



**Monte
Verde**
destino que abraça

ESTRATÉGIA DIGITAL

ÍNDICE

_ Desafio 03

_ Marca 04

_ Palavras-Chave e Associações de Marca 06

_ Objetivos 07

_ Diretrizes de Comportamento Digital 13

_ Brand Persona 14

_ Brand Buyer 21

_ Diretrizes de Comunicação Digital 27

_ Mapeamento e Definição de Identidade Territorial 45

_ Canais e Linguagem 51

_ Diretrizes de Produtos e Serviços Digitais 60

_ Tráfego Pago 66

DESAFIO

Transcender a sazonalidade e revelar Monte Verde como um destino completo, capaz de encantar visitantes em qualquer estação, com uma oferta de experiências que unem bem estar, cultura, ecoturismo e relaxamento, firmemente ancoradas em uma hospitalidade genuína e paisagens de tirar o fôlego.

MARCA

Bandeira

Propósito

Missão

Visão

Definição de Posicionamento

Manifesto

Promessas da Marca

Disponíveis no **Manual da Marca**



PALAVRAS-CHAVES

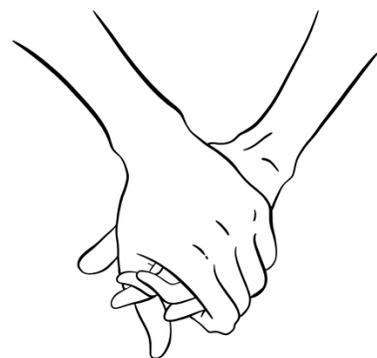
**.Natureza .Acolhimento .Refúgio .Gastronomia .Hospitalidade
.Descanso .Amor**

ASSOCIAÇÕES DE MARCA

Refúgio Natural nas Montanhas .Cultura e Gastronomia Requintada .Aventura e Lazer para Todos .Hospitalidade Mineira Acolhedora .Sustentabilidade e Preservação .Amor nas Montanhas .Inverno nas Montanhas

O QUE OFERECEMOS

PILARES



ROMANCE



NATUREZA



GASTRONOMIA



BEM-ESTAR

CRITÉRIOS

Intimidade e conexões significativas.

Experiências imersivas e sustentáveis

Fusão de sabores locais e internacionais.

Relaxamento e renovação.

EXPERIÊNCIAS

Pacotes de hospedagem para casais com lareira e hidromassagem, gastronomia requintada, cenários fotogênicos e clima frio o ano todo.

Trilhas para trekking e bike, parques naturais, pousadas com vista para paisagens deslumbrantes, fazendas de ecoturismo.

Restaurantes e bistrôs com pratos europeus e mineiros, ambientes requintados, pratos autorais, produtos artesanais, comida de chef, festivais gastronômicos.

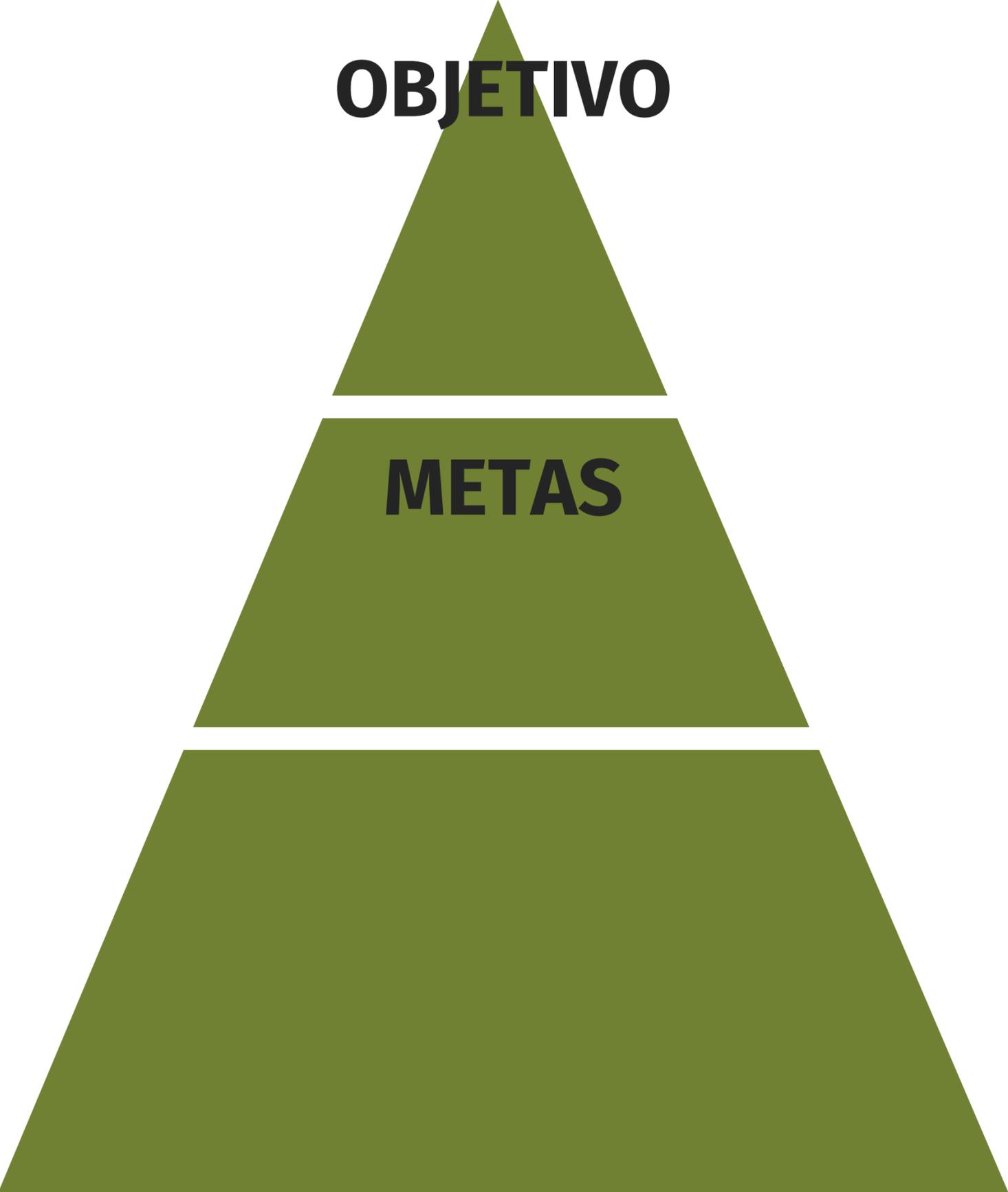
Spas, retiros de bem-estar, silêncio e pousadas confortáveis com vistas para a natureza.



OBJETIVO

Onde queremos chegar?

Posicionar Monte Verde como um destino turístico principal para relaxamento, aventura, e experiências culturais ao longo de todas as estações do ano, transformando-o em uma escolha de topo para visitantes nacionais e internacionais.



OBJETIVO

METAS

Onde queremos chegar?

Posicionar Monte Verde como um destino turístico principal para relaxamento, aventura, e experiências culturais ao longo de todas as estações do ano, transformando-o em uma escolha de topo para visitantes nacionais e internacionais.

Quais os passos para alcançar o objetivo?

1. Aumentar o Reconhecimento do Destino
 2. Melhorar o Engajamento com os Públicos-Alvo
 3. Conduzir Tráfego Qualificado
 4. Incrementar Reservas e Visitações
-

OBJETIVO

METAS

PLANO DE AÇÃO

Onde queremos chegar?

Posicionar Monte Verde como um destino turístico principal para relaxamento, aventura, e experiências culturais ao longo de todas as estações do ano, transformando-o em uma escolha de topo para visitantes nacionais e internacionais.

Quais os passos para alcançar o objetivo?

1. Aumentar o Reconhecimento do Destino
 2. Melhorar o Engajamento com os Públicos-Alvo
 3. Conduzir Tráfego Qualificado
 4. Incrementar Reservas e Visitações
-

O que vai ser executado em cada passo?

1. Aumentar o Reconhecimento do Destino: campanhas de Branding; Conteúdo
2. Melhorar o Engajamento com os Públicos-Alvo: Marketing de Conteúdo Personalizado; Engajamento Interativo
3. Conduzir Tráfego Qualificado: Publicidade Paga; Parcerias Estratégicas
4. Incrementar Reservas e Visitações: Ofertas e Pacotes Especiais; Eventos e Atividades Promocionais

OBJETIVOS E METAS

Onde queremos chegar com a comunicação

OBJETIVO 1: Aumentar o Reconhecimento do Destino

Meta 1: Aplicar a estratégia de conteúdo desenvolvida, focando nas editorias definidas para comunicar a identidade única de Monte Verde. Utilizar esta abordagem para fortalecer a percepção da marca, aumentando o reconhecimento e a presença digital do destino.

Prazo: 6 meses

KPIs: Engajamento com os conteúdos das editorias (likes, comentários, compartilhamentos), aumento no número de seguidores nas plataformas de mídia social, análise de sentimentos nas interações para medir a percepção da marca.

Meta 2: Desenvolver e lançar uma série de vídeos promocionais mostrando as atividades, eventos e paisagem de Monte Verde em diferentes estações.

Prazo: 12 meses

KPIs: Visualizações de vídeo, taxa de engajamento, compartilhamentos.

Meta 3: Estabelecer parcerias com influenciadores digitais e bloggers de viagem para criar conteúdo autêntico e atrativo sobre Monte Verde.

Prazo: Continuado ao longo do ano

KPIs: Número de postagens patrocinadas, engajamento gerado por influenciador, alcance das postagens, compartilhamento dos conteúdos

OBJETIVOS E METAS

Onde queremos chegar com a comunicação

OBJETIVO 2: Converter Públicos-Alvo em Visitantes de Monte Verde



Meta 1: Implementar campanhas de tráfego pago segmentadas na plataforma Meta (Facebook/Instagram) para atrair visitantes potenciais.

Prazo: 3 meses

KPIs: Número de cliques, custo por clique (CPC), taxa de engajamento (likes, compartilhamentos, comentários), aumento nas taxas de reservas e na quantidade de visitantes de Monte Verde.

Meta 2: Criar landing pages otimizadas para conversão, destacando campanhas promocionais e eventos especiais que incentivem a participação e engajamento imediatos.

Prazo: Continuado ao longo do ano

KPIs: Taxa de captura de leads nas landing pages, número de inscrições em newsletters, taxa de crescimento de leads.

Meta 3: Desenvolver uma campanha de e-mail marketing para nutrição de leads, com conteúdo personalizado que guie potenciais visitantes desde o interesse inicial até a consideração de visitar.

Prazo: Continuado ao longo do ano

KPIs: Taxa de abertura de e-mails, taxa de clique nos e-mails, engajamento com conteúdos específicos sobre atrativos de Monte Verde.

DIRETRIZES DE COMPORTAMENTO DIGITAL

buyer e brand personas

BRAND PERSONA

NOME: Monte Verde, destino que abraça

História: Monte Verde nasceu de um sonho e da visão de um imigrante que viu nas montanhas de Minas Gerais o potencial de um refúgio pacífico e encantador. Com o passar dos anos, essa pequena vila incorporou a essência da hospitalidade mineira com o charme e a elegância das tradições europeias que foram trazidas por seus fundadores. Encravada na Serra da Mantiqueira, a vila se desenvolveu como um destino onde visitantes buscam renovação, romance, aventura e uma profunda conexão com a natureza e a cultura local.

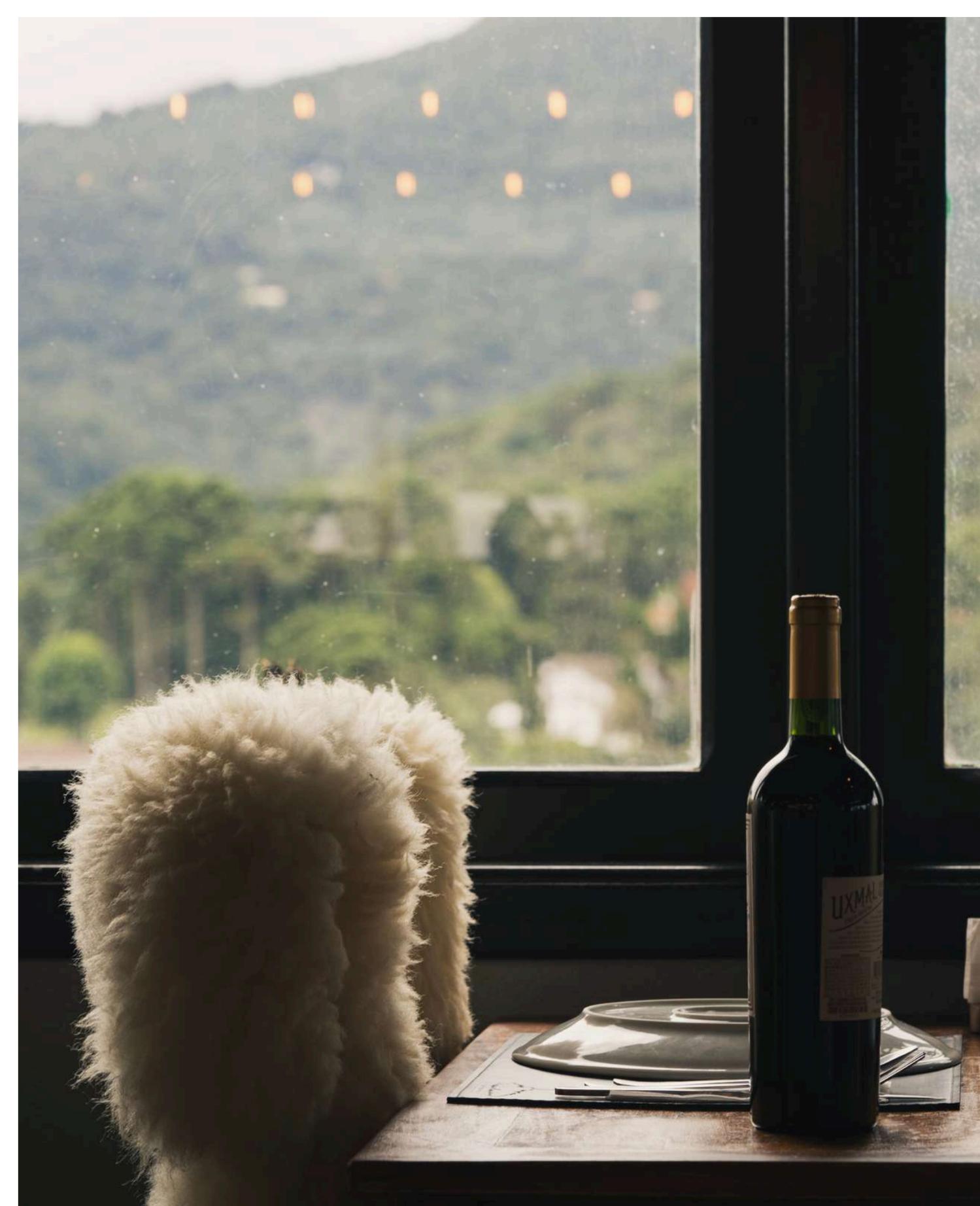
Características Principais:

Acolhedora e Convidativa;
Inspiradora e Romântica;
Culturalmente Rica;
Natureza Exuberante.

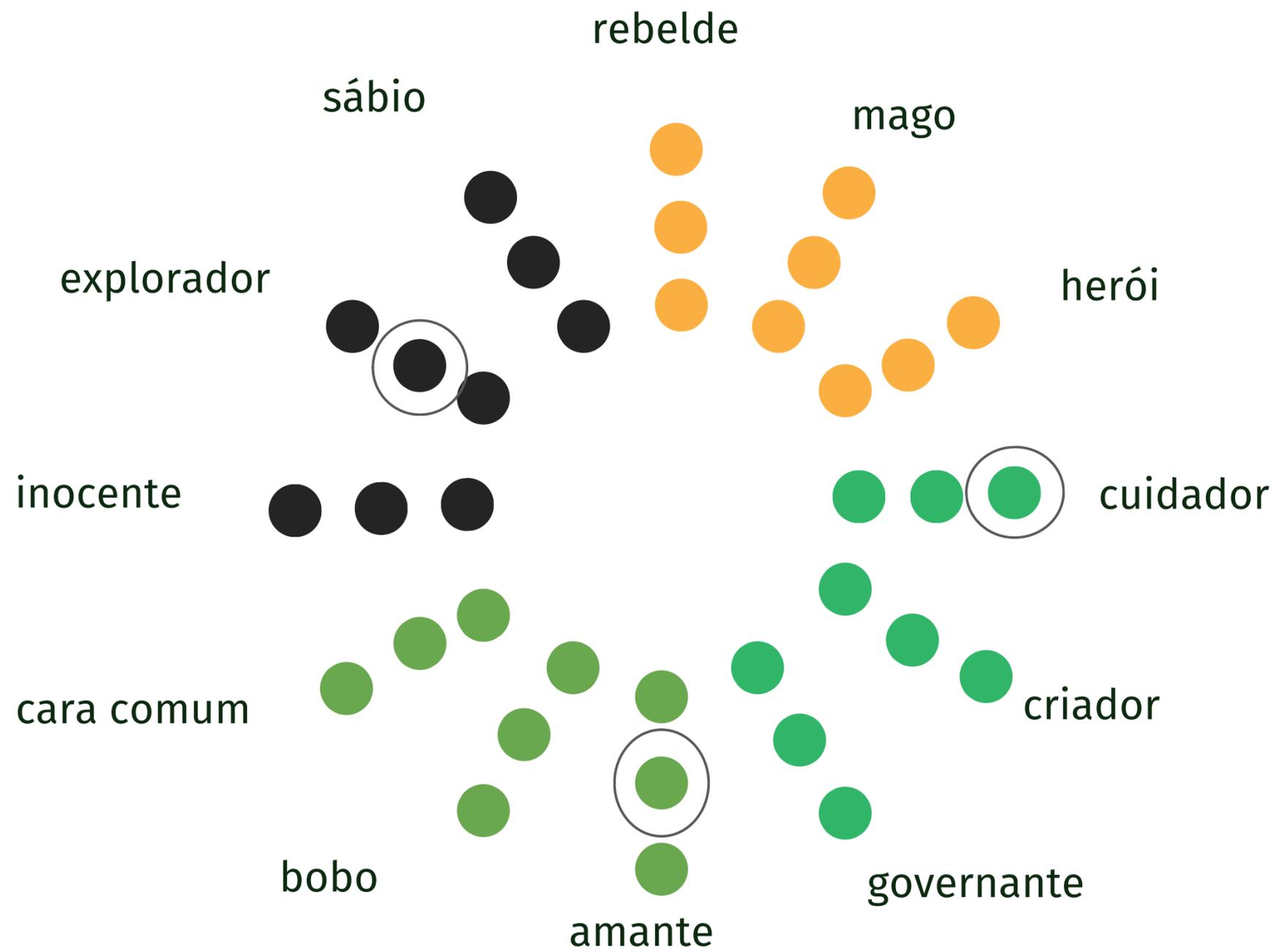
Diferenciais:

Sustentabilidade;
Hospitalidade Personalizada;
Todo Ano é Tempo de Monte Verde - 4 estações pra ser feliz e aproveitar os prazeres do frio;
Gastronomia Excepcional.

Monte Verde é mais do que um destino; é uma experiência que abraça e transforma aqueles que a visitam, criando memórias duradouras e um desejo constante de retornar.



ARQUÉTIPO



ARQUÉTIPO PRINCIPAL

O CUIDADOR



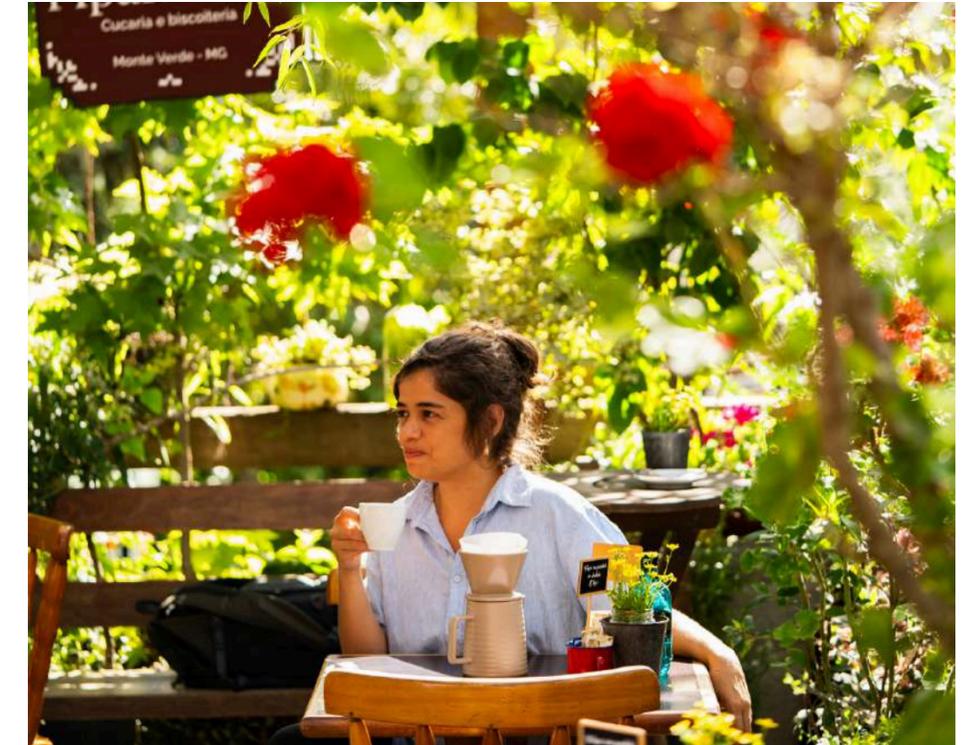
Protetor e Nurturador

Monte Verde se apresenta como um **refúgio seguro**, onde visitantes podem encontrar **paz e renovação longe do estresse da vida urbana**. O destino se dedica a cuidar do bem-estar de seus visitantes, **garantindo que se sintam seguros, relaxados e cuidados**.



Empático e Acessível

A vila é conhecida por sua **hospitalidade calorosa**, criando um ambiente onde **todos se sentem bem-vindos**.



Foco no Serviço

Toda a **experiência** em Monte Verde é **centrada no conforto e na satisfação do visitante**, seja em hospedagens confortáveis ou em cafés, restaurantes e bares charmosos e com capricho nos detalhes.

ARQUÉTIPOS SECUNDÁRIOS

O EXPLORADOR



Ressalta o desejo de Monte Verde de **oferecer aventuras e descobertas nas suas paisagens montanhosas**. Ele apela para os visitantes que buscam **escapar da rotina, explorar novos territórios e vivenciar a liberdade**.

Aventureiro e Curioso: encoraja os visitantes a explorar trilhas, parques e reservas naturais.

Independente e Intrépido: inspira os visitantes a desbravar o desconhecido, seja em uma caminhada por um bosque aos arredores da avenida principal, ou na descoberta de um novo prato local.

O AMANTE



Este arquétipo reforça a beleza, o romance e a paixão que Monte Verde evoca, **especialmente adequado para casais ou qualquer pessoa aberta a experiências autênticas, que busque uma conexão mais profunda com a natureza e com seus acompanhantes**.

Passional e Charmoso: promove experiências que intensificam os laços emocionais, como jantares à luz de velas ou passeios ao pôr do sol.

Estético e Sensual: Valoriza a beleza estética do destino, desde suas vistas deslumbrantes até a cuidadosa preparação de alimentos.

SOCIAL VOICE

Como a marca se comunica nas redes sociais?

SAUDAÇÃO

Quando um usuário novo comenta ou segue a página, responda com uma mensagem acolhedora que reflete a hospitalidade de Monte Verde.

Exemplo: "Bem-vindo à nossa pequena parte do paraíso, [nome do usuário]! 🌞 Estamos aqui para fazer sua experiência conosco inesquecível. Se tiver qualquer pergunta, estamos à disposição! 🌿"

EMOJIS

Utilize emojis que representem a flora e fauna local, as atividades ao ar livre e a atmosfera acolhedora do destino. Escolha ícones que reforcem as características únicas de Monte Verde em cada postagem para envolver e encantar o público.

Exemplos:

- Ao falar sobre trilhas e caminhadas: 🥾🌲🏞️
- Discutindo pontos de relaxamento e chalés: 🏠🔥🍰
- Promovendo a gastronomia local: 🍷🍇🍷
- Divulgando festivais ou eventos culturais: 🎉🎵🎨
- Ao abordar a fauna local: 🦉🐦🐻

FEEDBACK POSITIVO

Agradeça e reforce a positividade, conectando a experiência do usuário com o que Monte Verde oferece.

Exemplo: "Muito obrigado pelo carinho, [nome do usuário]! 😊 É maravilhoso saber que você aproveitou sua estadia! Esperamos ver você novamente em breve para mais histórias memoráveis. 🌿❤️"

ERRO CRÍTICO

Em caso de erros críticos ou problemas significativos comunicados nas redes sociais, aborde-os diretamente com seriedade e compromisso em resolver.

Exemplo: "Estamos cientes do problema que ocorreu [descrever brevemente o problema] e sinceramente pedimos desculpas pelo inconveniente. Estamos trabalhando arduamente para resolver isso o mais rápido possível e garantir que não ocorra novamente. Agradecemos sua paciência e compreensão. 🙏"

FEEDBACK NEGATIVO

Responda com empatia e ofereça uma solução ou compensação, se apropriado. Sempre mantenha um tom calmo e profissional.

Exemplo: "Olá, [nome do usuário], sentimos muito por não ter atendido suas expectativas desta vez. 😞 Gostaríamos de saber mais sobre sua experiência para melhorar. Por favor, envie-nos uma mensagem privada para discutirmos como podemos fazer isso certo. ✨"

TOM DE VENDA

Quando promover produtos ou serviços, faça isso de maneira sutil, focando nos benefícios emocionais e experiências que os usuários terão ao visitar Monte Verde.

Exemplo: "Descubra o refúgio perfeito em Monte Verde! 🏡 Nossas cabanas oferecem o conforto e a paz que você precisa para se reconectar com a natureza e renovar suas energias. Reserve sua aventura agora e sinta o verdadeiro espírito da montanha! 🌞✨"

BUYER PERSONA

Novos Ricos Urbanos

Nome: Gabriel Moreira **Idade:** 36

Arquétipo: O Criador

Este arquétipo é movido pela necessidade de criar coisas de valor duradouro e de expressar-se. Gabriel é inovador, empreendedor e sempre procura deixar sua marca no mundo, seja através de seu negócio de tecnologia ou nas escolhas de estilo de vida e consumo.

Características: Ambicioso, estiloso, moderno e socialmente ativo.

Palavras-chave: luxo, exclusividade, inovação, startup, tecnologia e design.

Infos rotina e trabalho: rotina intensa com foco em produtividade e inovação. Frequentes reuniões de negócios e networking

Infos família e hobbies: Casado, sem filhos. Aprecia tecnologia, design, e viagens para destinos exclusivos onde pode relaxar ou ter experiências culturais enriquecedoras.

Infos culturais: Interessado em arte moderna, inovação gastronômica e sustentabilidade.

Hábitos digitais: Ativo nas redes sociais, especialmente Instagram e LinkedIn. Utiliza plataformas digitais para planejamento de viagens e reservas online.

Desafio Principal: Encontrar equilíbrio entre vida profissional acelerada e momentos de lazer e desconexão.

Sonhos e motivações: Ascender ainda mais profissionalmente, consolidar sua startup no mercado, e desfrutar de viagens e experiências únicas que refletem seu sucesso.

Dores e Medos: Temor de não conseguir desconectar do trabalho e não aproveitar verdadeiramente o tempo de lazer. Preocupação com a privacidade e segurança em viagens.

Soluções: Experiências de viagem que combinem luxo, exclusividade e contato com a natureza ou cultura local, hospedagens que ofereçam privacidade e serviços personalizados. Além de experiências gastronômicas exclusivas e hospedagens de luxo, Gabriel valoriza momentos românticos que podem ser vivenciados em ambientes únicos e privativos. Oferecer pacotes que incluam jantares à luz de velas, experiências de spa para casais e passeios privados pode atender ao seu desejo de romantismo e exclusividade.

BUYER PERSONA: Novos Ricos Urbanos

Gabriel vive um estilo de vida dinâmico e está sempre em busca de novas experiências e tendências. Valoriza a qualidade e o design em tudo o que consome. Tem uma rotina agitada e, por isso, busca momentos de relaxamento e experiências exclusivas em seus passeios.

Interesses:

- **Gastronomia e Cultura:** apaixonado por experiências gastronômicas que combinam sabores locais com inovações culinárias. Interessa-se por pratos que unem qualidade, personalidade e modernidade.
- **Estilo e Beleza:** prefere destinos que ofereçam uma combinação de beleza natural com conforto e elegância. Gosta de hospedagens que ofereçam privacidade e serviços personalizados.
- **Vida Interiorana e Autenticidade:** busca experiências que proporcionem um contato genuíno com a vida no interior, mas sem abrir mão do luxo e da sofisticação.
- **Atividades ao Ar Livre:** interessa-se por passeios ao ar livre que possam ser compartilhados nas redes sociais, como trilhas, roteiros de quadriciclo ou mirantes e outros pontos turísticos fotogênicos.

Comportamento de Viagem:

- Prefere hospedagens um pouco afastadas do centro, buscando mais tranquilidade e exclusividade, mas com fácil acesso a restaurantes e atividades locais e prioriza opções com serviços personalizados para momentos românticos.
- Gosta de ambientes que promovam encontros e interações sociais com pessoas de interesses semelhantes.
- Valoriza a hospitalidade calorosa e um atendimento atencioso e personalizado.
- Tende a planejar suas viagens com antecedência para garantir as melhores experiências.

Motivações para Escolher Monte Verde:

- O desejo de **escapar do estresse urbano e se conectar com a natureza**, desfrutando de tranquilidade e beleza.
- A oportunidade de **vivenciar a cultura local por meio da gastronomia e de hospedagens premium.**
- O clima frio propício a criar momentos memoráveis a dois.
- A busca por **experiências “instagramáveis”** que possam ser compartilhadas com sua rede de contatos.

Mensagem de Marketing Resonante:

“Descubra Monte Verde, onde luxo e natureza se encontram. Viva experiências exclusivas que combinam o charme da vida no campo com o conforto que você merece. Monte Verde: um destino não apenas para ser visitado, mas para ser vivido e compartilhado.”



BUYER PERSONA

Responsáveis de Fim de Semana

Nome: Juliana Mendes **Idade:** 42

Arquétipo: O Cuidador

O Cuidador é motivado pelo desejo de cuidar dos outros de maneira altruísta. Juliana busca proteger sua família e garantir que cada experiência compartilhada seja segura, educativa e agradável, refletindo seu compromisso e amor pelos filhos.

Características: Organizada, cuidadosa, dedicada e amorosa.

Palavras-chave: família, educação, natureza, segurança, conforto.

Infos rotina e trabalho: gerente de projetos em uma empresa de tecnologia, trabalha em regime de home office e presencial alternados.

Infos família e hobbies: casada, mãe de dois filhos, um de 10 e outro de 13 anos. Aprecia leitura, jardinagem e passeios ao ar livre com a família.

Infos culturais: valoriza atividades educativas, histórias locais e tradições culturais.

Hábitos digitais: usa a internet para pesquisar destinos, atividades para crianças e opiniões de outros viajantes em fóruns e redes sociais.

Desafio Principal: Equilibrar a demanda do trabalho com qualidade de tempo junto à família.

Sonhos e motivações: proporcionar uma educação de qualidade e experiências memoráveis para seus filhos, além de construir um legado familiar forte.

Dores e Medos: medo de não estar presente o suficiente para seus filhos e de que suas viagens não atendam às necessidades de todos na família.

Soluções: destinos que ofereçam atividades para diferentes idades, com segurança e conforto.

Juliana também aprecia escapadas românticas com o marido, que permitem que o casal se reconecte. Proporcionar opções de cuidado infantil no local ou atividades seguras para crianças enquanto os pais desfrutam de algumas horas juntos pode ser uma oferta atraente.

BUYER PERSONA: Responsáveis de Fim de Semana

Juliana tem uma vida profissional intensa e valoriza cada momento de descanso e qualidade com a família. Ela busca equilibrar sua carreira de sucesso com um tempo significativo e enriquecedor com seus filhos e marido e com seu pet.

Interesses:

- **Família e Educação:** focada em proporcionar experiências educativas e divertidas para seus filhos. Prefere destinos seguros e amigáveis para crianças e gosta de levar seu cachorro nas viagens.
- **Conforto e Conveniência:** gosta de hospedagens que ofereçam o mesmo nível de conforto de sua casa, com amenidades de alta qualidade e vistas naturais.
- **Atividades de Lazer:** interessa-se por atividades que possam ser apreciadas em família, como trilhas leves, passeios culturais e parques.
- **Descanso e Bem-Estar:** valoriza momentos de relaxamento e bem-estar, como spas, massagens e espaços tranquilos para ler e descansar.

Comportamento de Viagem:

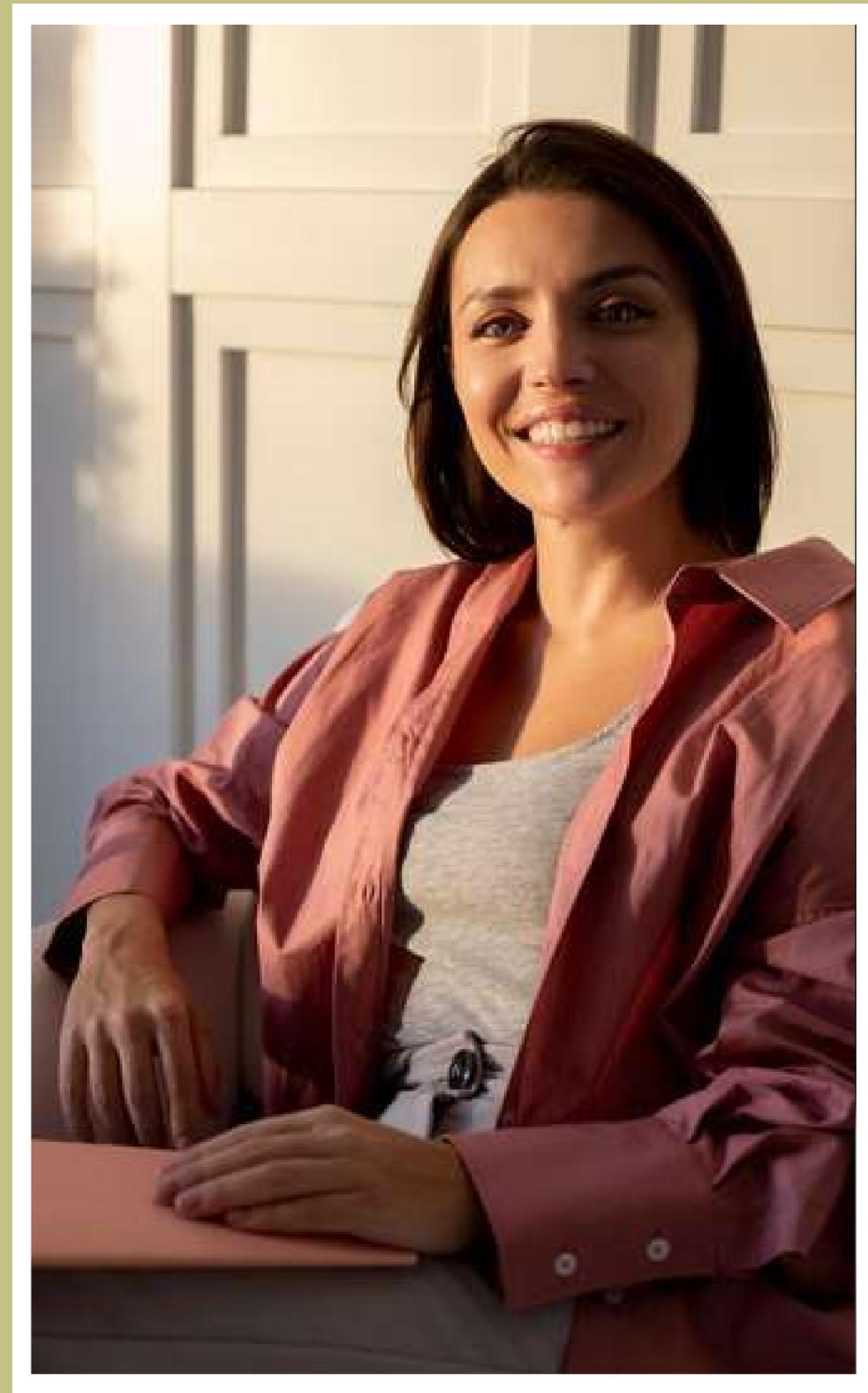
- Planeja as viagens com foco nas férias escolares e feriados, procurando destinos que ofereçam uma variedade de atividades para toda a família.
- Prioriza destinos que combinem atividades para adultos e crianças, para que todos possam desfrutar juntos.
- Valoriza um ambiente familiar, seguro e acolhedor em suas escolhas de viagem.

Motivações para Escolher Monte Verde:

- O interesse em atividades ao ar livre que sejam educativas e divertidas para seus filhos.
- Atraída por um ambiente tranquilo e romântico que oferece espaços para casais relaxarem juntos.
- A busca por uma experiência de hospedagem que ofereça conforto e bons visuais.

Mensagem de Marketing Resonante:

“Venha para Monte Verde e encontre o equilíbrio perfeito entre relaxamento e aventura segura para sua família. Explore as paisagens ao ar livre, aprenda sobre a cultura dos imigrantes, e, ao final do dia, relaxe em acomodações confortáveis ao redor de uma lareira ou da fogueira no jardim. Monte Verde, um refúgio para famílias que valorizam o tempo juntas.”



BUYER PERSONA

Madame Dependente
(“dependente” de serviços/estrutura)

Nome: Claudia Silva

Idade: 47

Arquétipo: O Explorador

O Explorador está sempre em busca de novas experiências, mas dentro de um contexto seguro e estruturado. Claudia deseja expandir seus horizontes enquanto mantém um nível confortável de controle e segurança das suas experiências, refletindo seu interesse em explorar novos destinos com uma rede de apoio.

Características: Exigente, sofisticada, cautelosa e aberta a novas experiências.

Palavras-chave: família, educação, natureza, segurança, conforto.

Infos rotina e trabalho: Proprietária de uma boutique. Seu trabalho requer atenção aos detalhes e um alto nível de interação com clientes.

Infos família e hobbies: divorciada, com vida financeira estável. Tem dois filhos adultos que moram fora. Gosta de arte, moda e jardinagem.

Infos culturais: interesse por história da moda, arte e destinos com um forte patrimônio cultural.

Hábitos digitais: prefere buscar recomendações por meio de blogs de viagem e sites de avaliação.

Desafio Principal: Encontrar destinos de viagem que combinem segurança, conforto e novas experiências culturais.

Sonhos e motivações: Explorar novos lugares enquanto desfruta de um alto padrão de serviço e comodidade.

Dores e Medos: insegurança em explorar destinos desconhecidos sem um planejamento detalhado e apoio.

Soluções: pacotes de viagem completos que incluem guias turísticos, transporte e hospedagem de qualidade.

BUYER PERSONA: Madame Dependente de Serviços

Claudia valoriza conforto, qualidade e experiências tranquilas em suas viagens. Ela aprecia viagens bem planejadas com roteiros claros e serviços completos. É aberta a novas experiências, mas prefere ter um guia ou apoio local.

Interesses:

- **Cultura e História:** interessada em aprender sobre a história e a cultura dos destinos que visita.
- **Comodidade e Segurança:** prioriza hospedagens e atividades que ofereçam segurança e conforto.
- **Serviços Completos:** prefere pacotes de viagem que incluam todos os serviços, desde transporte até hospedagem e refeições.

Comportamento de Viagem:

- Gosta de ter tudo planejado e organizado por uma agência de viagens, evitando surpresas ou inconvenientes.
- Prefere viajar em grupos menores, com parceiros românticos ou em companhia de amigos íntimos.
- Busca destinos que ofereçam uma combinação de relaxamento, cultura e experiências gastronômicas.

Motivações para Escolher Monte Verde:

- O desejo de explorar um novo destino que ofereça um misto de natureza, cultura e gastronomia.
- A possibilidade de ter um roteiro bem estruturado e acompanhamento local, tornando a experiência de viagem confortável e segura.
- Atraída pelo charme e a serenidade de Monte Verde, buscando um refúgio do cotidiano urbano.

Mensagem de Marketing Resonante:

“Descubra Monte Verde com o conforto e a exclusividade que você merece. Relaxe em nossos hotéis-spas com experiências terapêuticas personalizadas pra você, aproveite nossos visuais únicos em tours guiados e escolha um prato autoral de um dos nossos melhores chefs.”



BUYER PERSONA

Single Explorador

Nome: Marco Lima

Idade: 39

Arquétipo: O Aventureiro

O Aventureiro vive para a experiência e a descoberta, buscando sempre novos desafios e aventuras. Marcos é energizado por viagens que oferecem tanto a oportunidade de aventura quanto a chance de aprender e explorar culturas e histórias locais.

Características: curioso, aventureiro, sociável e aberto a novas ideias.

Palavras-chave: aventura, cultura, arquitetura, natureza e socialização.

Infos rotina e trabalho: arquiteto com um escritório próprio, envolvido em projetos criativos e inovadores.

Infos família e hobbies: solteiro e sem filhos. Interesses incluem arquitetura, fotografia e atividades na natureza.

Infos culturais: valoriza a arquitetura local, a produção artística, parques naturais, operadoras especializadas em atividades esportivas e a história dos destinos que visita.

Hábitos digitais: ativo nas redes sociais, usa apps de viagem para descobrir e planejar suas aventuras.

Desafio Principal: encontrar tempo entre projetos para viagens que satisfaçam seu desejo por aventura e cultura.

Sonhos e motivações: explorar destinos únicos e enriquecer sua vida com experiências diversas e memoráveis.

Dores e Medos: temor de cair na monotonia e não viver experiências que desafiem e expandam seus horizontes.

Soluções: destinos que ofereçam uma combinação de atividades culturais e de aventura.

BUYER PERSONA: Single Explorador

Marco tem um perfil aventureiro e é culturalmente curioso. Ele valoriza experiências autênticas e atividades ao ar livre.

Prefere viagens que combinem descobertas culturais com momentos de aventura e natureza.

Interesses:

- **Aventura e Natureza:** Interessado em trilhas, esportes na natureza e atividades ao ar livre.
- **Cultura Local:** Curioso sobre a história local, arte e arquitetura.
- **Socialização:** Aberto a fazer novas amizades e compartilhar experiências.

Comportamento de Viagem:

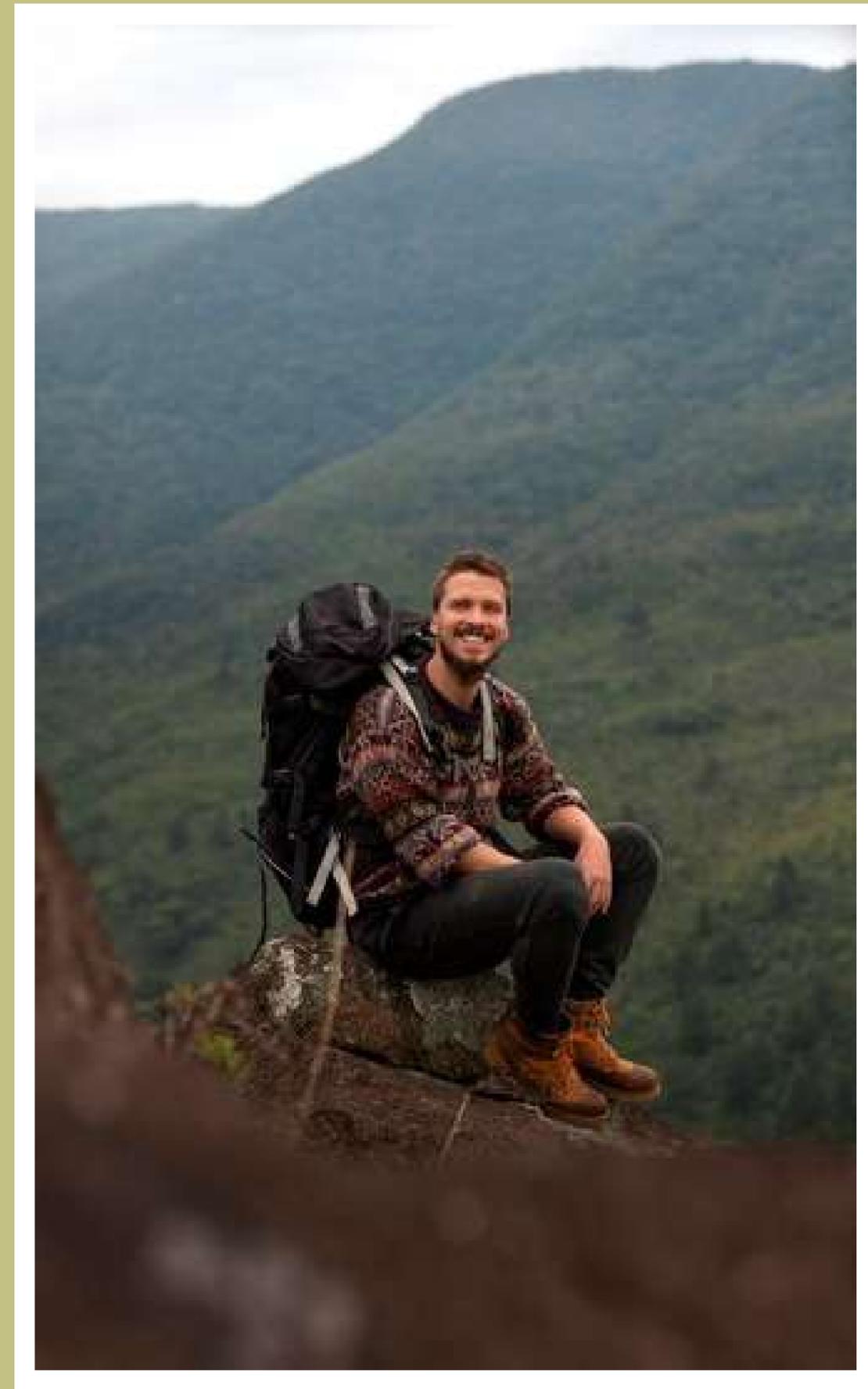
- Planeja suas viagens, mas está aberto a experiências espontâneas.
- Gosta de estar perto do centro comercial para ter acesso a restaurantes e atrações culturais.
- Prefere hospedagem que ofereça privacidade e conforto, mas que também permita fácil acesso a aventuras locais.

Motivações para Escolher Monte Verde:

- Atraído pela combinação de natureza preservada e rica herança cultural da região.
- Deseja explorar trilhas e paisagens naturais únicas, além de apreciar a arquitetura e a gastronomia locais.
- Busca um destino que ofereça tanto a oportunidade de aventura quanto momentos de relaxamento e introspecção.

Mensagem de Marketing Resonante:

“Em Monte Verde, cada caminho é uma nova descoberta. Para o explorador solteiro que busca a mistura perfeita de aventura e cultura, nosso destino oferece trilhas deslumbrantes, rica herança histórica e uma vibrante cena social. Venha vivenciar experiências autênticas, conectar-se com a natureza e com pessoas incríveis em um lugar onde cada momento se transforma em uma memória inesquecível.”



DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Ao longo do ano, é importante trabalhar diferentes campanhas promocionais do destino

DATAS COMEMORATIVAS E OCASIÕES DE VIAGEM

Criar ações direcionadas para potencializar datas sugestivas, como *Valentine's Day*, Dia das Mães, férias e feriados nacionais.

EVENTOS OFICIAIS DO DESTINO

Criar materiais de divulgação oficiais e compartilhar com *trade* sobre eventos a serem consolidados, como Natal nas Montanhas, Pedal Luz e Festival Gastronômico, por exemplo.

POSICIONAMENTO BASEADO NAS VOCAÇÕES DO DESTINO

Criar campanhas inspiradoras para fortalecer as diferentes vocações do destino: romance, natureza, gastronomia e bem estar.



CAMPANHAS

Após identificar os diferentes motes de promoção do destino, é preciso eleger os *highlights*, ou temas guarda-chuva, para fortalecer a marca já consolidada do destino e criar novas reputações para atingir novos públicos e fomentar o turismo na baixa temporada. Essas campanhas contarão com:

**SÉRIES AUDIOVISUAIS
ESPECIAIS COM
PRODUÇÕES
ELABORADAS**

**TRÁFEGO PAGO COM
INVESTIMENTOS
DIFERENCIADOS**

**MARKETING DE
INFLUÊNCIA COM
PARCERIAS
PAGAS**

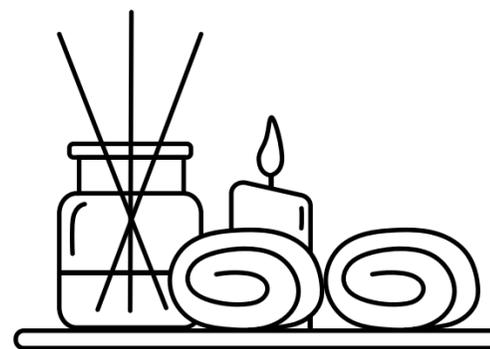
AÇÕES INTEGRADAS

Para fortalecer as campanhas do destino, vale articular com o trade e mídias locais promoções que gerem visibilidade para as mensagens e programações dos eventos ou atrações.



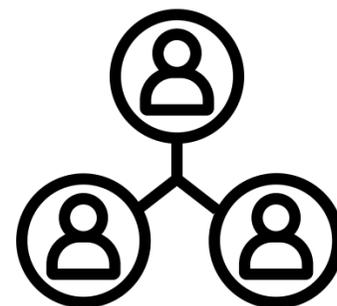
PASSAPORTES

Exemplo: quem visitar MV durante o evento Amor na Montanha, ganha um passaporte com informações sobre experiências românticas, para fazer *check in* em atividades de empresa parceiras do evento. Exemplo: trilha para a Pedra Redonda com operadora x, terapia do vinho no SPA y, entrada no parque z, jantar à luz de velas nos restaurantes cadastrados.



PROMOÇÕES CRUZADAS

Estimular o trade a realizar promoções relacionadas a eventos e campanhas institucionais. Exemplo: quem se inscrever em uma atividade x do Festival Gastronômico, ganha x % de desconto na pousada y; Quem vier para o Natal nas Montanhas, ganha um brinde x no parque y.

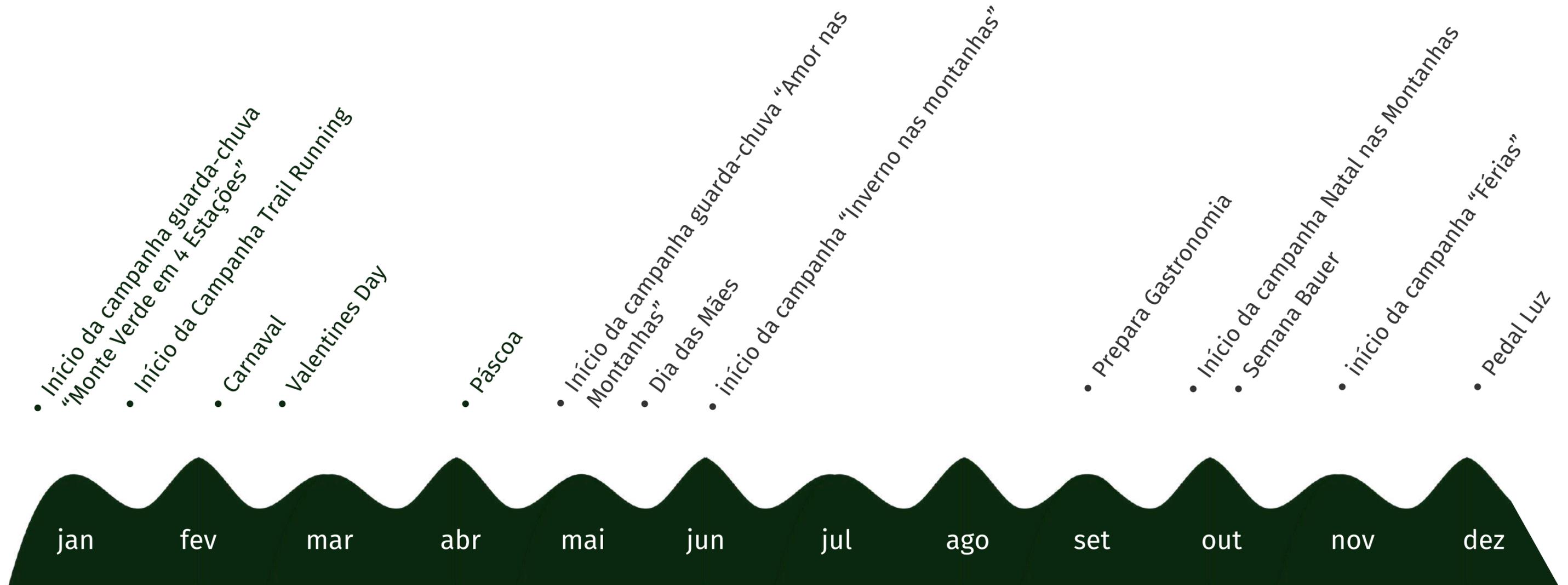


COLABS DE DIVULGAÇÃO

Postagens de divulgação da programação em colab entre parceiros do evento no Instagram.

CAMPANHAS

Quais campanhas serão trabalhadas no período



Conteúdo always-on



Ex. CAMPANHA 1

Monte Verde em 4 Estações



Imagine um lugar onde cada estação do ano traz um encanto único, transformando a mesma paisagem em quatro cenários distintos e igualmente mágicos. Esse lugar é **Monte Verde**, um refúgio nas montanhas em que a natureza preservada se revela em diferentes formas, cores e atrativos ao longo do ano.

MV em 4 Estações

A campanha “Monte Verde em Quatro Estações” visa ressaltar a singularidade de Monte Verde em cada estação, com o objetivo de atrair visitantes ao longo do ano inteiro, diversificando a ocupação turística na baixa temporada. A campanha será segmentada em quatro partes, cada uma dedicada a uma estação específica:

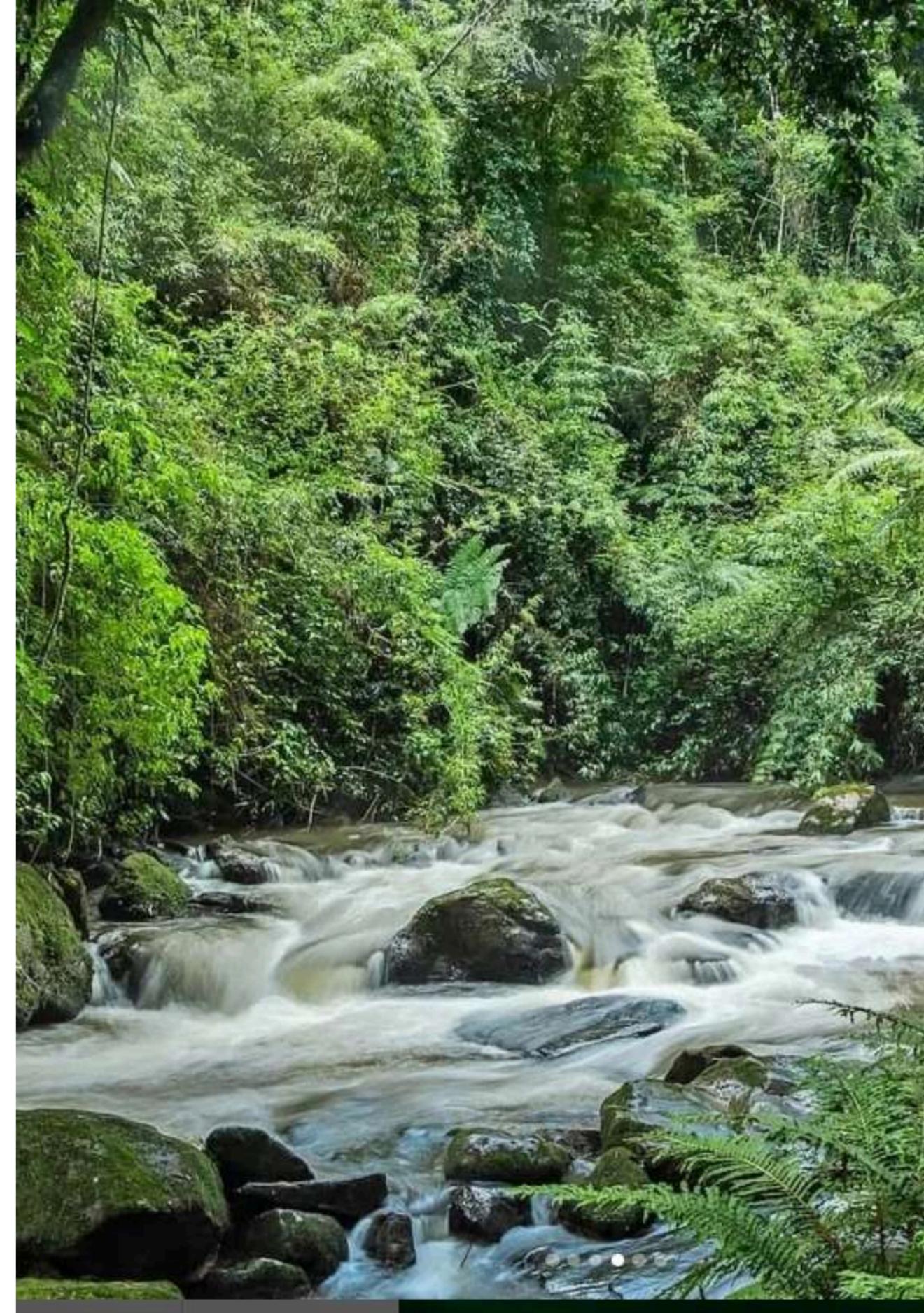
Primavera: trabalharemos conteúdo sobre os jardins floridos de MV e campos de lavanda, tours fotográficos, *birdwatching* e rota dos ateliês de pintura Bauer.

Verão: Monte Verde como um refúgio ideal para quem quer escapar do calor intenso e da superlotação do litoral. Reforçar o potencial para atividades ao ar livre refrescantes, como visitas a cachoeiras, roteiros off road e atividades de ecoturismo para crianças e adultos: arborismo, tirolesa, cavalgada etc.

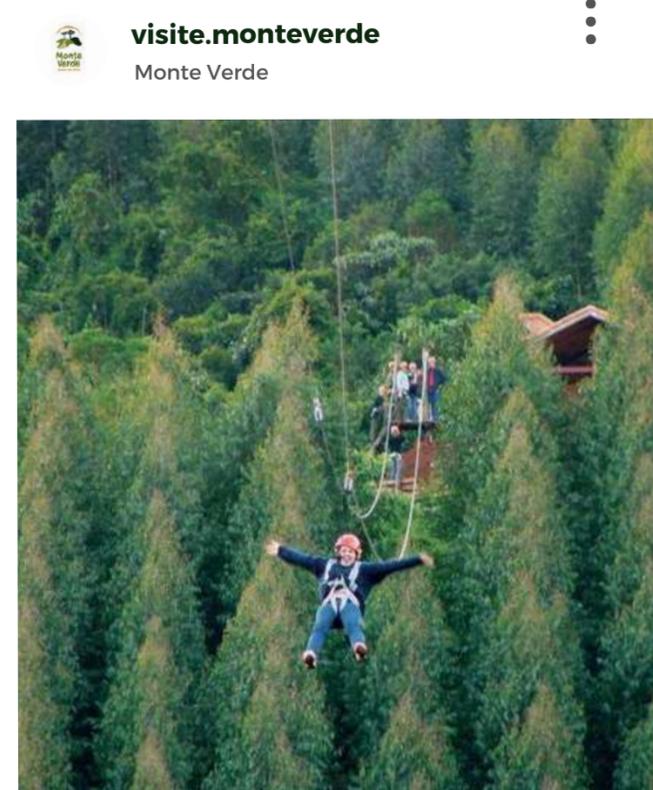
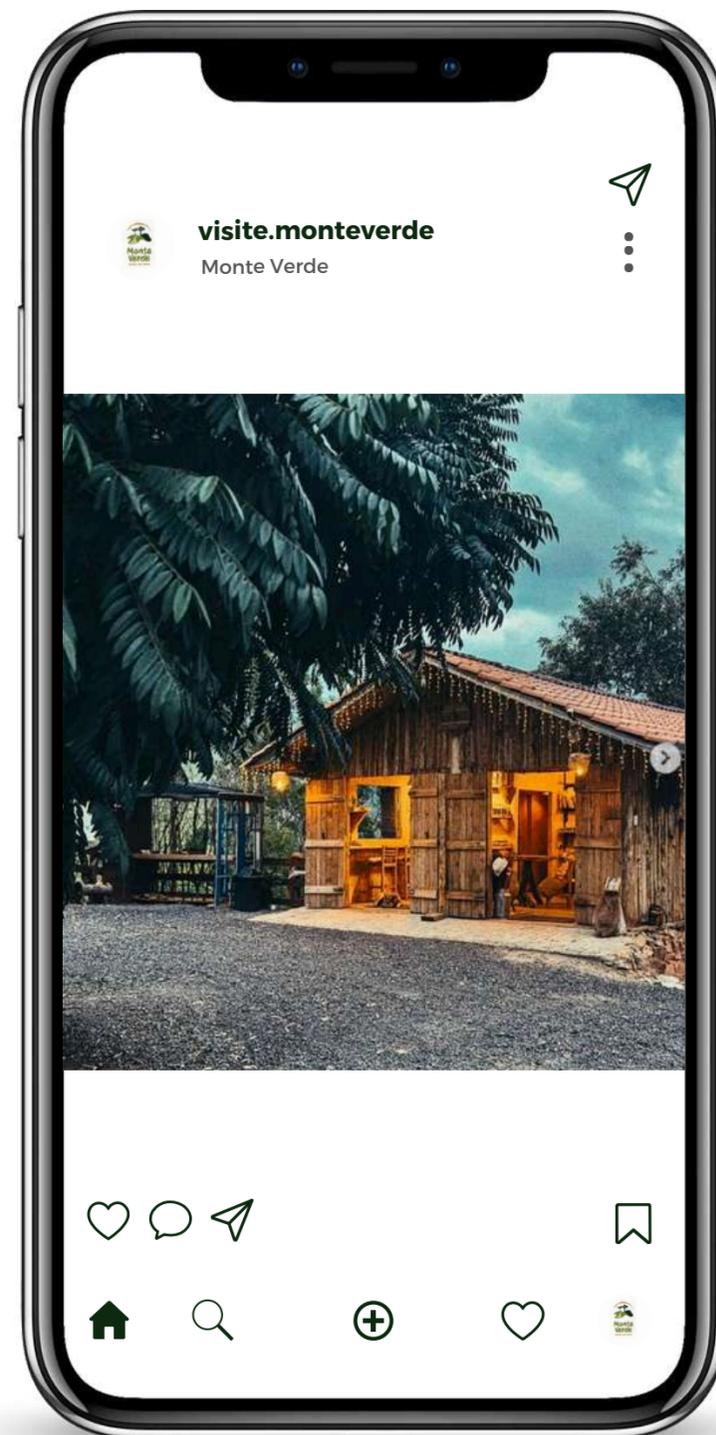
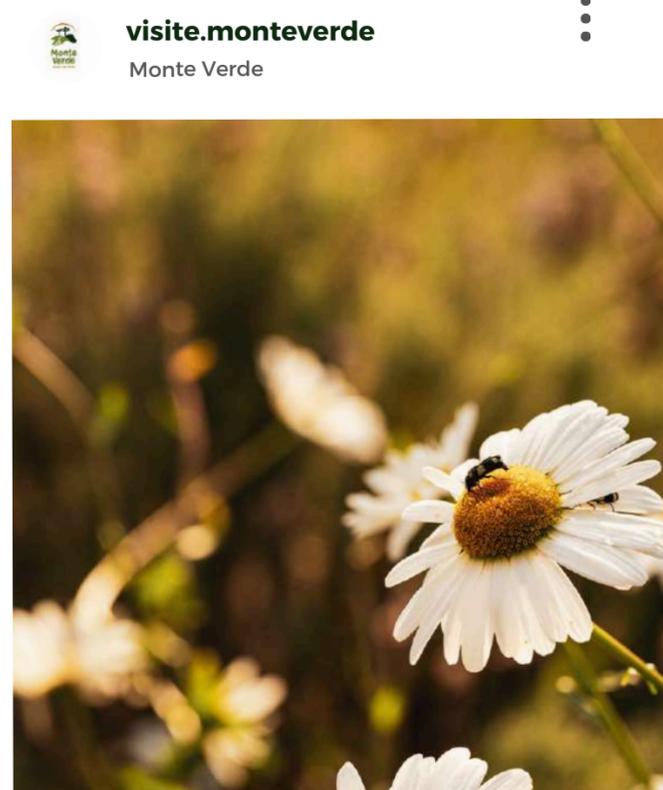
Outono: Monte Verde ideal para trekking na montanha, passeios em parques naturais, tours de bicicleta e degustação de chocolate e outras iguarias artesanais.

Inverno: Monte Verde como melhor destino para experimentar os prazeres de inverno: experiências aconchegantes, hospedagens com lareira, caminhadas na neblina e festivais locais que celebram o amor, a cultura e a alta gastronomia.

Para cada estação, desenvolveremos materiais de marketing específicos, organizaremos eventos sazonais e colaboraremos com parceiros locais para maximizar o apelo turístico. A performance da campanha será continuamente avaliada através de KPIs específicos, permitindo ajustes em tempo real para otimizar o engajamento e aumentar as visitas.



DESDOBRAMENTOS



O conteúdo das redes sociais para a campanha "Monte Verde nas 4 Estações" será cuidadosamente planejado para refletir a diversidade de experiências que o destino oferece ao longo do ano. Cada post será projetado para capturar a essência de cada estação com imagens vibrantes e textos envolventes que ressoem com a brand persona e o tom de voz definidos anteriormente. Por exemplo, imagens de trilhas cobertas de folhas no outono, acompanhadas de textos que convidem os seguidores a explorar a serenidade do ambiente. Utilizaremos hashtags estratégicas e incentivaremos a interação por meio de perguntas e chamadas para compartilhamento de experiências pessoais, aumentando assim o engajamento e a visibilidade dos posts.

DESDOBRAMENTOS

Newsletters

As newsletters serão utilizadas para manter uma conexão contínua com aqueles que já demonstraram interesse por Monte Verde. Cada edição da newsletter será temática, correspondente à estação vigente, e incluirá conteúdo exclusivo como guias de atividades sazonais, promoções especiais para hospedagem e eventos, e dicas de viagem. Este canal direto não apenas nutre o relacionamento com o público existente, mas também incentiva reservas ao destacar os atrativos imediatos do destino, garantindo que Monte Verde permaneça uma escolha top of mind ao longo de todo o ano.

Tráfego Pago

Utilizando plataforma Meta, podemos criar anúncios direcionados que destacam os atrativos únicos de cada estação. Segmentando os anúncios de acordo com interesses específicos das personas identificadas, como amantes da natureza no verão ou buscadores de aconchego no inverno, aumentamos as chances de atrair visitantes com grande potencial de interesse pelo destino. Os anúncios serão ajustados continuamente para otimizar o desempenho e garantir que o investimento gere o máximo retorno em termos de tráfego qualificado para o site e conversões em reservas, além de engajamento nas plataformas sociais. A mensuração será feita por meio de KPIs claros, como taxa de cliques (CTR), custo por clique (CPC), e conversões de reserva, para assegurar que os objetivos de marketing estejam sendo cumpridos.

DESDOBRAMENTOS

Assessoria de Imprensa

As mensagens a serem veiculadas e o mailing trabalhado deverão ser alinhados com a assessoria de imprensa para maior efetividade da campanha. O foco é divulgar as diferentes atividades e experiências que o destino proporciona a cada época do ano, sempre reforçando a mensagem que o destino oferece clima ameno em todas as estações.

Marketing de Influência

A campanha se beneficiará significativamente do marketing de influência, onde influenciadores cuidadosamente selecionados que alinham com nossas personas e valores da marca serão convidados a experienciar Monte Verde em diferentes estações. Cada influenciador produzirá conteúdo autêntico, como Reels ou vlogs, que destacam suas experiências pessoais, desde aventuras ao ar livre até experiências em spas locais. Esta abordagem não apenas humaniza a marca, mas também expande nosso alcance para os seguidores dos influenciadores, proporcionando uma visibilidade autêntica e impactante para novos públicos de nicho.

Ex. CAMPANHA 2

Amor nas montanhas



Monte Verde é um destino excepcional para viver a dois, pois as conexões se renovam em meio às montanhas. O friozinho, que impera durante quase o ano todo, as paisagens da Serra da Mantiqueira e as hospedagens charmosas fazem da vila a queridinha dos casais. Banheira de hidromassagem e lareira nos quartos são diferenciais em muitas pousadas e hotéis. O evento "Amor nas Montanhas" intensifica o clima de romance. Durante os meses de junho e julho, a atmosfera do vilarejo se transforma, com decorações encantadoras, música ao vivo e mimos para os namorados, fortalecendo Monte Verde como um destino intimista, perfeito para se viver importantes momentos a dois.

Amor nas Montanhas

A campanha digital "Amor nas Montanhas" é uma estratégia integrada, planejada para promover o evento anual organizado pela MOVE, que acontece durante o mês de junho (abarcando o Dia dos Namorados).

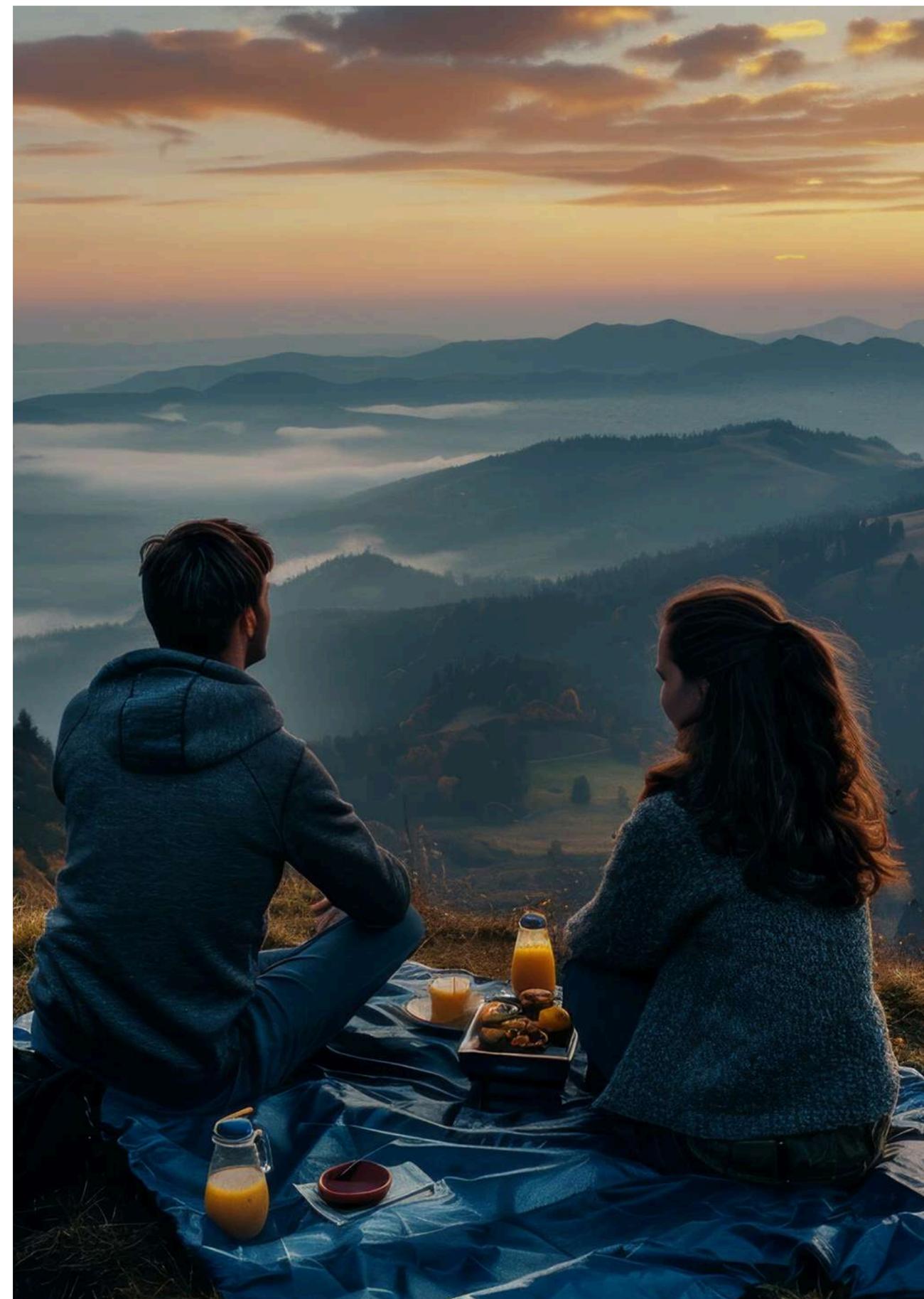
A campanha será alavancada por meio de uma abordagem multiplataforma, utilizando:

Marketing de Conteúdo: conteúdo visual e narrativo que captura a essência romântica de Monte Verde, destacando experiências únicas como vivências em spas, hospedagens intimistas, jantares à luz de velas e atividades ao ar livre com visual inspirador.

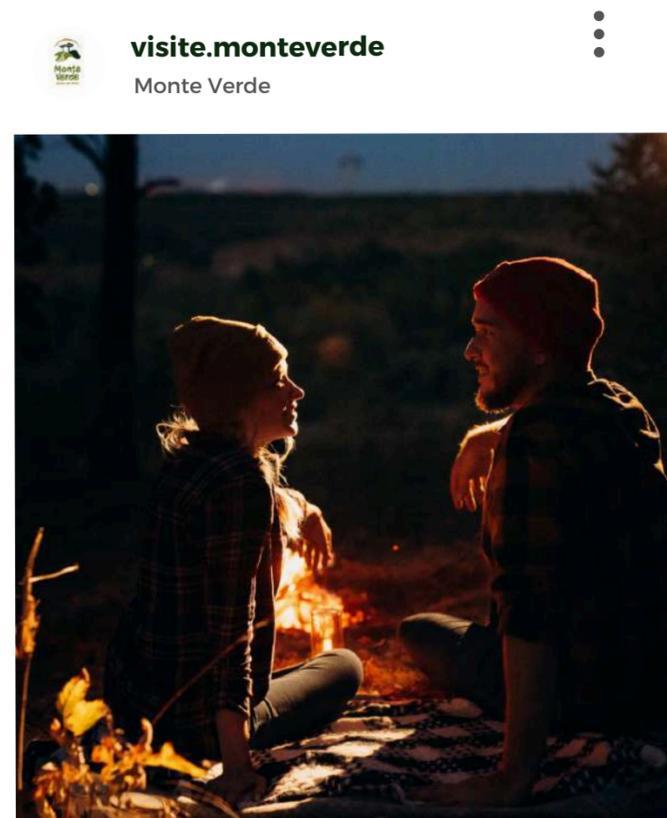
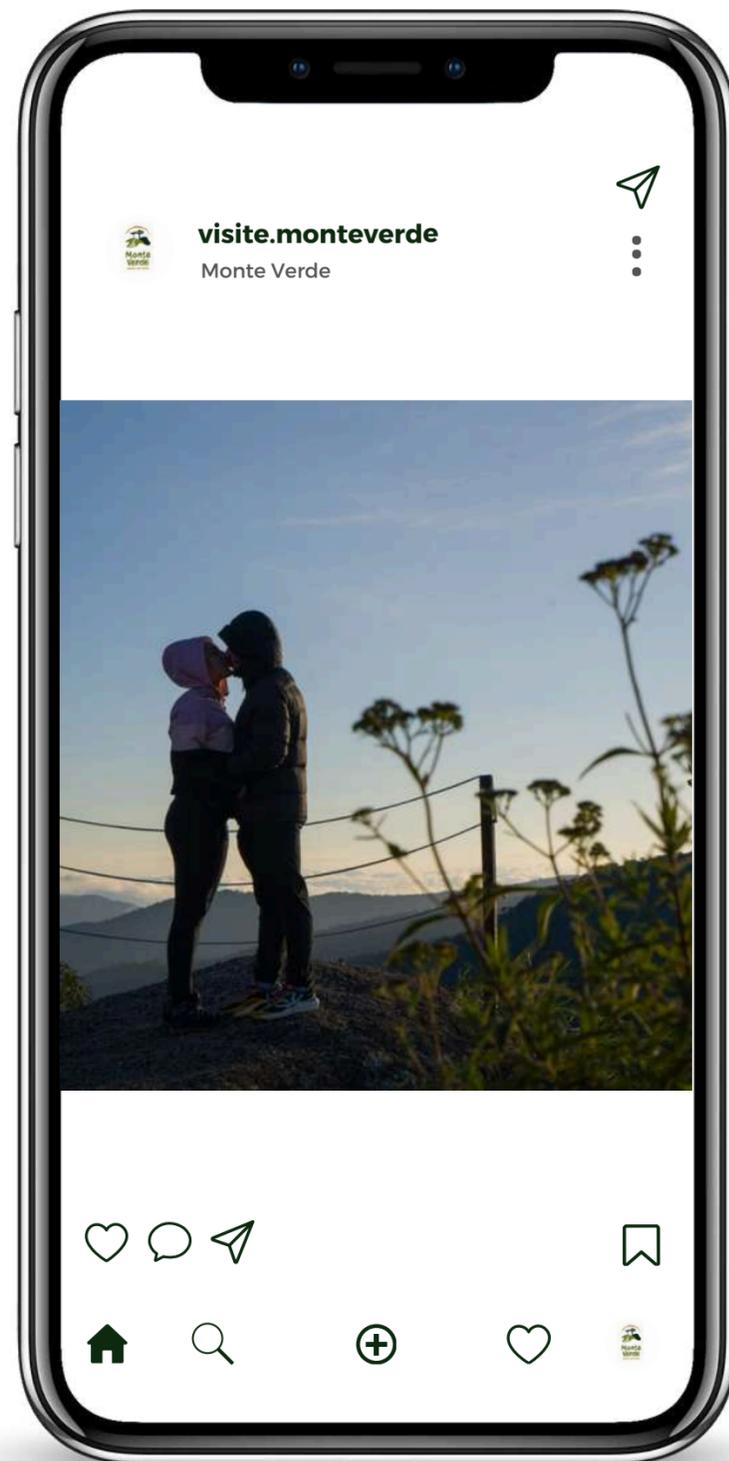
Publicidade Segmentada: campanhas direcionadas em plataformas como Google Ads e redes sociais, utilizando segmentação precisa para alcançar casais interessados em uma escapada romântica.

Engajamento Interativo: utilização de hashtags temáticas, concursos e interações em tempo real para manter o público engajado e incentivá-los a compartilhar suas próprias histórias de amor.

Além de promover o evento, a campanha tem o papel de solidificar a posição de Monte Verde como um refúgio romântico, aproveitando a atmosfera única do vilarejo para criar um cenário perfeito de romance e conexão.



DESDOBRAMENTOS



Para as redes sociais, serão criados conteúdos especificamente para ressoar com as personas identificadas, como casais em busca de uma fuga romântica ou recém-casados. Utilizaremos imagens e vídeos que capturem momentos íntimos e românticos em Monte Verde, como jantares à luz de velas ou passeios a dois pelas trilhas. As postagens enfatizarão experiências autênticas e sugerirão atividades que casais podem desfrutar juntos, reforçando a mensagem de conexão e intimidade.

DESDOBRAMENTOS

Newsletters

Para a campanha de email marketing "Amor nas Montanhas", desenvolveremos uma série de emails que capturam a essência romântica do evento. O primeiro email será um convite visualmente encantador, que introduz o evento e seus atrativos principais, como decorações temáticas e programações especiais. Seguirão emails que compartilham histórias de amor inspiradoras de visitantes anteriores, destacando a atmosfera mágica de Monte Verde. Cada email incentivará o leitor a descobrir mais no site oficial e nas redes sociais, com chamadas para ação que direcionam para artigos detalhados, galerias de fotos do evento anterior, e a programação completa do evento. A segmentação será feita para engajar casais, famílias e interessados em experiências românticas, utilizando dados comportamentais para ajustar a relevância do conteúdo.

Tráfego Pago

Para a campanha "Amor nas Montanhas", utilizaremos a plataforma Meta para veicular anúncios segmentados que ressaltem as experiências românticas de Monte Verde. Esses anúncios serão direcionados a casais em busca de uma escapada romântica, destacando atividades como jantares à luz de velas e passeios ao pôr do sol. Ajustaremos as campanhas em tempo real para otimizar o engajamento e as conversões, com foco em KPIs como taxa de cliques (CTR) e custo por aquisição (CPA), garantindo um retorno efetivo sobre o investimento.

DESDOBRAMENTOS

Assessoria de Imprensa

Trabalharemos com assessoria de imprensa para garantir cobertura em publicações focadas em estilo de vida e viagens românticas. Artigos e matérias especiais serão planejados para destacar as histórias reais de casais que escolheram Monte Verde para celebrar momentos especiais, transmitindo a essência do destino como ideal para celebrações de amor.

Marketing de Influência

Selecionaremos influenciadores que ecoem os valores e interesses de nossas personas, especialmente aqueles que valorizam experiências românticas e naturais. Estes influenciadores visitarão Monte Verde antes do evento, proporcionando uma prévia das atrações e atividades relacionadas à temática. Eles compartilharão conteúdo que captura a essência de uma escapada romântica em Monte Verde, destacando acomodações charmosas, jantares à luz de velas e trilhas pitorescas. A narrativa será desenhada para criar um desejo no público de vivenciar essas experiências, incentivando-os a fazer reservas antecipadas para o período.

Ex. CAMPANHA 3

Natal nas montanhas



O Natal em Monte Verde é uma experiência que transcende a simples celebração das festas de fim de ano. Na vila, os visitantes podem vivenciar momentos inesquecíveis em um cenário mágico e acolhedor, onde o espírito do Natal toma conta das montanhas. A programação inclui espetáculos ao livre (ou em galerias da cidade), como shows, apresentações de dança, teatro e contação de histórias. A Campanha de Natal tem como objetivo associar o destino ao imaginário do Natal e posicionar MV como opção para famílias que têm interesse em escapar da superlotação, ou das altas temperaturas das praias nessa época do ano e proporcionar experiências divertidas e marcantes para as crianças.

Natal nas Montanhas

A campanha digital "Natal nas Montanhas" é uma estratégia integrada, planejada para promover o evento de Natal organizado pela MOVE, que acontece durante o mês de dezembro.

A campanha será alavancada por meio de uma abordagem multiplataforma, utilizando:

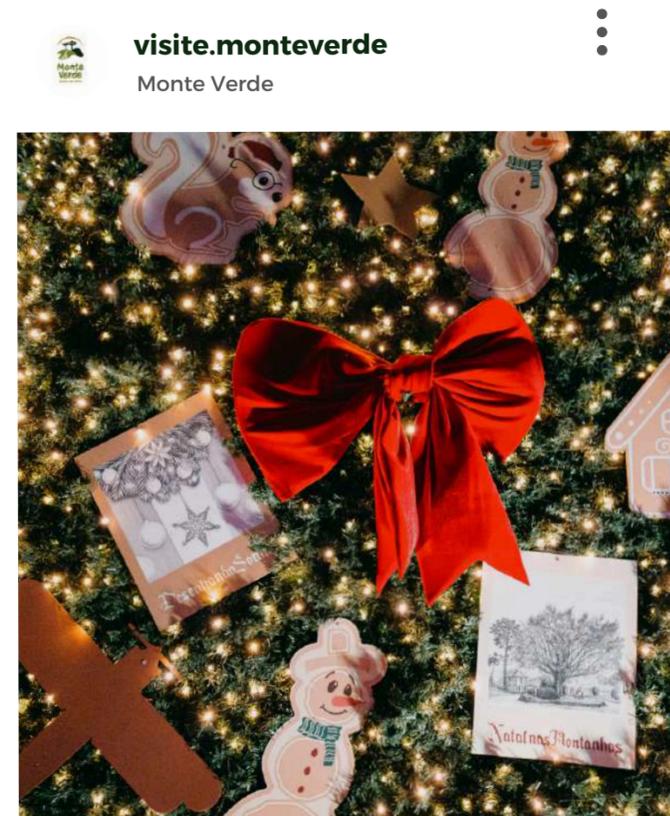
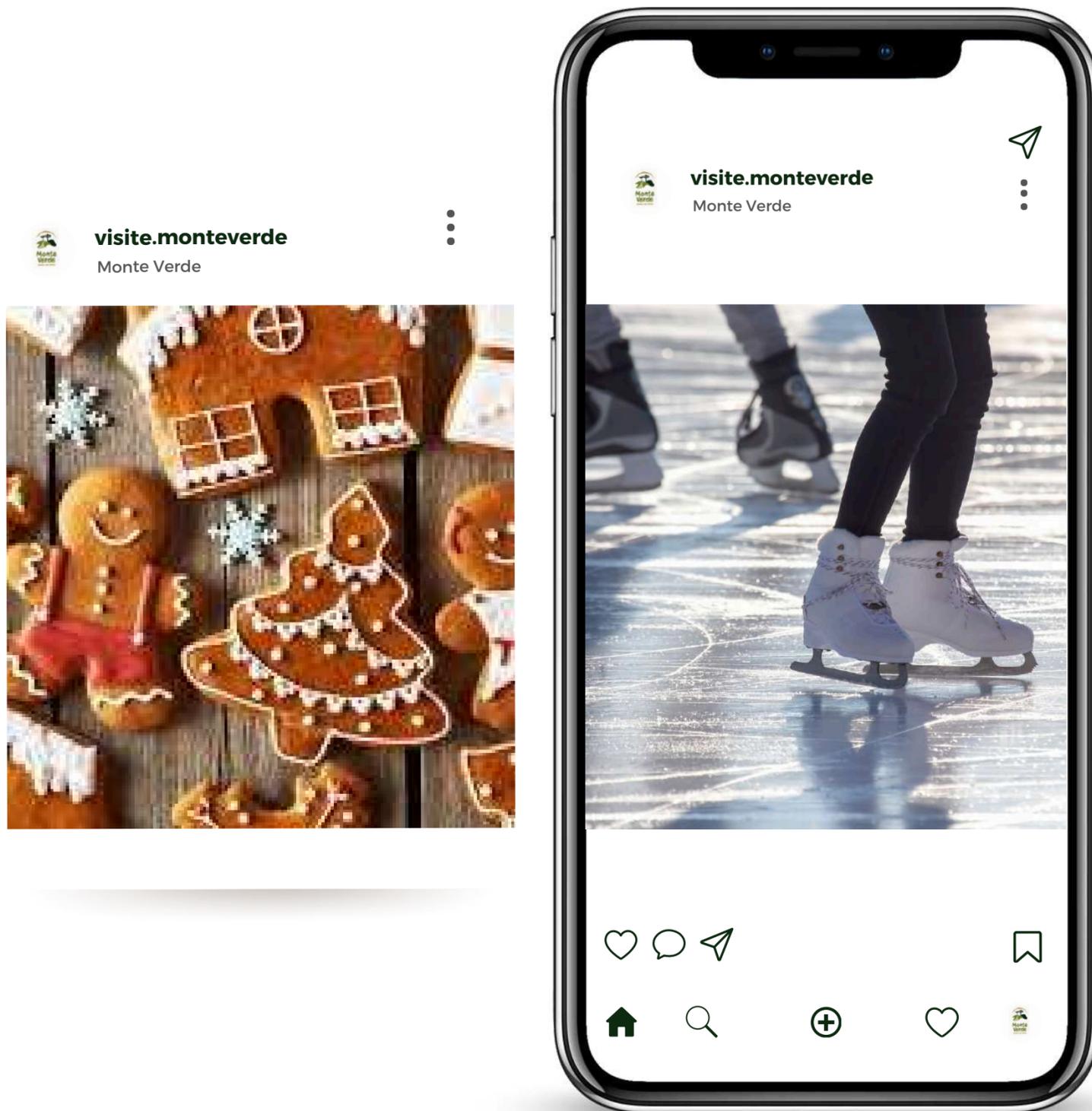
Marketing de Conteúdo: conteúdo visual e narrativo criado a partir de imagens da programação de anos anteriores, assim como fotos de paisagens e hospedagens preparadas para receber os turistas com decoração especial.

Publicidade Segmentada: campanhas direcionadas em plataformas como Google Ads e redes sociais, utilizando segmentação precisa para alcançar casais com crianças interessados em viagens em família.

Vídeo Promocional: criação de vídeo inspiracional com imagens da cidade e eventos de anos anteriores que impactem na tomada de decisão dos turistas que estão planejando viagens de férias em família ou a a dois.



DESDOBRAMENTOS



Para as redes sociais, serão criadas chamadas, vídeos reels, mensagens de Natal e carrosseis com a programação.

Também serão reforçadas dicas de atividades em família, tendo em vista que o Natal remete a viagens com crianças e opções de iguarias que também complementam a experiência desse tipo de público, como as degustações nas fábricas de chocolate e os cafés com iguarias como biscoitos de Natal.

Merecem destaque eventos como o Pedal Luz e o Despertar das Luzes, além das atividades relacionadas à pintura Bauer com temas natalinos.

DESDOBRAMENTOS

Newsletters

Para a campanha de e-mail marketing "Natal nas Montanhas", desenvolveremos uma série de e-mails que convidam os turistas para a programação do evento. O primeiro e-mail conterá a arte principal do evento e uma mensagem que valoriza o potencial de Monte Verde para as viagens em família nessa época do ano. Seguirão e-mails que compartilham detalhes da programação e depoimentos de famílias que vivenciaram experiências significativas em edições anteriores do evento. Também haverá e-mails específicos sobre o Despertar das Luzes, a Oficina Bauer e o Pedal Luz.

Tráfego Pago

Para a campanha "Natal nas Montanhas", utilizaremos a plataforma Meta para veicular anúncios segmentados que ressaltem as experiências em família de Monte Verde e opções de atividades para crianças, como os parques, a patinação no gelo, as cavalgadas e atividades de ecoturismo. Esses anúncios serão direcionados a casais com filhos, em busca de atividades de férias em família ou experiências na natureza. Ajustaremos as campanhas em tempo real para otimizar o engajamento e as conversões, com foco em KPIs como taxa de cliques (CTR) e custo por aquisição (CPA), garantindo um retorno efetivo sobre o investimento.

DESDOBRAMENTOS

Assessoria de Imprensa

Iremos sugerir para a assessoria de imprensa produzir releases focados em opções de férias para famílias com crianças incluindo não só os shows de Natal, mas também atividades na natureza que são interessantes no verão, como visitas a cachoeiras e parques. Daremos destaques a atividades que reforçam a originalidade do destino, como o Pedal Luz e a abertura do Natal.

MKT de INFLUÊNCIA

Iremos criar estratégias personalizadas para influencers do próprio destino para estimulá-los a compartilharem conteúdo sobre o evento, proporcionando experiências especiais de acordo com a área de interesse de cada um deles, por exemplo, um jantar, uma aventura ou brindes pra sorteio.

Promoções Cruzadas

Iremos propor para que hotéis e ofereçam descontos para famílias que se inscreverem em atividades da programação oficial de Natal (criar eventos gratuitos no Sympla para oficinas e teatros, por exemplo) para tornar a programação mais conhecida fortalecer o evento.

SEGMENTAÇÃO DE PÚBLICO



Novo rico urbano:

Interesses:

Bem estar, gastronomia,
romance.

Campanhas:

MV em 4 Estações
Valentine's Day
Amor na Montanha
Natal na Montanha



Responsável de final de semana

Interesses:

Bem estar, aventura em
família, romance.

Campanhas:

MV em 4 Estações
Amor na Montanha
Natal na Montanha



Madame dependente

Interesses:

Bem estar, gastronomia,
romance.

Campanhas:

MV em 4 Estações
Festival Gastronômico



Single explorador

natureza, aventura,
cultura e gastronomia.

Campanhas:

MV em 4 Estações
Inverno na Montanha

MAPEAMENTO E DEFINIÇÃO DE IDENTIDADE TERRITORIAL

Conteúdos Always On: conteúdos que definem e reforçam a identidade do destino e devem ser explorados de forma permanente nos canais da marca.

A estratégia de conteúdo "**always on**" de Monte Verde visa manter um fluxo constante de comunicação com nossos seguidores e potenciais visitantes, independentemente das campanhas sazonais em andamento. Este conteúdo está sempre ativo e disponível, projetado para manter o interesse e a interação com o destino ao longo do ano. Vai intercalar com os desdobramentos das campanhas específicas, assegurando que a presença digital de Monte Verde seja dinâmica e envolvente. A ideia é criar uma tapeçaria rica de conteúdos que refletem as diferentes vocações do destino, fortalecendo a conexão emocional e a fidelidade à marca do destino. Este conteúdo também serve como uma plataforma para educar, informar e inspirar os visitantes sobre tudo o que Monte Verde pode proporcionar, desde dicas de viagem até destaques de atividades e eventos locais.

TERRITÓRIOS

Temas a serem abordados

TERRITÓRIO 1: Natureza e Aventura

Este território abrange conteúdos relacionados às atividades ao ar livre e à exploração da exuberante e singular natureza de Monte Verde. É importante porque atrai um segmento significativo de turistas interessados em ecoturismo e aventuras como trilhas, bike, off road e observação de fauna e flora. Estas experiências são cruciais para diferenciar Monte Verde de outros destinos e posicionar o local como um refúgio ideal para os amantes da natureza e da aventura.

TERRITÓRIO 3: Relaxamento e Bem-Estar

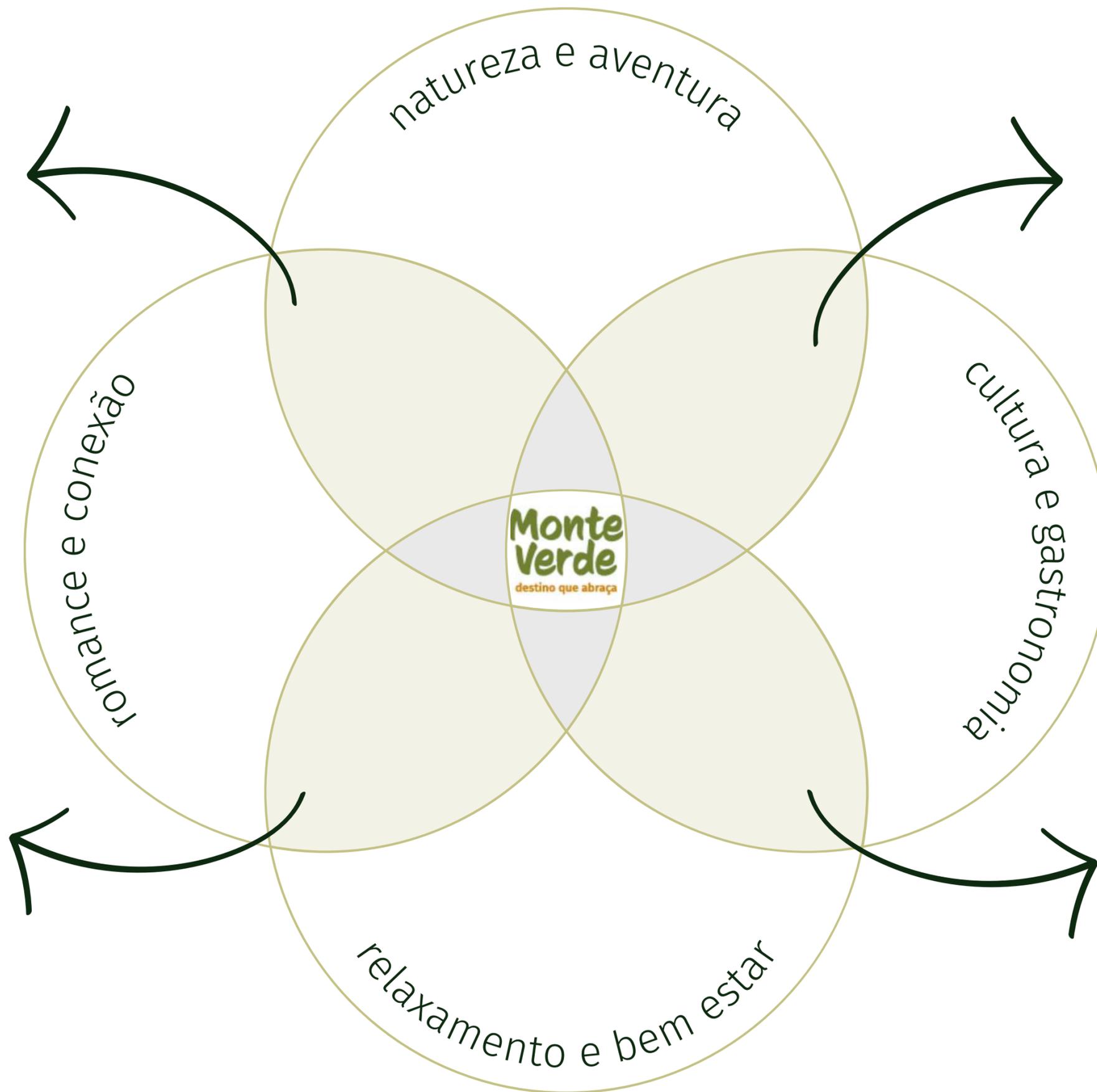
Este território é dedicado a conteúdos que promovem as experiências de relaxamento e bem-estar que Monte Verde oferece, como spas, retiros e hospedagens acolhedoras. É importante porque responde à crescente demanda por destinos que proporcionam uma pausa do estresse do dia a dia. Acentuar este aspecto do destino ajuda a atrair um público que busca rejuvenescimento e saúde, ampliando o perfil de visitantes de Monte Verde.

TERRITÓRIO 2: Cultura e Gastronomia Local

Focando na rica tradição culinária e cultural de Monte Verde, este território explora a influência europeia e mineira na gastronomia local, os restaurantes requintados e eventos culturais, como os festivais gastronômicos, Natal nas Montanhas, além de opções de atividades ligadas ao artesanato local como a rota do ateliê, entre outras. Destacar a culinária local e festivais culturais ajuda a aumentar o apelo do destino durante todo o ano, incentivando visitas fora da alta temporada.

TERRITÓRIO 4: Romance e Conexão

Este território foca nas experiências românticas que Monte Verde oferece, como estadias em chalés aconchegantes, jantares à luz de velas e passeios tranquilos por paisagens pitorescas nos parques e trilhas mais leves. É crucial porque atende aos casais que buscam um refúgio para fortalecer laços, celebrar aniversários ou mesmo lua de mel. Este território ressalta Monte Verde como o destino perfeito para amor e conexão, atraindo visitantes interessados em criar momentos memoráveis juntos.



Narrativas que conectam a emoção de aventuras compartilhadas com a intimidade de experiências românticas.

Posts que unem a aventura da natureza com a cultura gastronômica, ideal para aqueles que desejam uma experiência dinâmica e autêntica.

Histórias que combinam bem-estar com momentos românticos, mostrando como casais podem se reconectar e relaxar juntos em Monte Verde.

Conteúdo que liga o prazer da gastronomia com o relaxamento, demonstrando como a comida pode ser uma parte integral do bem-estar.

DISTRIBUIÇÃO

Como a audiência será impactada

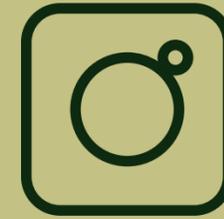


JORNADA DA AUDIÊNCIA

Tipos de conteúdos que precisam ser criados

FASE	CONTEÚDO
Identificação	Histórias e imagens que conectam o público às experiências únicas de Monte Verde - natureza, cultura e bem-estar.
Soluções	Dicas de planejamento de viagem, melhores épocas para visitar e atividades recomendadas para superar o estresse e promover a saúde mental e física.
Resistência	Testemunhos de visitantes, certificações de qualidade em hospitalidade e sustentabilidade que reforçam a reputação de Monte Verde.
Autoridade	Artigos e vídeos com curiosidades históricas de Monte Verde, mostrando profundidade e conhecimento cultural do destino.
Arguição	Incentivo a conteúdos gerados pelos usuários, como fotos e relatos de experiências pessoais em Monte Verde.
Recompensa	Guias de viagem, ebooks sobre as trilhas de Monte Verde e benefícios exclusivos para seguidores, como descontos em parcerias locais.
Recomeço	Lançamentos de novas experiências turísticas em Monte Verde, como pacotes temáticos ou novas atividades de aventura.

CANAIS E LINGUAGEM



Instagram
Visite Monte Verde

Objetivo

Engajamento e inspiração.

História

Conexão com a natureza e a cultura local.

Pilares

Natureza, gastronomia, bem-estar e romance.

DIRETRIZES

INSTAGRAM

principal plataforma da marca Visite Monte Verde, alimentada com conteúdos de diferentes editorias e formatos

*Conteúdo pode ser adaptado para outras redes sociais em ascensão, como Tik Tok.

01 Fotos de qualidade

de paisagens, gastronomia, atividades ao ar livre e pessoas vivendo experiências, para além de cartões postais clássicos.

02 Vídeos reels

com takes no destino que arremessem os internautas para a experiência (tomando um vinho, acendendo uma lareira, descendo uma tirolesa).

03 Imagens de turistas

Fotos postadas por visitantes de MV e localizadas através de # ou marcações (imagens que transmitam as sensações e perspectivas autênticas do destino).



DIRETRIZES

- 05 Carrosseis de dicas temáticas**
com cards (foto e texto) com sugestões, como: o que fazer em MV nas 4 estações, 4 pratos para experimentar em MV, os melhores ateliês para conhecer a pintura Bauer, MV para crianças etc.
- 06 Agenda de eventos**
com as as principais atrações do mês: festivais, shows, eventos esportivos etc.
- 07 Colabs**
com parceiros, influenciadores e veículos da imprensa convidados pra ações de MKT no destino.



Criação de diretrizes de ambiente digital

Editorias

Criação de seções temáticas para desenvolvimento de conteúdo para o Instagram., garantindo a produção de materiais diversificados que abordem as várias potencialidades do destino, visando atrair os públicos alvo diversos mapeandos (romance, natureza, aventura, cultura, bem estar). Esses conteúdos vão ser baseados no **MANUAL DE STORYTELLING** do destino e pesquisas contínuas.

EDITORIA 1: Histórias de amor

Sobre experiências exclusivas em Monte Verde que inspiram o afeto e histórias de turistas que celebraram momentos importantes no destino.

Pilares: Casais, Romance, Experiências compartilhadas, Intimidade.

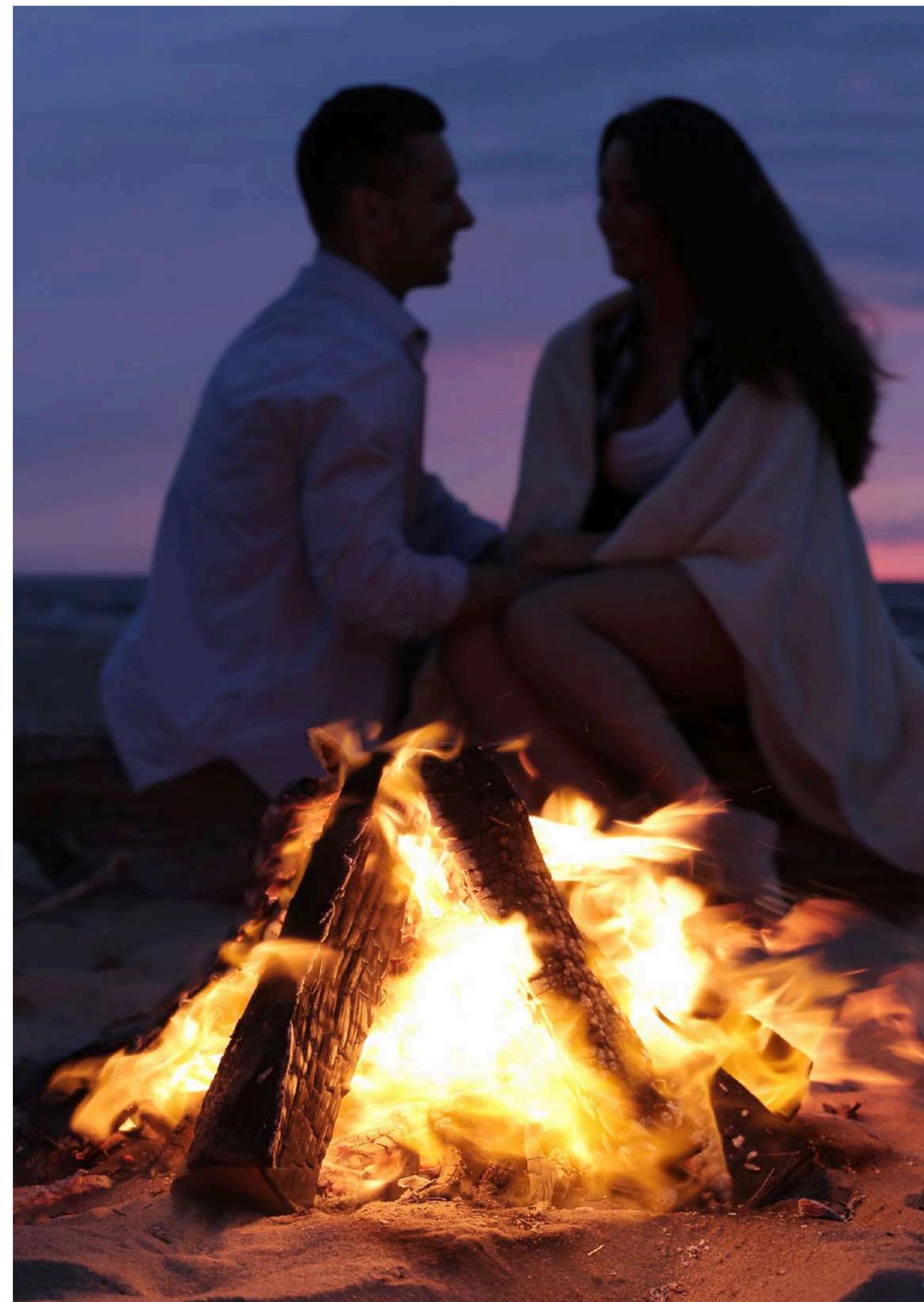
Frequência: 2 vezes por semana.

Persona Alvo: Casais dos perfis "Single Explorador" e "Novos Ricos Urbanos"

Exemplo de conteúdo de atração: Imagem estática com legenda inspiradora - Foto de duas xícaras de café ao ar livre, com duas cadeiras vazias convidando os seguidores a imaginar um despertar romântico na montanha, acompanhado de uma legenda sobre começar o dia com calma e conexão.

Exemplo de conteúdo consideração: Reels - Vídeo de um casal explorando uma trilha menos conhecida, com breves depoimentos sobre o que aventuras conjuntas significam para o relacionamento deles. A legenda convida os seguidores a marcar quem eles desejam ter ao lado em novas descobertas.

Exemplo de conteúdo decisão: Carrossel - Uma sequência de imagens que destacam "5 Experiências Inusitadas para Casais em Monte Verde", incluindo desde passeios off road ao amanhecer até uma oficina de cerâmica para dois e terminando com um jantar ao ar livre com observação de estrelas. As legendas detalham cada experiência e incentivam a reserva direto com os fornecedores, com link nos stories/destaques



EDITORIA 2: Ecoturismo e aventura

Celebrando a energia viva de Monte Verde, esta editoria traz o dinamismo da natureza e as aventuras esperando pelos exploradores urbanos e famílias ativas.

Pilares: Ecoturismo, Aventura, Família, Sustentabilidade.

Frequência: 1 vez por semana.

Persona Alvo: Gabriel Moreira e Juliana Mendes.

Exemplo de conteúdo de atração: Carrossel - Fotos vibrantes mostrando família iniciando uma trilha ecológica. A primeira imagem seria um convite visual com a pergunta: "Pronto para sua próxima aventura em família?". As imagens seguintes mostrariam pontos de interesse ao longo da trilha, como cachoeiras e mirantes, com crianças observando a fauna com binóculos. A legenda incentivaria o engajamento com uma chamada para compartilhar experiências de trilha em família usando uma hashtag especial, por exemplo, #TrilhasEmMonteVerde.

Exemplo de conteúdo consideração: Reels - Vídeo apresentando a biodiversidade de Monte Verde, com close-ups de diferentes espécies encontradas durante uma trilha, acompanhado de fatos interessantes sobre cada uma. O áudio seria de sons naturais misturados com uma música inspiradora. A legenda convidaria os seguidores a descobrir mais sobre a fauna local em uma página dedicada do blog.

Exemplo de conteúdo decisão: Reels - Um vídeo tutorial sobre como preparar uma viagem de aventura em Monte Verde, incluindo dicas de embalagem, melhores práticas de sustentabilidade e recomendações de trilhas para diferentes níveis de habilidade. A legenda conteria um link direto para o site do destino, onde os seguidores poderiam encontrar guias detalhados e opções de reserva.



EDITORIA 3: Prazeres da mesa

Imersão nas tradições culinárias de Monte Verde, explorando a fusão de sabores e a riqueza da cultura local.

Pilares: Gastronomia, Cultura, Artesanato, História.

Frequência: 1 vez por semana.

Persona Alvo: Claudia Silva e Marcos Oliveira.

Exemplo de conteúdo de atração: Uma foto encantadora de uma mesa em uma pousada local repleta de pratos da culinária mineira com um toque europeu, com a manhã neblinada de Monte Verde ao fundo. A legenda contaria um breve histórico sobre a fusão das cozinhas e convidaria os seguidores a adivinhar os ingredientes secretos de um prato típico, promovendo interação.

Exemplo de conteúdo consideração: Minidoc/Reels - Vídeo apresentando a história das artesãs bauer em Monte Verde, mostrando como sua técnica ganha cada vez mais espaço. A legenda incentivaria os seguidores a visitar Monte Verde para vivenciar essa cultura rica e autêntica.

Exemplo de conteúdo decisão: Carrossel - "5 Pratos que Você Precisa Experimentar em Monte Verde", com fotos apetitosas e descrições das origens de cada prato. A última imagem incluiria um CTA para conhecer os restaurantes no site do destino.



EDITORIA 4: Refúgio na natureza

Apresentando Monte Verde como um refúgio para quem quer se conectar com a natureza em pousadas e spas com visuais deslumbrantes.

Pilares: Spa, Meditação, Bem-Estar, Natureza.

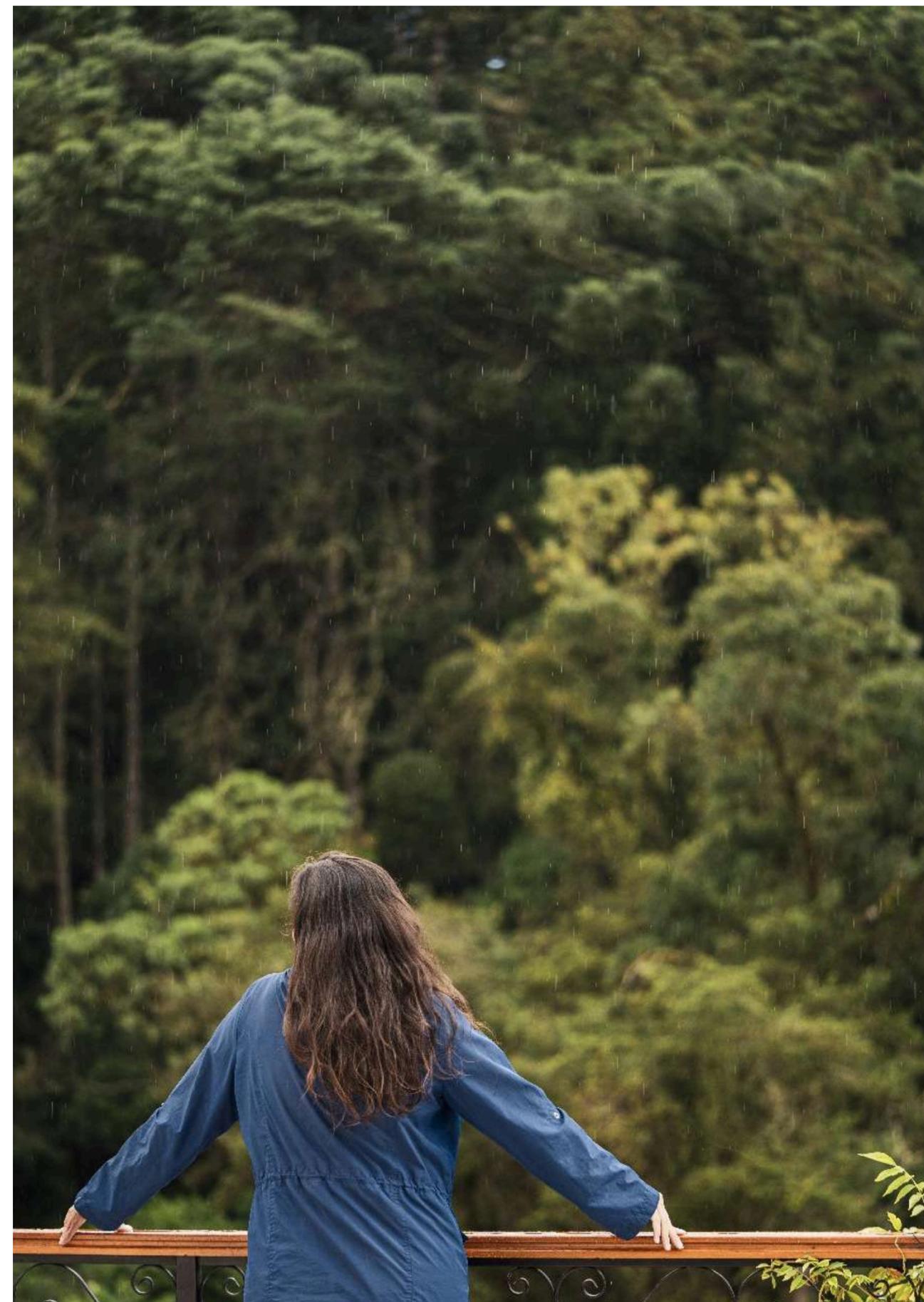
Frequência: 1 vez por semana.

Persona Alvo: Claudia Silva e Juliana Mendes.

Exemplo de conteúdo de atração: Carrossel - imagens exibindo as diferentes áreas de um spa local, desde a recepção até a sala de relaxamento com uma vista espetacular. A legenda descreve brevemente cada espaço e convida os seguidores a sonhar com sua próxima visita relaxante.

Exemplo de conteúdo consideração: Reels - Um vídeo explorando os espaços mais tranquilos de Monte Verde, como jardins secretos, trilhas menos conhecidas e retiros especializados que oferecem uma verdadeira fuga do barulho do dia a dia. O vídeo pode incluir depoimentos de visitantes e especialistas sobre como o silêncio e o isolamento contribuem para a saúde mental.

Exemplo de conteúdo decisão: Reels/ stories - Depoimentos em vídeo de visitantes que experimentaram os retiros de bem-estar em Monte Verde. Eles compartilham suas experiências pessoais, destacando como as atividades contribuíram para o seu relaxamento e bem-estar geral.



DIRETRIZES DE SERVIÇOS E PRODUTOS DIGITAIS

CALENDÁRIO EDITORIAL

Como vai se dar a distribuição mensal das editorias

semana/dia	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo
semana 1		Amor TF	Aventura TF	Mesa MF	Refúgio na natureza FF		Amor FF
semana 2		Amor MF	Aventura MF	Mesa TF	Refúgio na natureza MF		Amor FF
semana 3		Amor TF	Aventura FF	Mesa FF	Refúgio na Natureza TF		Amor MF
semana 4		Amor FF	Aventura TF	Mesa MF	Refúgio na natureza FF		Amor TF

Legenda

TF: Topo de Funil

MF: Meio de Funil

FF: Fundo de Funil



MARKETING DE INFLUÊNCIA

Objetivo

Ampliar o alcance com conteúdo genuíno e envolvente

História

Parcerias que celebram e transmitem a essência de Monte Verde.

Pilares

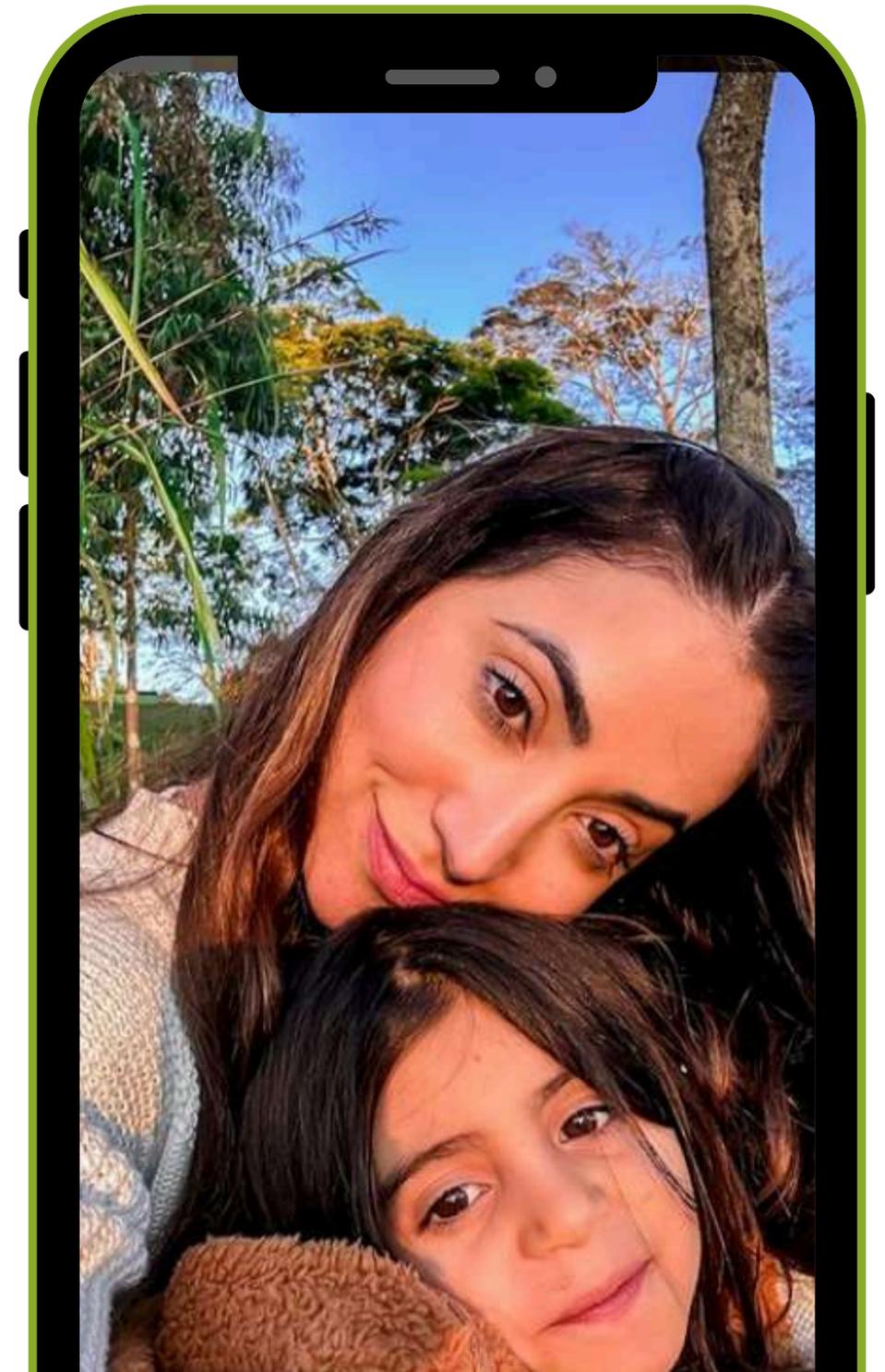
Experiências autênticas, engajamento comunitário, conteúdo de qualidade, alcance segmentado.

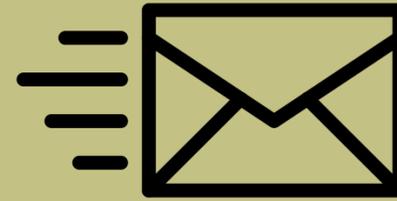
DIRETRIZES

MICRO-INFLUENCIADORES

Criar ações pagas com páginas do próprio destino e micro-influenciadores nacionais de nichos relacionados aos segmentos que vão ser fomentados (romance, ecoturismo, gastronomia e bem-estar)

- 01 Casais que escrevem sobre viagens**
que produzem conteúdo sobre viagens a dois, dicas de destinos, experiências e hospedagens: focar em hospedagens aconchegantes e gastronomia requintada.
- 02 Mulheres que escrevem sobre maternidade**
conteúdo sobre maternidade, bem estar, família, experiências com as crianças e dicas de viagens para pais e filhos.
- 03 Páginas sobre Wellness, beleza e Lifestyle**
conteúdo sobre autocuidado e bem-estar. Focar em atividades de spa, terapias e experiências gastronômicas.





NEWSLETTER

Objetivo

Nutrir leads e converter interesse em visitas.

História

Comunicação contínua que constrói uma relação com potenciais visitantes.

Pilares

Informação relevante, ofertas exclusivas, dicas locais, histórias de visitantes.

DIRETRIZES

NEWSLETTERS

Produção de conteúdo para divulgação dos principais eventos e campanhas do destino para um mailing estratégico de jornalistas, influenciadores, receptivos do destino e turistas cadastrados.

01 Mailing:

Enviada para mailing da MOVE por meio de plataformas de e-mail MKT

02 Conteúdo Bimestral

sobre campanhas, eventos e agendas culturais do destino, assim como promoção de datas estratégicas para MV.

03 Layout

Conteúdo inspirador com fotos de qualidade e textos curtos, com links para site do Visite Monte Verde para mais informações.



TRÁFEGO PAGO

DESCOBERTA

O público ainda não conhece Monte Verde, por isso a campanha de tráfego pago visa despertar a curiosidade e o interesse pelo destino, destacando a singularidade das experiências oferecidas em cada estação do ano e a rica tapeçaria de cultura e aventura disponível.

CONSIDERAÇÃO

Já está ciente de Monte Verde e considera a visita, mas ainda não decidiu. As campanhas devem apresentar mais detalhes das experiências que Monte Verde oferece, reforçando a mensagem de um destino diversificado e alinhado com os interesses e desejos de potenciais visitantes, desde a aventura ao ar livre até retiros românticos.

CONVERSÃO

O potencial turista está pronto para tomar a decisão. As ações de tráfego pago nesta fase focam em ofertas específicas, como pacotes promocionais, eventos especiais e incentivos que tornem a ação de reservar irresistível, abordando diretamente as motivações e barreiras identificadas na pesquisa e entrevistas.

FIDELIZAÇÃO

Após a visita, queremos que cada turista se torne um defensor de Monte Verde. Isso é alcançado incentivando os visitantes a compartilhar suas histórias e experiências únicas online, oferecendo um motivo para retornarem e recomendarem o destino a outros.

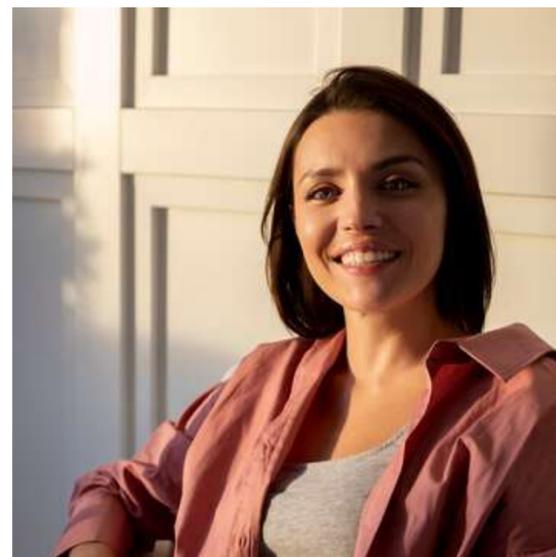
Demográfico:

- Homens e Mulheres, 30-50 anos, classes A e B.
- Moradores de grandes centros urbanos no Sudeste brasileiro, especialmente São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG).



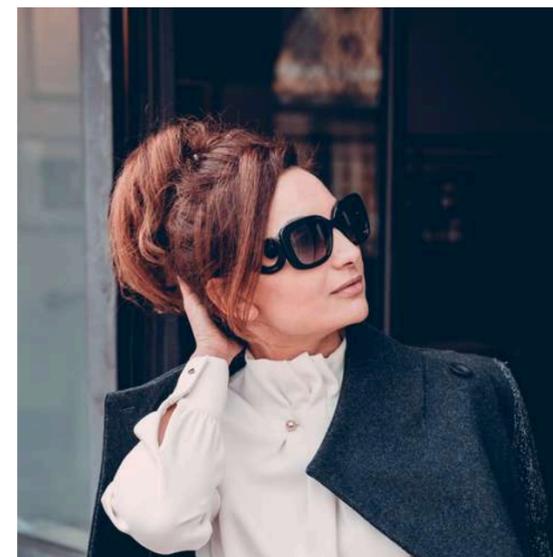
Psicográfico:

- Valorizam o bem-estar e buscando qualidade de vida e experiências enriquecedoras.
- Interessados em lazer de qualidade, cultura, gastronomia e turismo sustentável.
- Valorizam momentos de descanso, atividades ao ar livre e enriquecimento cultural.



Comportamental:

- Usuários ativos em redes sociais, com alto engajamento em conteúdo de viagens e lifestyle.
- Preferem reservar viagens e estadias por meio de plataformas digitais.
- Buscam experiências autênticas e personalizadas, distanciando-se de pacotes turísticos convencionais.



SEGMENTAÇÃO

Novos Ricos Urbanos

Descrição

Jovens profissionais, solteiros ou casados, sem filhos, com alto poder aquisitivo, buscando experiências exclusivas e luxuosas.

Exemplos de Palavras-chave

- "luxo e natureza"
- "Monte Verde para casais"
- "restaurantes premiados em Monte Verde"
- "pacotes de viagem de luxo"
- "chalés de luxo em Monte Verde"
- "trilhas em Monte Verde"
- "passeios de quadriciclo em Monte Verde"
- "spas em Monte Verde"

Objetivos

- Fomentar o aumento de reservas em acomodações de luxo e experiências premium.
- Fortalecer a percepção de Monte Verde como destino de luxo e exclusividade.
- Converter leads em clientes fiéis e defensores da marca.

Mensagens

- "Descubra Monte Verde: Experiências exclusivas que combinam luxo e natureza."
- "Escape para o paraíso: Hospede-se em chalés luxuosos e explore a gastronomia premiada."
- "Monte Verde: o refúgio perfeito para quem busca sofisticação e exclusividade em um refúgio natural."

Segmentação no Meta Ads

- Dados Demográficos: Idade de 25 a 40 anos, renda alta, localizados no Sudeste (especialmente São Paulo e Minas Gerais).
- Interesses: Luxo, viagens, gastronomia, estilo de vida, natureza, aventura.
- Comportamentos: Interações com conteúdo sobre viagens de luxo, restaurantes gourmet, experiências exclusivas, destinos de natureza e atividades ao ar livre.

Foco em publicações com fotos e vídeos de alta qualidade que mostrem a beleza natural, as experiências sofisticadas e o estilo de vida de Monte Verde.



SEGMENTAÇÃO

Responsáveis de Fim de Semana

Descrição

Famílias com crianças entre 35 e 55 anos, buscando atividades educativas, relaxantes e seguras para todos os membros da família.

Exemplos de Palavras-chave

- "férias em família no Brasil"
- "Roteiros de viagem para família"
- "destinos para crianças"
- "Monte Verde para famílias"
- "atividades para crianças em Monte Verde"
- "ecoturismo para crianças"
- "passeios em família em Monte Verde"
- "hotéis para famílias em Monte Verde"
- "trilhas para crianças em Monte Verde"
- "parques infantis em Monte Verde"

Objetivos

- Fomentar a venda de pacotes familiares que incluam atividades educativas e de relaxamento.
- Reforçar a imagem de Monte Verde como destino amigável para famílias.
- Aumentar o número de reservas durante as férias escolares e eventos como o Natal nas Montanhas e Pedal Luz que contam com programação para todas as idades.

Mensagens

- "Crie memórias inesquecíveis para toda a família em meio às montanhas de Monte Verde".
- "Traga seus filhos para explorar novas paisagens e experimentar novas aventura em um destino seguro e confortável."

Segmentação no Meta Ads

- Dados Demográficos: Idade de 35 a 55 anos, famílias com crianças, localizados no Sudeste (especialmente São Paulo e Minas Gerais).
- Interesses: Atividades ao ar livre, educação infantil, segurança em viagem, lazer em família, viagens com crianças.
- Comportamentos: Interações com conteúdo sobre destinos familiares, atividades para crianças, pacotes de viagem para famílias e experiências educativas.

Foco em publicações com fotos e vídeos que mostrem atividades divertidas ao ar livre para crianças, momentos relaxantes em família e a beleza natural de Monte Verde.



SEGMENTAÇÃO

Madame Dependente

Descrição

Mulheres acima de 40 anos, solteiras ou viúvas, buscando lugares para home office ou viagens de final de semana com amigas para viver experiências autênticas, sofisticadas e seguras.

Exemplos de Palavras-chave

- "viagens seguras para mulheres"
- "Monte Verde seguro"
- "refúgio na natureza"
- "home office em Monte Verde"
- "spas em Monte Verde"
- "arte e cultura em Monte Verde"
- "turismo gastronômico em Monte Verde"
- "experiências gastronômicas em Monte Verde"

Objetivos

- Aumentar o interesse em viagens entre amigos para Monte Verde.
- Atrair mulheres que buscam lugares confortáveis, tranquilos e com boa infraestrutura para home office.
- Promover experiências ligadas a bem estar, como terapias em spas,
-

Mensagens

- "Explore Monte Verde com segurança: uma experiência de viagem sem preocupações."
- "Descubra a tranquilidade e o charme de Monte Verde em tours totalmente guiados e seguros."
- "Monte Verde: O destino ideal para mulheres viajantes que buscam experiências enriquecedoras e seguras."

Segmentação no Meta Ads

- Dados Demográficos: Mulheres acima de 40 anos, solteiras ou viúvas, residentes do Sudeste (especialmente São Paulo e Minas Gerais).
- Interesses: pousadas relaxantes,, gastronomia e spa
- Comportamentos: Interações com conteúdo sobre viagens solo para mulheres, destinos seguros para mulheres, pacotes de viagem completos e experiências culturais.

Foco em publicações que mostrem a beleza natural de Monte Verde, as experiências relaxantes disponíveis, como spas e retiros de yoga, e a segurança do destino para mulheres viajantes.



SEGMENTAÇÃO

Single Explorador

Descrição

Solteiros e divorciados acima de 35 anos, buscando aventura, esporte, eventos sociais.

Exemplos de Palavras-chave

- "viagens de natureza perto de são paulo"
- "eventos culturais em Monte Verde"
- "redes sociais para viajantes"
- "trilhas em Monte Verde"
- "festivals em Monte Verde"
- "viagens de aventura no Brasil"
- "esportes de montanha em Minas Gerais"
- "festas e eventos em Monte Verde"

Objetivos

- Posicionar Monte Verde como destino ideal para aventuras.
- Atrair viajantes solteiros que buscam novas experiências e conexões.
- Promover eventos e atividades que facilitem a interação entre os visitantes.

Mensagens

- "Encontre-se em Monte Verde: Aventuras e cultura esperam por você."
- "Monte Verde: O ponto de encontro para amantes da natureza"
- "Esportes de montanha e muitas aventuras esperam por você em Monte Verde"

Segmentação no Meta Ads

- Dados Demográficos: Solteiros e divorciados, acima de 35 anos, localizados no Sudeste (especialmente São Paulo e Minas Gerais).
- Interesses: Aventura, cultura, eventos sociais, networking, viagens de aventura, festivais, shows, grupos de interesse.
- Comportamentos: Interações com conteúdo sobre viagens de aventura, eventos culturais, oportunidades de networking em viagens e experiências imersivas.

Foco em publicações que mostrem as atividades de aventura disponíveis em Monte Verde, os eventos e festivais que acontecem no destino, e a natureza exuberante que o local oferece.



Alocação da Verba com Base nos Objetivos:

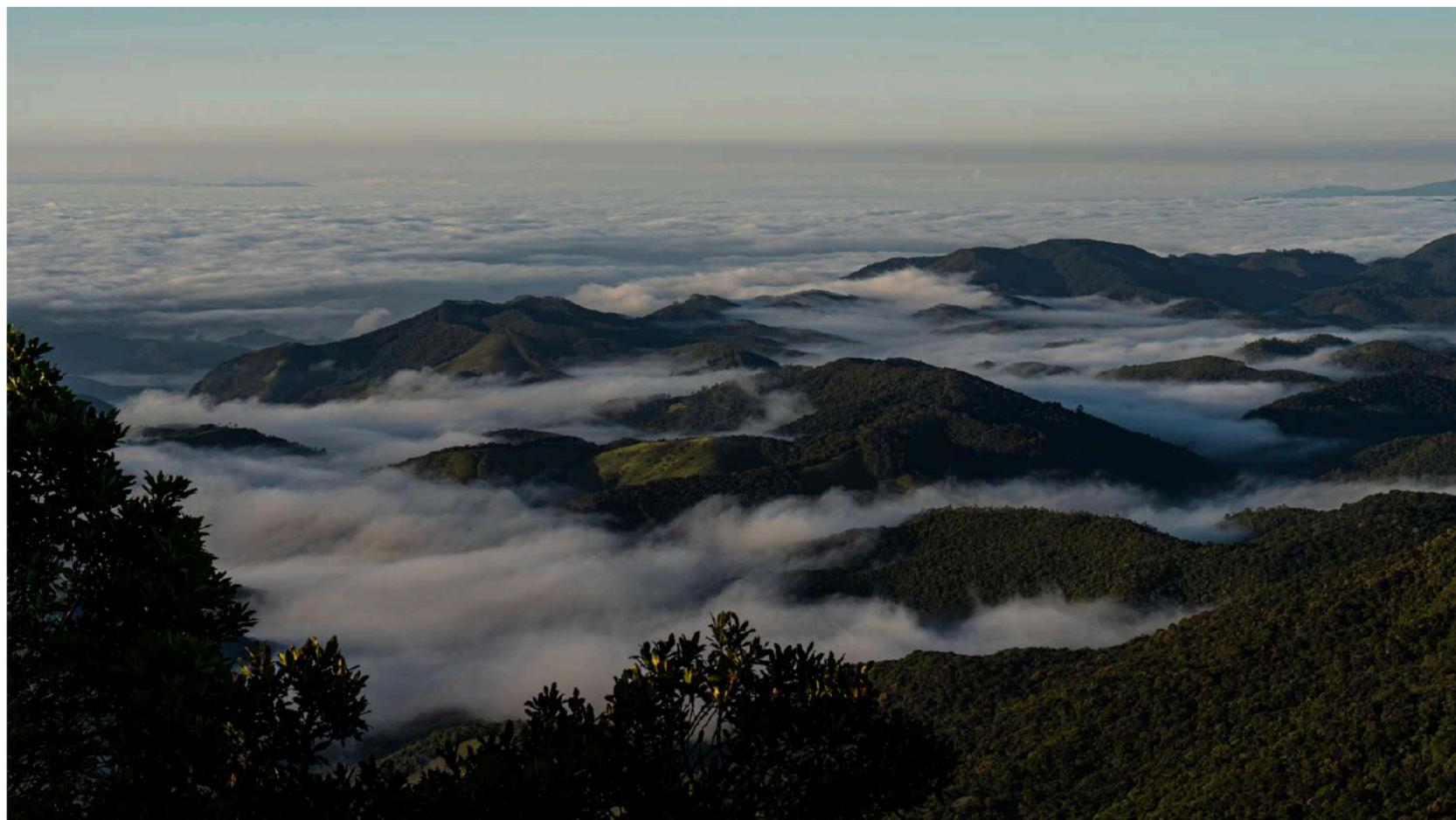
- Maior parte da verba (40-50%), focando em campanhas com segmentação geográfica (Sudeste, especialmente São Paulo e Minas Gerais), dados demográficos (Novos Ricos Urbanos) e interesses relevantes (luxo, viagens, gastronomia).
- Verba moderada (25-35%), focando em campanhas com segmentação por comportamentos (interações com conteúdo sobre viagens de luxo, experiências premium), remarketing e públicos personalizados.
- Verba restante (20-25%), focando em campanhas de branding com segmentação por interesses (luxo, viagens, natureza) e públicos-alvo amplos, utilizando formatos de anúncios imersivos (vídeos, stories) e influenciadores relevantes.

Otimização Baseada em Métricas de Performance:

- Acompanhamento constante das métricas de cada campanha: CTR, conversão, custo por aquisição (CPA), retorno sobre investimento (ROI).
- Análise dos dados para identificar as campanhas e segmentações mais eficientes.
- Realização de ajustes na alocação da verba de acordo com os resultados.
- Teste A/B de diferentes criativos, segmentações e canais de comunicação para otimizar o desempenho.

Considerações Adicionais:

- Eventos e sazonalidade: Ajuste da verba e segmentação de acordo com eventos relevantes (festivais, feriados) e sazonalidade da demanda.
- Testes e aprendizado contínuo: Experimentação de diferentes estratégias e táticas para identificar as melhores abordagens para cada objetivo.
- Diversificação de canais: Exploração de outros canais de tráfego pago (Google Ads, YouTube Ads) e marketing de conteúdo para complementar a estratégia no Meta Ads.



REALIZAÇÃO



APOIO



PARCERIA TÉCNICA

