



30-5-2011

## **Universidade de Aveiro**

Novas Tecnologias da Comunicação

GUIONISMO

RELATÓRIO

AZORES AIR -COMPANHIA AÉREA



Grupo:

Bianca Miranda | Daniel Carvalho | Marco Pereira | Rúben Ramos



## ÍNDICE

• Definição do super-conceito	pág.3
• Brainstorming	pág.3
• Resumo de ideias	pág.3
• Objectivos gerais e específicos	pág.4
• Público alvo:	pág.4
• Caracterização da narrativa/conceito visual e de interacção inerente à aplicação multimédia	pág.4
• Especificação funcional:	pág.5
• Especificações das funcionalidades de cada página secundária/interacção:	pág.8
• Condições de utilização do produto final:	pág.9
• Análise da concorrência:	pág.8
• Identificação da informação primária e secundária:	pág.10
• Identificação das actividades de participação do utilizador:	pág.12
• Fluxograma preliminar:	pág.13
• Fluxograma final:	pág.14



## RELATÓRIO DE TRABALHO

- **Definição do super-conceito**

O nosso projecto consiste no website de uma companhia aérea que voa exclusivamente entre as ilhas Açorianas, de nome Azores Air.

- **Brainstorming**

Inicialmente surgiram várias ideias para criar um website, com temáticas bastante distintas. Pensámos em fazer um Website que consistia numa compilação dos portefólios de cada elemento do grupo. Depois lembramo-nos de construir um website que resumia-se a uma pequena quinta com animais para interagir com crianças. Tivemos igualmente a ideia de fazer um website sobre ilusões ópticas e um website sobre a recruta para o exército. Também, pensámos em fazer um website sobre o multimédia em geral, que abordasse as várias categorias, com personagens animadas, etc.

Por fim, tivemos a ideia de fazer uma aplicação que consistisse num website de uma companhia aérea que voasse exclusivamente nos Açores.

Depois de optarmos pela última ideia, começámos a pensar em pormenores essenciais da nossa aplicação. Tais como: Escolha de duas línguas (português/inglês) em que o site estaria disponível; formulários interactivos onde o utilizador escolheria os diferentes processos de preenchimento do formulário (tradicional campo de preenchimento e animação com arraste de objectos e eventos “on rollover”); utilização de menus “dropdown” que reagem ao evento “rollover” para melhor organização dos temas; utilização de vídeos e fotografias sobre locais; na parte da apresentação da companhia colocar um avião e ao passar ou clicar do rato o utilizador tem informações sobre a aeronave; entre outros.

- **Resumo de ideias**

A intro do site consiste num ecrã que contém o logotipo, o slogan e um avião que ao fazer rollover abre as portas. Na parte inferior vão aparecendo uma lista de opções que o utilizador pode encontrar se entrar no site.



Ao entrar, tem disponível um menu simples onde pode aceder a:  
RESERVAS-DESTINOS-PROMOÇÕES-COMPANHIA-A BORDO

Ao clicar em reservas tem as seguintes opções: comprar bilhete de avião, alugar serviços, check-in online.

Ao clicar em destinos: escolher destino (mapa interactivo com as 9 ilhas) e os horários.

Ao clicar em Promoções: Grupos, Idosos, Estudantes.

Ao clicar em Companhia: informações sobre os aviões, sobre os pilotos, história da companhia e contactos.

Ao clicar em A bordo: Necessidades especiais, bagagem, animais e crianças.

- **Objectivos gerais e específicos**

O objectivo é conseguir criar um website de uma companhia aérea que transmita confiança ao cliente e que seja de fácil utilização. Pretendemos, mais concretamente, que os utilizadores encontrem todas as informações necessárias que procuram, desde serviços adicionais, reserva de bilhetes, destinos, horários, promoções actuais, informação sobre os pilotos, entre outros assuntos.

Ambicionamos construir um website cómodo para o cliente, e que difunda as vantagens destes voos, que são essencialmente o preço baixo.

- **Público alvo:**

O público-alvo é, essencialmente, a população em geral do arquipélago dos Açores e turistas.

- **Caracterização da narrativa/conceito visual e de interacção inerente à aplicação multimédia**

É um Website sofisticado que transmite segurança, conforto, confiança e requinte. No contexto do nosso projecto, a interacção é simples, dinâmica e de fácil compreensão visto que



não existe uma faixa etária específica que vá utilizar o site. Contudo, tentaremos “inovar” o conceito e criar um site que esteja preparado para utilizadores experientes no mundo da web e para utilizadores pouco experientes. Utilizamos o avião como metáfora presente em todo o site, com o qual se pode interagir.

- **Especificação funcional:**

Como referido anteriormente, o ambiente gráfico pretende ser dinâmico. Irá optar-se por tons monocromáticos, nomeadamente, azuis – estando esta cor ligada à ideia de mar, pureza e frescura relacionadas com o Arquipélago Açoriano. A cor laranja (que tem um certo tom de contraste com o azul) servirá para destacar informações importantes. Igualmente, a utilização constante de linhas rectas incutirá no utilizador uma sensação de segurança e requinte.

As metáforas utilizadas serão as de viagem/aventura/descoberta/natureza com um pequeno toque de aviação (na parte de apresentação da frota).

Assim, resultou este protótipo do logótipo final:



Como referido, utilizamos de tons de azul que lembram o mar e consequentemente os Açores. Apesar de serem 9 ilhas, colocámos apenas 3 estrelas que representam os 3 grupos de ilhas. A utilização de 9 estrelas tornar-se-ia excessiva e conferia uma complexidade indesejada no logótipo.

Quanto às tipologias de ecrãs, serão baseados em rectângulos de diferentes cores e tamanhos. Sempre em tons monocromáticos.

Template da página de boas-vindas:



Nota: O avião presente neste template é apenas figurino, não será o final (pois será um com o logótipo da companhia).

Esta página serve para dar as boas vindas ao utilizador antes de ele entrar efectivamente na página principal. Para entrar na página o utilizador pode carregar no logótipo da companhia, no avião ou escolher o idioma (português ou inglês). As particularidades desta página são: ser possível ao utilizador escolher a língua clicando num botão ou seleccionando as palavras “bem-vindo” entrando no site em português ou “welcome” entrando no site em inglês.



Template da página do menu principal:



Esta página possui o logótipo, no qual o utilizador pode clicar a qualquer momento para voltar ao menu principal (quase a mesma funcionalidade que o “refresh” do browser).

Existe um menu com as opções “Reservas”, “Destinos”, “Promoções”, “Companhia” e “A bordo”. Menu do estilo “dropdown” com subcategorias.

Na página está visível uma pequena descrição da companhia, um bloco com notícias, outro com imagens dos Açores, outro com publicidade e outro com promoções. Os blocos “Notícias” e “Promoções” mudam de assunto em intervalos de tempo constantes, assim como no bloco “Publicidade” que gera aleatoriamente uma publicidade a cada alteração de página e/ou “refresh”.

Template página secundária (ex. Crianças, Bagagem, etc.):



Notas: Todas as paginas secundárias terão este template, o que mudará é, obviamente, o conteúdo e a presença ou ausencia dos blocos “publicidade” e “promoções”.

### Especificações das funcionalidades de cada página secundária/interacção:

Na subpágina “comprar bilhete de avião” é possível preencher um formulário da seguinte maneira: insere-se os dados directamente nos campos ou clica-se num mapa interactivo do Arquipélago dos Açores onde é solicitado ao utilizador que preencha por ordem a ilha de partida e a ilha de chegada (seguindo-se de uma pequena animação de um avião que viaja entre as ilhas). Assim também acontece com um calendário onde a pessoa escolhe a data de partida e a data de chegada.

Nas subpáginas “alugar serviços” e “check-in online” o utilizador apenas preenche formulários de forma simples(que irão passar por processos de validação).

Na subpágina “Viage”, o utilizador navega num mapa informativo e na subpágina “horários” encontra-se uma tabela.

Na página “promoções” é possível encontrar um pop-up com a promoção da semana e na subpágina “Preços” aparece uma tabela.





Nas subpáginas relativas à “companhia” vão aparecer imagens, que ao fazer roll-over aparecem janelas com informação mais detalhada.

Nas subpáginas relativas “A Bordo”, existirá apenas hiperligações para documentos internacionais sobre os assuntos em causa.

- **Condições de utilização do produto final:**

Agências de Viagens ou qualquer local com acesso à internet. A duração média de utilização são 4 minutos.

- **Análise da concorrência:**

### **Easyjet.com**

Pontos Fracos:

- opção cromática pouco adequada;
- má distribuição da informação;
- estilo gráfico não se mantém entre as páginas;
- falhas no grafismo;

Pontos Fortes:

- A página principal é bastante objectiva;

### **Tap.pt**

Pontos fracos:

- logótipo sem destaque;
- opção cromática desadequada;

Pontos Fortes:

- estilo gráfico;
- opção de fundo dinâmico;



- organização da informação;
- linguagem simples e directa;

### **Klm.com**

Pontos fracos:

- demasiado conteúdo;
- opção cromática demasiado simples;

Pontos Fortes:

- Logotipo apelativo;
- Website funcional;
- Rapidez da navegação;

### **Sata.com**

Pontos Fracos:

- Opção de Marcação de voos muito confusa;

Pontos Fortes:

- Logótipo bastante ilustrativo;
- Cores utilizadas;

### **AA.com**

Pontos Fracos:

- Cores monótonas e sombrias;
- Menus com demasiados conteúdos;

Pontos Fortes:

- Objectividade e organização.

- **Identificação da informação primária e secundária:**



Dividimos a informação em cinco temas, que são respectivamente “Reservas”, “Destinos”, “Promoções”, “Companhia” e “A Bordo”.

I – Introdução – ecrã de boas vindas; apresenta-se a metáfora utilizada – aviação comercial e viagem; apresentação do logo da companhia e alguns dos seus serviços.

1. Botões de escolher língua
  1. Português
  2. Inglês
2. Botão para entrar no *website*
3. Janela onde aparece serviços aleatoriamente e nos quais o utilizador pode clicar e ter acesso
  - a. Comprar bilhete
  - b. Alugar serviços
  - c. Check in online
  - d. Etc.

II – Menu Principal - são apresentadas as categorias principais e algumas fotos da companhia

1. Reservas – onde o utilizador pode fazer reservas de passagens aéreas na companhia em questão - botão com submenu “drop down” ao “rollover”
  - a. Comprar bilhete – onde o utilizador pode reservar um bilhete de avião na companhia aérea em questão
    - i. Escolher origem – menu “drop down” em que o utilizador escolhe apenas uma das 9 ilhas
    - ii. Escolher destino - menu “drop down” em que o utilizador escolhe apenas uma das 9 ilhas
    - iii. Tipo de promoção - menu “drop down” em que o utilizador escolhe, se tiver, algum tipo de promoção
    - iv. Número de passageiros – campo onde o utilizador pode apenas escrever caracteres que vão desde 1 a 30
    - v. Tipo de passageiros - menu “drop down” em que o utilizador escolhe apenas uma das 3 categorias (bebé, criança, obeso)
  - b. Alugar serviços - onde o utilizador pode reservar outros serviços
    - i. Alojamento



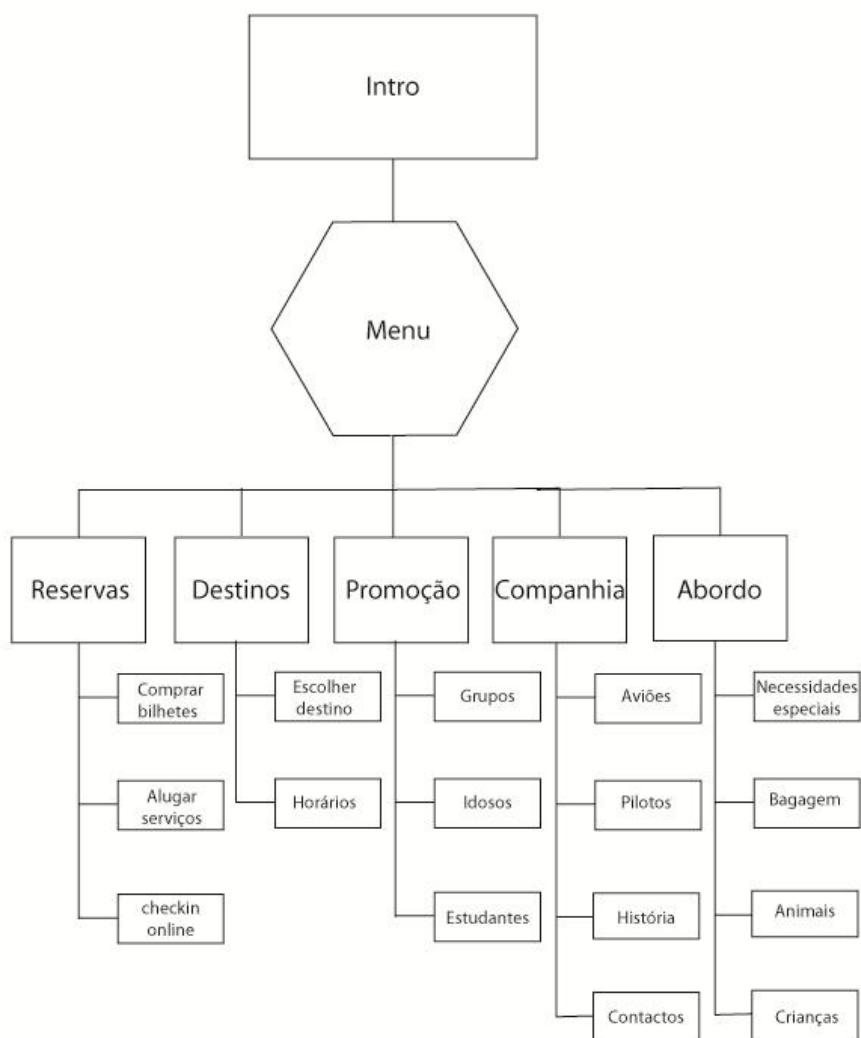
- ii. Veículos
  - c. Check in online – onde o utilizador faz o check in online
- 2. Destinos – onde o utilizador fica a conhecer os destinos possíveis dessa companhia - botão com submenu “drop down” ao “rollover”
  - a. Escolher destino – mapa interactivo com as ilhas dos Açores que reagem ao evento “rollover” com uma pequena janela que mostra fotos e uma pequena descrição do destino
  - b. Horários – horários dos voos
- 3. Promoções – onde o utilizador se informa dos tipos de promoções que a empresa disponibiliza - botão com submenu “drop down” ao “rollover”
  - a. Grupos – promoções para grupos de pessoas
  - b. Idosos – promoções para idosos
  - c. Estudante – promoções para estudantes
- 4. Companhia – onde o utilizador pode conhecer mais da companhia - botão com submenu “drop down” ao “rollover”
  - a. Aviões – pequena animação onde se apresenta os aviões da companhia
  - b. Pilotos - pequena animação onde se apresenta os pilotos e as suas equipas
  - c. História - pequena animação onde se apresenta a história da companhia
  - d. Contactos – lista de contactos e moradas das agencias da companhia
- 5. A bordo – onde o utilizado conhece o apoio a bordo - botão com submenu “drop down” ao “rollover”
  - a. Necessidades especiais – pequeno texto a falar da assistência disponível em casos de necessidades especiais
  - b. Bagagem - pequeno texto a falar da assistência disponível quanto à bagagem
  - c. Animais - pequeno texto a falar da assistência disponível quanto aos animais
  - d. Crianças - pequeno texto a falar da assistência disponível quanto às crianças

- **Identificação das actividades de participação do utilizador:**

Os momentos com interacção mais importantes correspondem ao mapa de destinos e à forma de apresentação da informação relativa aos pilotos e aos aviões. A tipologia de interacção é essencialmente eventos rollover e onclick.



- Fluxograma preliminar:



## Fluxograma final:

