



Julho 2023

## Lançamento na Maia

---



Na passada sexta-feira, Vânia Sousa apresentou o seu mais recente livro publicado pela Media XXI na Feira do Livro da Maia. Além da autora, estiveram presentes o diretor da Escola de Hotelaria e Turismo do Porto (Dr. Paulo Vaz) e Marisa Aldeias, em representação da editora e do Professor Paulo Faustino (que não pôde estar presente). Vânia Sousa destacou diversos pontos sobre os fatores de sucesso para o turismo em Portugal.

As empresas têm a oportunidade de criar valor ao oferecer produtos e serviços diferenciados no setor do turismo. A criação de valor envolve a capacidade de agregar benefícios e vantagens ao cliente, tornando a experiência de viagem mais completa e satisfatória. Isso pode ser alcançado por meio da inovação, da personalização dos serviços e da oferta de pacotes turísticos que atendam às diferentes demandas e preferências dos turistas.

A comunicação nas diferentes redes sociais desempenha um papel crucial na promoção do turismo. É essencial que os destinos turísticos e as empresas do setor estejam presentes e ativos nessas plataformas, promovendo as suas atrações, interagindo com os utilizadores e partilhando conteúdo relevante. A comunicação efetiva nas redes sociais permite estabelecer uma relação mais próxima com os potenciais turistas, criando conexões e influenciando as suas decisões de viagem.



No setor do turismo, a necessidade de atualização constante é uma realidade. As preferências dos turistas evoluem, as tecnologias avançam e surgem novas tendências. Portanto, é essencial que os profissionais e as empresas estejam sempre atualizados e se adaptem às mudanças do mercado. A capacidade de se manterem atualizados permite-lhes antecipar as necessidades dos turistas, oferecer soluções inovadoras e destacar-se da concorrência.

As campanhas de marketing desempenham um papel fundamental na promoção dos destinos turísticos e eventos. Uma campanha bem planeada e executada pode atrair um grande número de turistas e gerar um impacto significativo na economia local. O exemplo da recente campanha de marketing para o Rock in Rio Febras, mencionado pelo Dr. Paulo Vaz, ilustra como uma estratégia de divulgação eficiente pode aumentar a visibilidade e o interesse dos viajantes, impulsionando o turismo e os negócios associados.



Uma das ideias-chave e soluções para o sucesso da comunicação e do marketing no turismo é a segmentação do mercado. Cada público tem características e preferências distintas, e direcionar a mensagem corretamente para cada segmento aumenta a eficácia das ações de comunicação. Ao compreender as necessidades e interesses específicos de cada segmento, é possível desenvolver estratégias personalizadas e direcionadas, alcançando resultados mais expressivos e aumentando a atratividade do destino para os diferentes tipos de turistas.



## Turismo, Competitividade e Destino Portugal

### Vânia Sousa

Esta obra abrange a visão e recomendações de diversos especialistas de renome internacional, que identificam aspetos positivos e de melhoria no turismo português. São englobadas perspetivas diferenciadoras sobre a imagem internacional de Portugal nos média e a opinião dos estrangeiros, bem como políticas públicas e de marketing e comunicação e a influência da Troika na notoriedade do Destino Portugal.

Reflete ainda sobre acontecimentos recentes que marcaram o turismo nacional e identifica direções a tomar para superar os desafios do mercado. O recurso ao marketing digital, às operadoras low-cost, à inovação, às experiências integradas e à cocriação são alguns dos aspetos valorizados.

Uma obra reveladora, de leitura acessível, indicada para profissionais de turismo e de áreas adjacentes e para todas as pessoas que pretendam conhecer mais sobre aspetos interessantes do turismo nacional e internacional.

---

Esse e-mail foi enviado para [[EMAIL\_TO]].

[clique aqui para cancelar a assinatura.](#)

Av. 25 de abril, nº 8 B CW Drt. 2620-185. Ramada, Portugal.

Rua João das Regras 150 5º esq./tras. 4000-291. Porto, Portugal.