

Descubra

O ESPÍRITO SANTO

Guia Básico

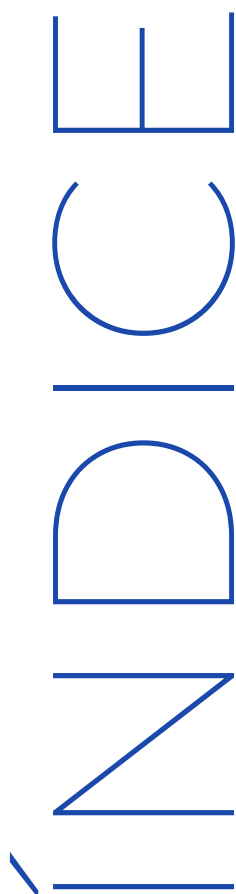
Marketing Digital
para Destinos
Capixabas

Março 2022



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Turismo

Sumário



01.

Entender a demanda

02.

Priorizar a oferta

03.

Sites e redes sociais

04.

Conexões

05.

Dicas

Esse GUIA BÁSICO é o resultado do projeto de capacitação e levantamento de informações para o marketing digital dos destinos capixabas, realizado no período de outubro de 2021 a janeiro de 2022, promovido pelo SEBRAE/ES em parceria com a SETUR/ES.

Esse documento tem como objetivo trazer dicas para o desenvolvimento inicial de programas de **Marketing Digital para os Destinos Turísticos no Espírito Santo**.

Com base no projeto de Capacitação em Marketing Digital, as dicas a seguir podem contribuir para que os organismos de turismo dos municípios e regiões turísticas capixabas criem uma primeira etapa de seu marketing digital. O trabalho pressupõe que cada destino possui sua própria realidade e, que as sugestões são um guia básico para relembrar as sugestões realizadas durante o projeto mencionado.

Destaca-se a importância da permanente capacitação e atualização de gestores públicos, pequenos e médios empresários e profissionais que atuam na indústria de viagens e turismo.

1. ENTENDER A DEMANDA

Toda a comunicação entre destinos e serviços turísticos na promoção do turismo deve ser orientado pelas necessidades e especificidades da demanda potencial e da demanda já existente.



O conteúdo (imagens, vídeos, textos) a ser usado nos portais e nas redes sociais deve inspirar e atender às necessidades do potencial viajante.



Fontes para busca de dados e informações sobre a demanda turística:

Observatório do Turismo do Espírito Santo

Observatório Nacional de Turismo - MTur

Biblioteca Virtual Rede de Inteligência do Turismo - RIMT



2. PRIORIZAR A OFERTA

Planejar o conteúdo de promoção do destino à partir da oferta de experiências com mais identificação com a demanda do destino/ serviço é um passo complementar ao conhecimento do seu cliente.

Além disso, lembre-se, o viajante pode visitar várias cidades na região, então é preciso deixar claro quais experiências ele poderá ter no entorno do destino. Vamos focar em responder:

- 01 Onde se hospedar ?
- 02 Onde se alimentar ?
- 03 O que fazer? Visitar ?
- 04 O que comprar ?



qual seu diferencial ?

3. SITE E REDES SOCIAIS

Se sabemos quais as necessidades e interesses de nosso cliente e o que ele pode fazer em nosso destino, como vamos contar isso pra ele?

Focar em **multi-canais** de comunicação básicos para sermos encontrados e divulgar somente conteúdo de interesse do turista.

Vamos usar as ferramentas existentes para consolidar o site/ aba de promoção do destino, o Instagram, o Facebook e o YouTube. Use as seguintes opções em ordem de prioridade, sempre adaptando à realidade de seu destino ou serviço:



WEBSITE

- exclusivo para promoção do destino
- link da cidade no [descubraoespíritosanto](#)
- aba exclusiva de turismo no site da Prefeitura
- empresas: site de promoção atualizado



INSTAGRAM e FACEBOOK

- exclusivo para promoção do destino/ serviço
- aba de TURISMO no Instagram da Prefeitura



YOUTUBE

- exclusivo para promoção do destino
- aba de TURISMO na página da Prefeitura
- vídeos curtos

Se você tem uma pequena empresa, a depender de seu segmento de atuação, aproveite para ser melhor encontrado em buscadores e ferramentas gratuitas já existentes.

SEMPRE use a geolocalização



GOOGLE

- crie seu perfil no Google Meu Negócio (lembra-se da geolocalização!)
- personalize sua página com fotos, vídeos e conteúdo objetivo sobre seu serviço/ produto
- experimente ferramentas de SEO e de Insights



TRIPADVISOR

- entenda como estar presente e divulgar seus serviços ou destino
- se você for um restaurante aproveite para preencher detalhes sobre seus produtos



- sempre use e-mail profissional
- esteja sempre atualizado sobre tendências e ferramentas digitais de marketing
- nunca deixe um cliente sem resposta
- crie e cultive relacionamentos

ATENÇÃO!

Detalhes para lembrar ao criar ou compartilhar seu conteúdo

Cada rede social tem suas especificidades e funcionamento de algoritmos, olhe para cada canal de comunicação de forma individual. Ao mesmo tempo, use todos os canais para complementar seu conteúdo e chegar ao seu cliente potencial de forma planejada e personalizada.



-
- use e registre URLs/ domínios que contenham palavras-chave do destino
 - não misture conteúdo institucional da Prefeitura com conteúdo promocional de turismo: os públicos-alvo são diferentes
 - mantenha o conteúdo sempre atualizado e dinâmico
 - faça planejamento de suas postagens e ações
 - use fotos e vídeos (curtos) atualizados e de alta qualidade
 - invista nos formatos *mobile* dos sites, tornando-os compatíveis com computador, tablet e celular
 - marque perfis de pessoas e nichos de mercado em suas publicações
 - use hashtags comuns ao seu destino, região, serviço e nicho de mercado
 - siga hashtags de seu nicho e interaja com suas comunidades
 - sempre convide pessoas para te seguir
 - monitore seus resultados
 - aproveite o site descubraoespiritossanto e redes sociais de sua região para somar na comunicação orgânica

4. CONEXÕES

Ligar todos os pontinhos ...

A promoção do turismo, destinos e serviços deve ser contínua e sempre atualizada, dinâmica. Além disso, para que o Espírito Santo, suas regiões e destinos tenham uma voz promocional é preciso ligar os pontinhos. Somar no marketing digital unificando hashtags, marcações, sites promocionais, redes sociais e aproveitando todas as oportunidades que já existem.



www.descubraoespiritosanto.es.gov.br



Sugestões de cursos de marketing digital gratuitos

[SEBRAE](#)

[RD STATION](#)

[ROCK CONTENT](#)

[UDEMY](#)

[GOOGLE](#)



As capacitações em marketing digital capixaba podem ser encontradas no YouTube nesse [link](#)



5. DICAS



O **WhatsApp Business** é gratuito e foi desenvolvido para atender às necessidades das pequenas empresas. Com o aplicativo, fica mais fácil se comunicar com os clientes, exibir seus produtos e serviços e responder a perguntas enquanto seus clientes fazem compras. Crie um catálogo de produtos e serviços e use ferramentas especiais para automatizar, organizar e responder a mensagens rapidamente (Whatsapp, 2022).

Aprenda sobre os seus seguidores no **Instagram**, incluindo localização, idade, sexo, e quando as pessoas são mais ativas na secção "Seu Público".

Compare o desempenho do seu **conteúdo** para compreender melhor o que se destaca na secção de "Conteúdo Compartilhado".

Convide o seu público a participar com **perguntas de engajamento**. Utilize imagens relevantes que representem a escolha da pesquisa.

Otimize os seus **vídeos** para celular. Use formatação vertical (9:16) para Stories e Reels; e use 1:1 para o Feed.

Pense no Stories como um **diário para o seu destino/negócio**. Leve a sua comunidade os bastidores à medida que estas acontecem para fomentar relações mais profundas.





GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

Secretaria de Turismo

REALIZAÇÃO

PIRES

INTELIGÊNCIA
EM DESTINOS
E EVENTOS