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público -alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen -to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Integração de vários meios	Apoio aos Centros de I&D nos WP de disseminação de projetos	Desenvolvimento de tarefas de comunicação no âmbito de: Projetos europeus UPGRID, GReSBAS, InteGrid, FEEdBACK, StrongMar Projetos integrados NanoStima e TEC4Growth Rede EEN	ES1A ES1C ES1D ES3 ES5 OE1 OE3 OE4 OE5 FO3 FO4 OP1 AM2	A definir para cada projeto mas há alguns comuns a todos: Empresas Comunidade científica Entidades financiadoras Policy Makers Tomadores Tecnologias	A mensagem e objetivos variam de projeto para projeto, mas em última instância, além de se cumprirem todos os <i>deliverables</i> dos WP em que o INESC TEC está envolvido, procura-se criar uma impressão favorável junto dos parceiros e entidades financiadoras de modo a potenciar futuras parcerias e a aprovação de novas candidaturas.	SCOM	Ao longo do ano	Custos de pessoal Custo de produção de suportes de comunicação e posts promovidos	Definidas em sede de candidatura ou em planos solicitados posteriormente	A definir caso a caso

2.9 Ações de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI1_Promoção de iniciativas para fomentar convívio interno e sentimento de pertença

Trabalho em equipa

Competências

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, obj. e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Eventos	Encontro Estratégico	Organização das iniciativas, divulgação interna pré e pós evento	ES3 ES4 OE6 FO8 FO9 FO10 FR3 FR4 FR5 FR6	Colaborado-res	Fomentar o sentimento de pertença e de participação no futuro da organização Promover a cooperação e trabalho em equipa	SCOM	Setembro	€	Cumprir número previamente estabelecido	Indisponibilidade de pessoas-chave
	INESC TEC on the move					Aluguer de espaço Aquisição de serviço Suportes de comunicação	Junho	€	150 pessoas	Estado do tempo
	Caminhada						Maio	€	100 pessoas	Estado do tempo
	Convívio fim de ano						Dezembro	€	Até ao limite capacidade espaço	Falta de espaço
	Magusto				Oportunidades de convívio e relacionamento de colaboradores de diferentes Centros	SCOM Seguros Transporte Catering Assador castanhas	Novembro	€	Colaboradores de todos os Centros 30 concorrentes	Estado do tempo Baixa adesão
	Concurso Fotografia						Setembro	€		
	Acolhimento Novos Colaboradores				Divulgação da cultura INESC TEC	SCOM	Mensal	€ brindes para todos Custos Pessoal	Convocatória e adesão 90% dos colaboradores "elegíveis"	Baixa adesão



2.9 Ações de comunicação interna

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI2_Reforçar competências comunicacionais dos investigadores

Competências

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Formação	Técnicas para apresentações eficazes	Workshop	ES1D ES4 ES5 OE3 OE4 FO4 FR1 FR2 OP1	Colaboradores	Reforçar as competências comunicacionais dos investigadores em eventos públicos	SCOM Formadora externa	1º semestre 1 sessão	Custos pessoal €	30 pessoas	Baixa adesão
	Como Comunicar com Jornalistas	Media Training			Reforçar as competências comunicacionais dos investigadores com os Media	SCOM	1º semestre 2º semestre 2 sessões	Custos pessoal	15 pessoas /sessão	Baixa adesão
	O Facebook também tem Ciência?	Workshop			Reforçar as competências comunicacionais dos investigadores nas redes sociais	SCOM	1º semestre 2º semestre 2 sessões	Custos pessoal	20 pessoas /sessão	Baixa adesão



2.9 Ações de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI3_Lançamento de uma TV Interna

Trabalho em equipa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Televisão interna	Dar continuidade ao projeto de lançamento de uma plataforma interna para divulgação de informações do INESC TEC e outras de utilidade geral	Plano para a programação deste suporte foi desenvolvido em 2017 e deverá ser implementado em 2018	ES1D FR4 FR5	Colaboradores Visitantes do edifício sede: Empresas Comunidade científica Estudantes Entidades financiadoras IES/ Associados	Manter públicos-alvo informados sobre as últimas novidades INESC TEC Promoção de outros canais de comunicação Informação útil	SCOM SAS SIG SGI	2º semestre	Custos pessoal €	N/A	Contenção de custos poderá travar aquisição do equipamento e do respetivo software.



2.9 Ações de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI4_Plano de responsabilidade social/campanhas solidárias

Competências

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Ações concertadas	Plano de Responsabilidade Social	Proposta de iniciativas de impacto social, articuladas para um fim comum.	OE3	A definir	Refletir a responsabilidade social do INESC TEC nos temas em que atua, sendo o primeiro previsto a Saúde.	SCOM	Segundo semestre	Custos de pessoal	Cumprir os objetivos do Plano	Dificuldade em conseguir sensibilizar coordenadores para este tipo de iniciativas
	Organização de campanhas solidárias	Resposta a pedidos exterior	OE3	A definir	Refletir a capacidade da instituição para responder a necessidades da sociedade em períodos críticos e também tomar iniciativas proativamente	SCOM	Ao longo do ano	Custos de pessoal	N/A	Baixa adesão



2.9 Ações de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

OCI5_Consultoria publicitação financiamento/apoio à produção científica

Competências

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
Consultoria	Supervisão regras financiamento	Supervisão da correta aplicação das regras de publicitação no que diz respeito aos projetos financiados e artigos científicos.	ES1A OE3 OE4 AM2	Colaboradores	Sensibilização para o cumprimento das regras de cada programa de financiamento, sob pena de não pagamento das despesas incorridas no âmbito de cada projeto	SCOM	Ao longo do ano	Custos pessoal	Cumprimento das regras	Poucos investigadores absorvem realmente as regras divulgadas e poucos consultam o SCOM
	Tradução/revisão textos	Tradução e revisão de textos (Português> Inglês e Inglês> Português) nas diferentes áreas de investigação.	ES1A ES5 OE4	Colaboradores	Artigos bem escritos têm maior probabilidade de serem aceites pelas revistas de especialidades Revisão com <i>track changes</i> pretende ser didática	SCOM	Ao longo do ano	Custos pessoal	N/A	Envio de textos muito em cima do prazo Envio de versões não definitivas, o que aumenta substancialmente o tempo gasto



2.9 Ações de comunicação interna

RELAÇÕES PÚBLICAS

OCI6_Promover a comunicação interna ascendente e descendente

Trabalho em equipa

2. Planeamento estratégico:
prognóstico da
comunicação 2018

Meio	Ação	Descrição da ação	Alinhamento estratégia, objetivos e SWOT	Público-alvo	Mensagem	Recursos	Calendário	Orçamen-to	Meta ou KPI	Fatores críticos implementação
E-mail/Comunicação interpessoal	Informação interna de eventos e oportunidades	Receção de info de eventos e oportunidades e encaminhamento.	ES3 ES4 ES5 OE2 FR3 OP1 OP3 AM1	Colaboradores	Manter os colaboradores informados sobre as novidades da instituição e oportunidades externas	SCOM	Ao longo do ano	Custos pessoal	N/A	Risco de saturação, por isso serão planeadas estratégias de segmentação para aumentar o alcance e a eficácia.
	Acolhimento de sugestões, dúvidas e pedidos dos colaboradores.	Receção, análise de pedidos e eventual envio para a Administração.	FR3 FR4 FR5	Colaboradores	Garantir que a opinião de cada um é ouvida e pode ser tida em conta	SCOM	Ao longo do ano	Custos pessoal	N/A	É necessário tornar mais eficaz o circuito de comunicação interna com a Administração.

3. Anexos: Marketing Mix

Marketing Mix

PRODUTO/SERVIÇO

Instituição de I&D multidisciplinar com competências na áreas da Engenharia, Ciências da Computação, Física e Economia. A sua atividade cobre **toda a cadeia de valor** com impacto direto na sociedade e economia.

Desenvolve **projetos de investigação** nacionais e europeus, **consultoria e prestação de serviços** diretos a empresas, **formação avançada** e **incubação de empresas** de base tecnológica.

PREÇO

Projetos nacionais e europeus >financiamento definido de acordo com as regras estabelecidas em cada programa.

Consultoria e prestação de serviços >preço definido de acordo com o serviço pretendido e varia com a complexidade da tarefa, investigadores envolvidos e prazo de execução.

Formação avançada >direcionada a altos cargos de empresas e tem geralmente um preço elevado que é facilmente aceite pelo reconhecimento da expertise dos formadores.

Incubação de empresas >obedece a critérios mínimos e o valor cobrado varia de acordo com o apoio prestado.

DISTRIBUIÇÃO

O INESC TEC tem polos no Porto, Braga e Vila Real, mas **a área geográfica coberta** para as atividades que desenvolve é **internacional**, tanto nos projetos de I&D, como na consultoria, prestação de serviços e incubação de empresas. De referir ainda uma atividade organizada e sistemática no Brasil e América Latina, através do INESC P&D Brasil.

PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

A **comunicação** está a cargo do INESC TEC, mas conta com contributos de associados, parceiros e clientes. Os principais **públicos-alvo** são empresas, comunidade científica, colaboradores e potenciais novos colaboradores, associados.

Os **objetivos da comunicação** são: atração de novos clientes e parceiros, captação de novos financiamentos, atração de novos colaboradores, aumento da notoriedade e credibilidade.

Os **instrumentos de comunicação** utilizados passam pelas relações públicas (assessoria de imprensa, eventos), marketing digital (website, redes sociais, newsletter), publicidade institucional (identidade corporativa e suportes de comunicação) e venda pessoal (reuniões B2B).

Marketing Mix

EVIDÊNCIA FÍSICA

O INESC TEC tem uma forte presença no norte de Portugal, com **5 polos em 3 cidades**, incluindo 16 laboratórios. Apesar destas valências, há notoriamente uma **falta de espaços para acolher novos colaboradores e para realização de eventos** de dimensão média/grande (acima de 50 pessoas). A sinalização interna e externa em todos os polos tem margem para ser melhorada.

PESSOAS

O INESC TEC conta com mais de **1000 colaboradores** (mais de 750 investigadores a tempo inteiro), dos quais mais de 350 são doutorados, incluindo docentes do ensino superior e bolseiros de investigação.

PROCESSOS

Variam de acordo com a atividade em causa. No caso dos **projetos o processo está devidamente regulamentado** pela entidade financiadora competente: candidatura, equipa, work packages, deliverables, milestones, timecards, relatórios intercalares e finais. No que diz respeito à **prestação de serviços, existe alguma uniformização quanto aos procedimentos**, nomeadamente um template para apresentação do orçamento, mas tem margem para melhoramento. O mesmo a referir em relação à **incubação de empresas de base tecnológica**.