

9ª Reunião da Câmara Setorial

Produto Turístico de Conceição do Mato Dentro

28 de Novembro de 2018

Andamento do Observatório do Turismo

Conceição do Mato Dentro - MG

Repriorização das ações

- Lançar campanha de marketing digital com #
 - Capacitar monitores histórico cultural
 - Capacitar mais condutores ambientais nível básico
 - Planejamento Marketing 2019
- Elaborar página na Web com todos os dados do roteiro, dados de quem opera, contato dos produtos e serviços de CMD
 - Revisar mapa turístico com possíveis novos atrativos estruturados para 2019

Planejamento Marketing 2019

1. Conceito
2. Publico Alvo
3. Site institucional
4. Rede social especifica para o turismo
5. Verão 2019
6. Calendário de eventos
7. Banco de imagem
8. Press Trip
9. Campanha da hashtag
10. Mapas
11. Captação de eventos
12. Regras de visitação
13. mídias para investir
14. Folheteria
15. Criar Mailing para divulgação

Público Alvo

- Pesquisas de perfil de público consumidor de destinos parecidos (Em andamento)
- Pesquisa de público já existente, faixa etária, local de origem, sexo, classe social. (Rejane passou os dados das pesquisas anteriores, em andamento)
- Pesquisa pode ser feita em atrativos e nos empreendimentos de forma esporádica (Parceria com o Parque do Tabuleiro e IEF)

Site institucional e APP

- Verificar as alterações já feitas, se ainda tem algum sugestão para melhorar
- Divulgar o site e APP nas redes sociais, e em eventuais matérias de revista, jornal, TV e rádio
- <http://turismo.cmd.mg.gov.br/#/>

Criar rede social específica para o turismo

- Ter o canal específico para o turismo falar diretamente com o público externo.

(Em andamento, usar as fotos da # para compartilhar experiências)

Calendário de eventos

- Filtrar no calendário quais são os principais eventos geradores de fluxo turístico para fazer um trabalho de divulgação com maior intensidade e antecedência
- Listar as agencias, operadoras, e grupos de turismo para receberem a divulgação prévia dos eventos para organizar grupos para visitaçã
- Listar os principais portais eletrônicos de BH e região para divulgar os eventos e atrativos próximo aos finais de semana, feriados e datas dos eventos. EX: Sou BH, Guia BH, BHZ, etc
- Programar as redes sociais para divulgar os eventos

Banco de imagem

- Organizar e investir em banco de imagem de fotos e vídeos para serem usados em todas as campanhas digitais, impressas, etc

(Em andamento, já estão com o da Agroflor)

Press Trip

- Anglo já está realizando esta ação porém sem alinhamento com o COMTUR, promover esse alinhamento
- Divulgar a #coracaodeminasgerais nas ações de Press Trip em parceria com a Anglo
- Dar foco aos atrativos do roteiro nas reportagens, por serem os mais preparados para receber visitação

Campanha da hashtag #coracaodeminasgerais

- Campanha iniciada, medir os resultados
- Ver como usar da melhor forma o vídeo cedido pelo Henrique
- Buscar engajamento dos empresário e trade turístico
- Criar promoções junto com a associação comercial
- Prefeitura começa a incorporar a # em seu material
- <https://www.instagram.com/explore/tags/coracaodeminasgerais/>

Mapas

- Providenciar nova leva de mapas institucionais
- Totens com os mapas nas principais praças e atrativos da cidade e dos distritos

Captação de eventos

- Captar eventos geradores de fluxo turístico para acontecerem em CMD

Regras de visitaçãõ

- Divulgar antecipadamente as regras de visitaçãõ de cada atrativos, seja histõrico ou natural
- Preparar o centro histõrico para receber turismo, diferenciar do restante da cidade

Escolher mídias para investir

- Escolher jornais, revistas, rádios, outdoor, e locais turísticos como aeroporto de confins, mercado central, para uma sequência de divulgações antes de grandes feriados ou eventos para atrair público

Folheteria

- Preparar material institucional impresso para promoção do destino, do roteiro e seus atrativos para apresentação nas feiras e eventos dentro e fora do município
- Listar os principais eventos do ano para um trabalho comercial do destino CMD em parceria com o Circuito PARNA Serra do Cipó e secretaria de estado

Criar Mailing para divulgação

- Criar Mailing de sites, blogs e demais meios de comunicação do setor para envio de release com certa antecedência. (em andamento)

Educação Patrimonial e curso de monitores histórico cultural

- Os alunos das escolas já estão sendo capacitados pelos professores.
- Programa de Educação patrimonial sendo feito nas praças e no meloso em parceria com a Florestal Bioflor s/a. Programação para dias 30/11 e 01/12
- Prefeitura realizará os cursos para monitores em Março, Abril e Maio, para que em Julho os monitores já estejam atuando.

Capacitação condutores e agentes de informação turística

- Secretária de Turismo em parceria com o SENAC MG
- Agentes de informação turísticas de 7 de janeiro a 15 de março.
- Condutores de 25 de Março até 31 de maio.
- 200 horas aula, inscrições gratuitas e cada turma com 40 alunos.

Verão 2019

- O verão é a alta temporada do ano, para alcançar resultados devemos iniciar os trabalhos de divulgação do roteiros, dos atrativos, e dos eventos, já nos meses de novembro e dezembro. Para o Verão 2019 incluindo carnaval e posteriormente semana santa
- Empresários precisam também preparar seus tarifários, preços e produtos para divulgação

Verão 2019

- Ofícios do COMTUR para:
- Parceria com PMMG para ronda nos principais atrativos durante verão e eventuais blitz.
- Guarda Vidas nos principais balneários, apoio Corpo de Bombeiros.
- Funcionamento do CAT inclusive nos finais de semana.
- Pesquisas na entrada da cidade
- Liberação dos Guardas municipais capacitados para as igrejas Matriz, Rosário e Santuário. Abertas durante o período.