

GUIMARÃES

ESTRATÉGIA TURÍSTICA

2019 | 2029



GUIMARÃES
TURISMO 
PORTUGAL



Sobre a Bloom Consulting

Criada em 2003, a Bloom é uma empresa especializada em **informação** sobre destinos e **estratégias de marca** para Países, Regiões e Cidades. A empresa está sediada em **Madrid** e tem escritórios em **Lisboa, Londres e São Paulo**.

Sobre a Bloom Consulting

A Bloom Consulting aconselhou a **OCDE** e é parceira oficial de dados do **World Economic Forum**. Todos os anos, a Bloom publica o **Country Brand Ranking©** [Edições de Turismo e Negócios], o **Digital Country Index©**, o **Digital City Index©** e o **Portugal City Brand Ranking©**.

Bloom Consulting
**Digital
Country
Index**

Powered by  Digital
Demand

Bloom Consulting
**Digital
City
Index**

Powered by  Digital
Demand

Bloom Consulting
**Country
Brand
Ranking©**

 **Tourism Edition**

Bloom Consulting
**Country
Brand
Ranking©**

 **Trade Edition**

Bloom Consulting
**Portugal
City Brand
Ranking©**

 **Municípios
Portugueses** | Negócios
Visitar
Viver

Sobre a Bloom Consulting

PAÍSES

Alemanha
Aruba
Áustria
Botswana
Bulgária
Cabo Verde
Costa Rica
El Salvador
Equador
Espanha
Finlândia
Irlanda
Jamaica
Letónia
Malta
Noruega
Paraguai

Portugal
Polónia
Espanha
Seychelles
Suécia

REGIÕES E CIDADES

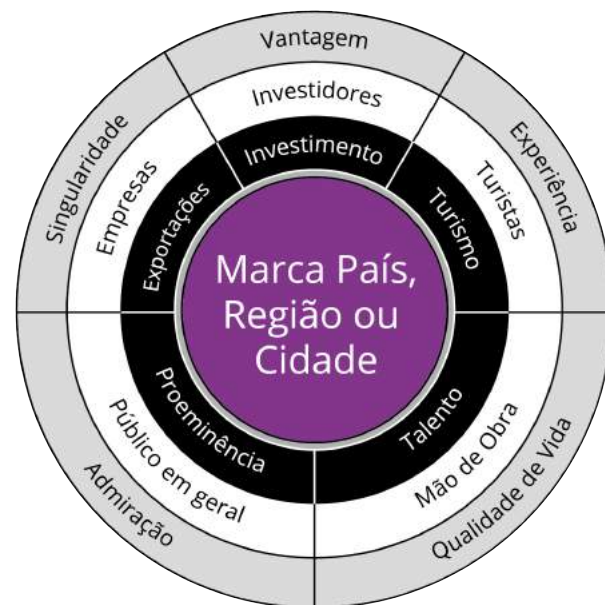
Abraham Path [IL]
Abu Dhabi [AE]
Atlantic Seaboard [IE]
Belo Horizonte [BR]
Bruxelas [BE]
Buenos Aires [AR]
Castilla y León [ES]
Cork [IR]
Estocolmo [SE]
Helsínquia [FI]
Herzegovina [BA]
Kessington & Chelsea [GB]
Londres [BG]
London Bridge [GB]
Macau [CN]
Madrid [ES]
Miami [US]
Mississauga [CA]
Munique [DE]
Oslo [NO]
Riga [LV]
Tete [MO]
Victoria Gasteiz [ES]

REGIÕES E CIDADES EM PORTUGAL

Algarve
Angra do Heroísmo
Beira Baixa
Braga
Bragança
Caldas da Rainha
Castelo Branco
Figueira da Foz
Guimarães
Idanha-a-Nova
Leiria
Litoral Alentejo
Madeira
Maфра
Mondim de Basto
Penafiel
Porto & Norte
Sudoeste de Portugal

Sobre a Bloom Consulting

> **Place Branding**
Estratégia de marca



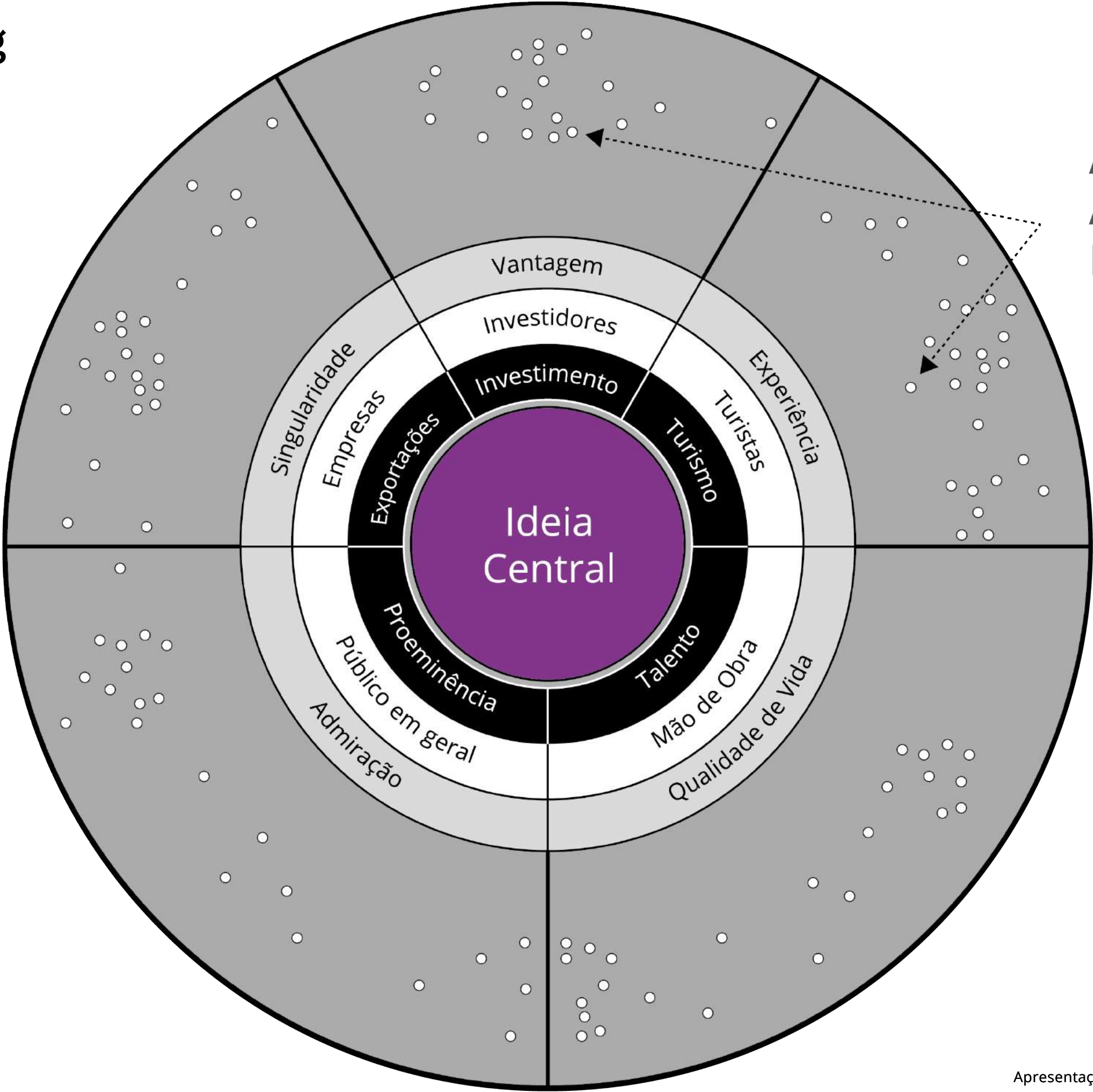
> **Digital Demand ©**
Medição da pesquisa

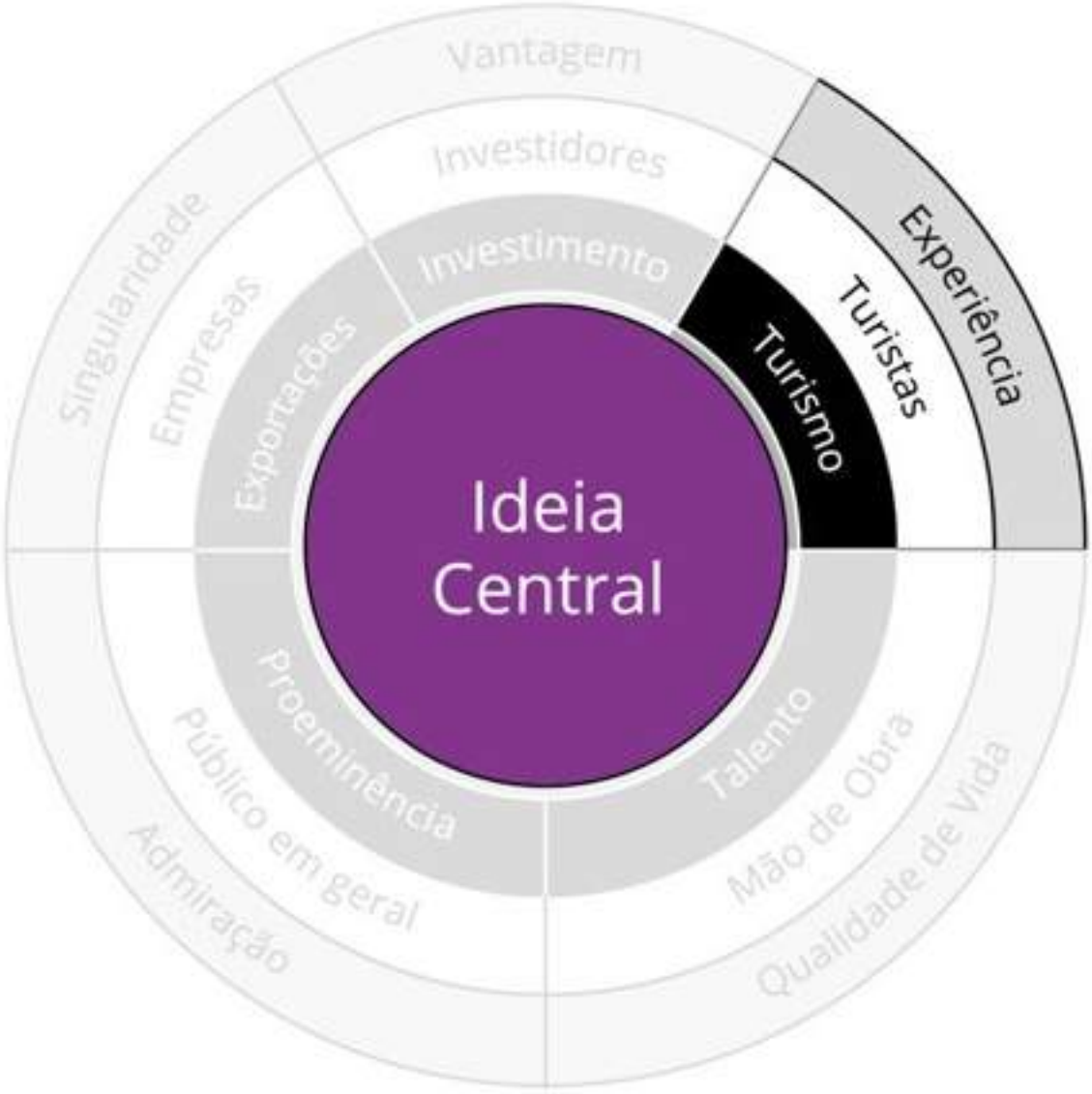


> **Digital Supply ©**
Análise da oferta



**Ações
Atividades
Políticas**







FASE 1

ANÁLISE

Nesta fase do projeto, foram realizadas uma série de estudos qualitativos e quantitativos, com a finalidade de compreender as perceções internas e externas sobre Guimarães.

Estudos realizados Fase 1

Digital Demand D2©	Análise de todas as pesquisas online realizadas em todo o mundo relacionadas com ativos, atividades e equipamentos turísticos de Guimarães ao longo dos últimos 4 anos em 5 idiomas.
Entrevistas Locais	Entrevistas presenciais com 59 Stakeholders locais, de todas as áreas afetas à indústria turística em Guimarães, identificando perceções, ideias, ativos inexplorados, entre outros pontos-chave.
Questionários Nacionais	Questionários realizados a cerca de 500 habitantes de Portugal continental e insular, focados na perceção externa de Guimarães, bem como o conhecimento dos ativos e do território.
Benchmark de Competidores	Comparação entre o desempenho de Guimarães e 4 dos seus principais competidores no âmbito do Turismo através de análise de materiais, plataformas e de estatísticas gerais, turísticas e digitais.
Casos de Estudo Internacionais	Mapeamento e estudo de projetos internacionais que vão de encontro às necessidades identificadas e que sirvam de inspiração para projetos a considerar no futuro para o território de Guimarães.
Visitas ao Território	Visita acompanhada por especialistas a 28 dos principais equipamentos e ativos do Município de Guimarães identificados pelos Stakeholders locais com o objetivo de identificação de fragilidades e oportunidades.
Materiais e Plataformas	Estudo de conteúdos turísticos e de todas as plataformas online relacionadas com o turismo em Guimarães, quer de origem privada, quer do Município, da Região de Turismo ou Turismo de Portugal.
Portugal City Brand Ranking ©	Análise de todas as variáveis recolhidas referentes aos 308 municípios nacionais nas vertentes Turismo, Negócios e Viver.

Documentos entregues Fase 1



Relatório e Software
Digital Demand – D2©
Guimarães 2018

“Recolha, análise e interpretação de todas as pesquisas online efetuadas por turistas nacionais e internacionais sobre Guimarães e os seus competidores através da ferramenta Digital Demand – D2©.”



Relatório
Entrevistas aos Stakeholders Locais

“Entrevista aos stakeholders locais mais relevantes sobre temas como a perceção interna e externa, principais ativos e problemas e perspetivas para o futuro do território vimaranense”



Relatório
Inquéritos Online a Cidadãos Portugueses

“Questionários realizados em Portugal sobre o comportamento geral dos turistas portugueses face ao turismo interno, as suas perceções de Guimarães e o conhecimento existente sobre os principais ativos do território”



Dossier (Parte 1)
Benchmark de Competidores Nacionais

“Comparação de estatísticas turísticas, económicas e gerais bem como de estratégia de comunicação e identidade visual entre Guimarães, Braga, Évora, Sintra e Óbidos (competidores definidos)”



Dossier (Parte 1)
Benchmark de Competidores Nacionais

“Comparação de estatísticas turísticas, económicas e gerais bem como de estratégia de comunicação e identidade visual entre Guimarães, Braga, Évora, Sintra e Óbidos (competidores definidos)”



Dossier (Parte 2)
Casos de Estudo Internacionais

“Compilação de casos de estudo internacionais que vão de encontro aos principais problemas e ideias levantadas pelos Stakeholders locais e pela análise dos materiais turísticos existentes”



Dossier (Parte 3)
Visitas e Análise de Ativos no Território

“Memória descritiva e análise do processo de visitas ao território de Guimarães, os principais ativos e tópicos de discussão em cada local visitado/stakeholder entrevistado.”



Relatório e Apresentação
PAC©, Conclusões e Recomendações

“Apresentação das principais conclusões e recomendações com base em toda a pesquisa efetuada na Fase 1, bem como uma avaliação de acordo com os 9 pontos da Place Assessment Criteria - PAC©.”

PACTM Place Assessment Criteria

Como classificamos Guimarães?

Importante

- ○ ○ 1. Ser seguro e politicamente estável
- ○ ○ 2. Ter boas infraestruturas
- ● ○ 3. Ser acessível via bom transporte
- ● ○ 4. Oferecer serviços de qualidade

Crítico

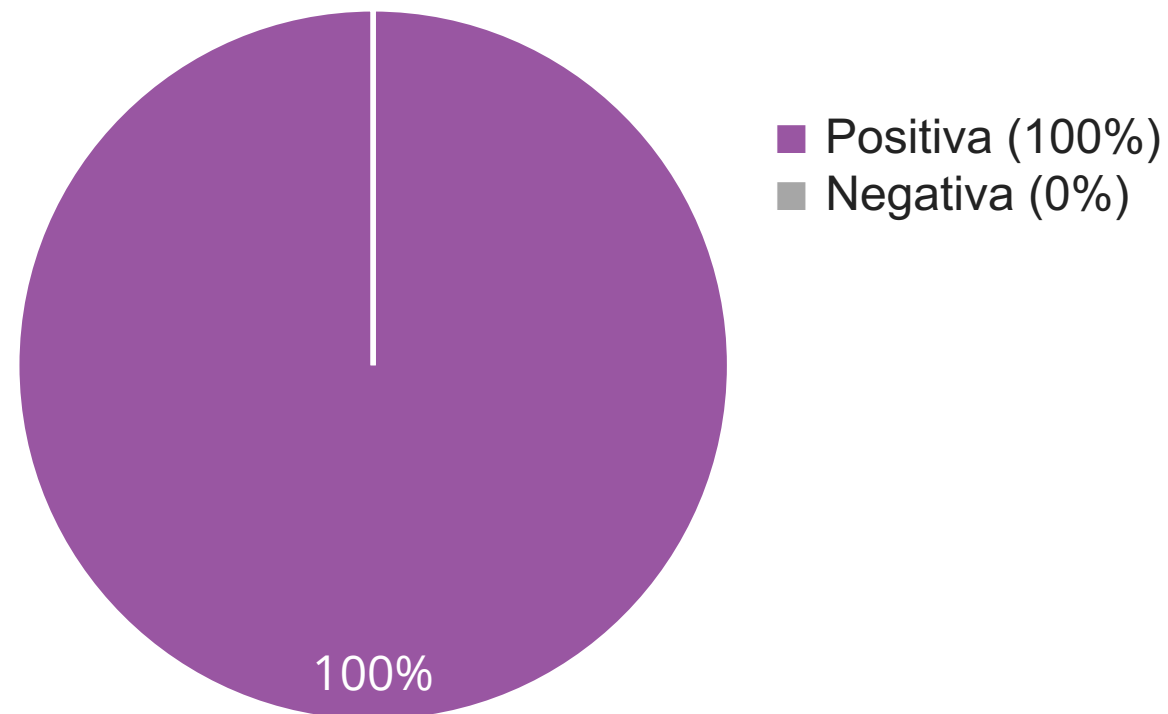
- ● ○ 5. Ser conhecido
- ○ ○ 6. Ser percecionado por algo
- ○ ○ 7. Perceções alinhadas com a realidade
- ● ○ 8. Gerar Emoções
- ● ○ 9. Oferecer uma experiencia única

Principais conclusões:

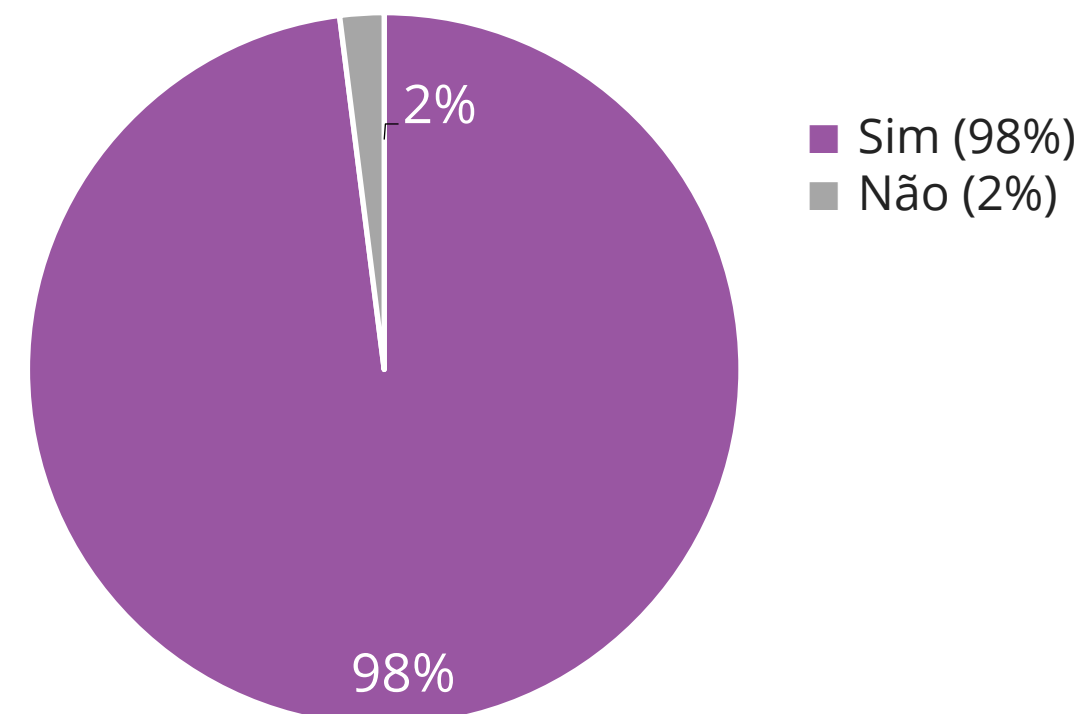
1. *Good will* interno e reconhecimento nacional a 100%.

Guimarães é um território com enorme reconhecimento a nível nacional e onde os habitantes têm uma perceção inabalavelmente positiva.

Entrevistas | Na sua opinião, a população de Guimarães tem sobre a cidade, uma perceção:



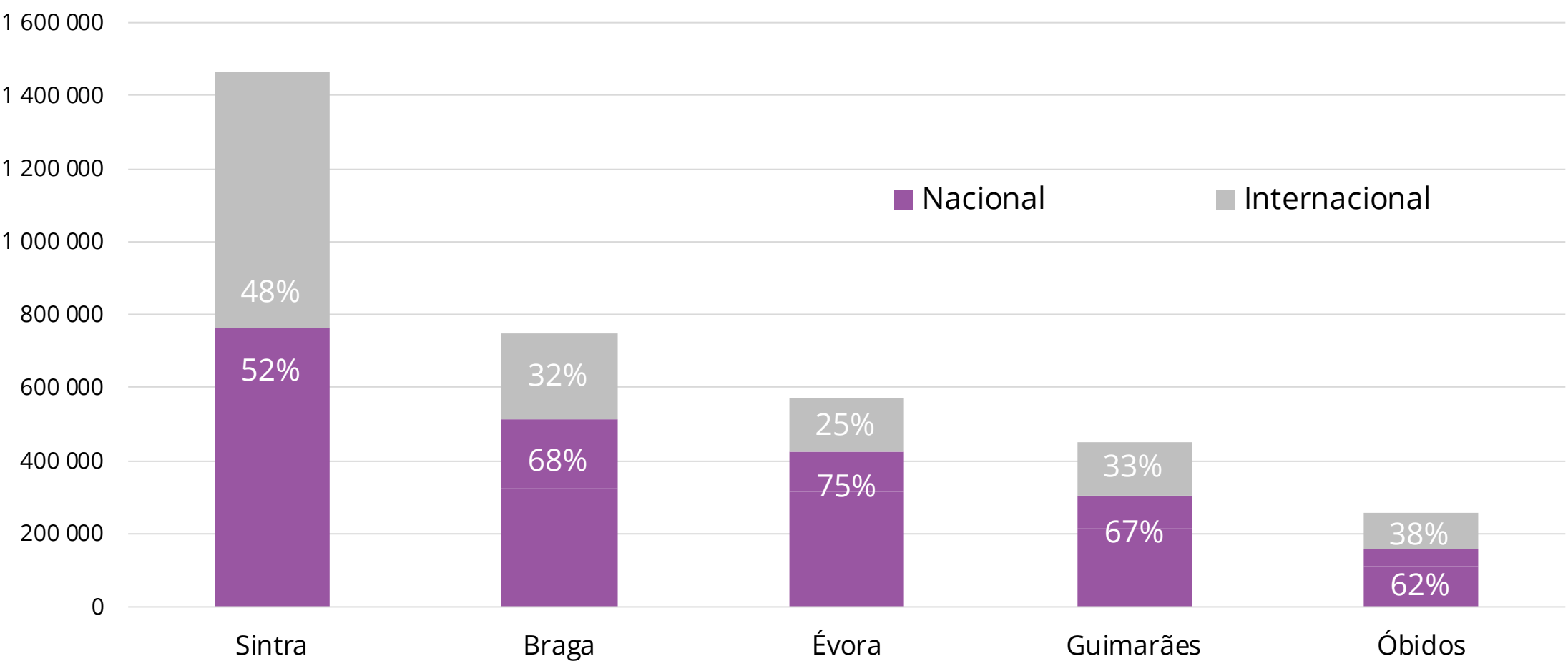
Questionário | Já ouviu falar de Guimarães?



2. Reconhecimento internacional ainda é baixo.

Se a nível nacional o reconhecimento é muito grande, o reconhecimento e a procura internacional ainda tem muito espaço para crescer.

Digital Demand | Procuras Nacionais e Internacionais



2. Reconhecimento internacional ainda é baixo.

Quando desdobramos a pesquisa internacional, observamos que os mercados principais são 3: Espanha, Brasil e França; a proximidade geográfica e cultural prevalecem.



PORTUGAL
67%



ESPANHA
15%



BRASIL
6%



FRANÇA
4%



ALEMANHA
1%

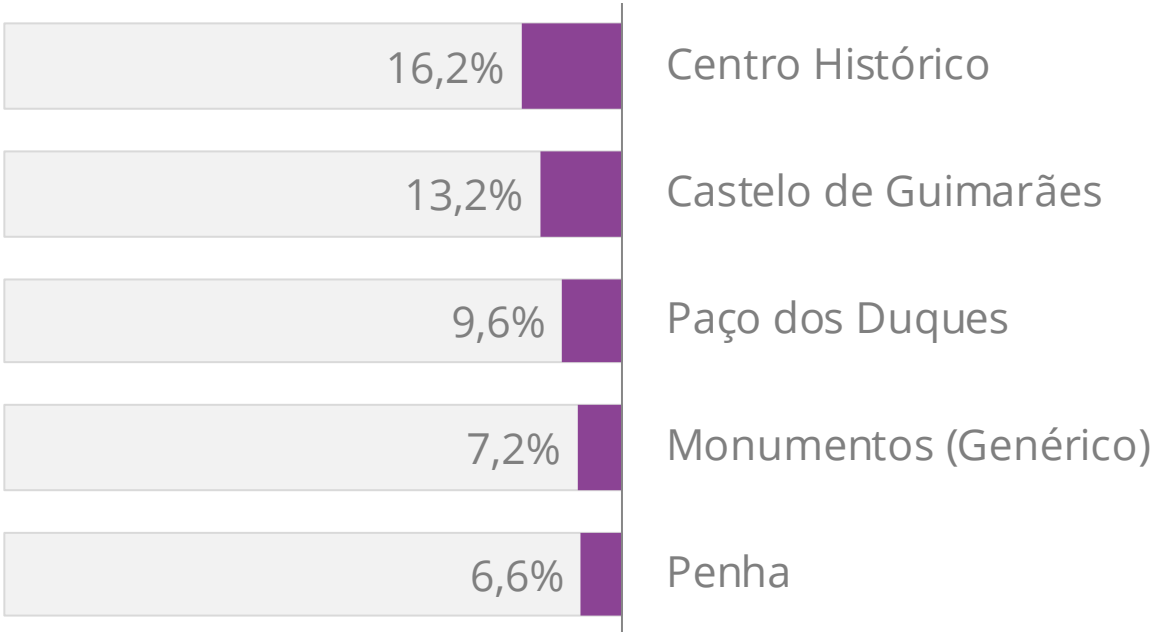
OUTROS
7%

3. Existem percepções e estão alinhadas com a realidade.

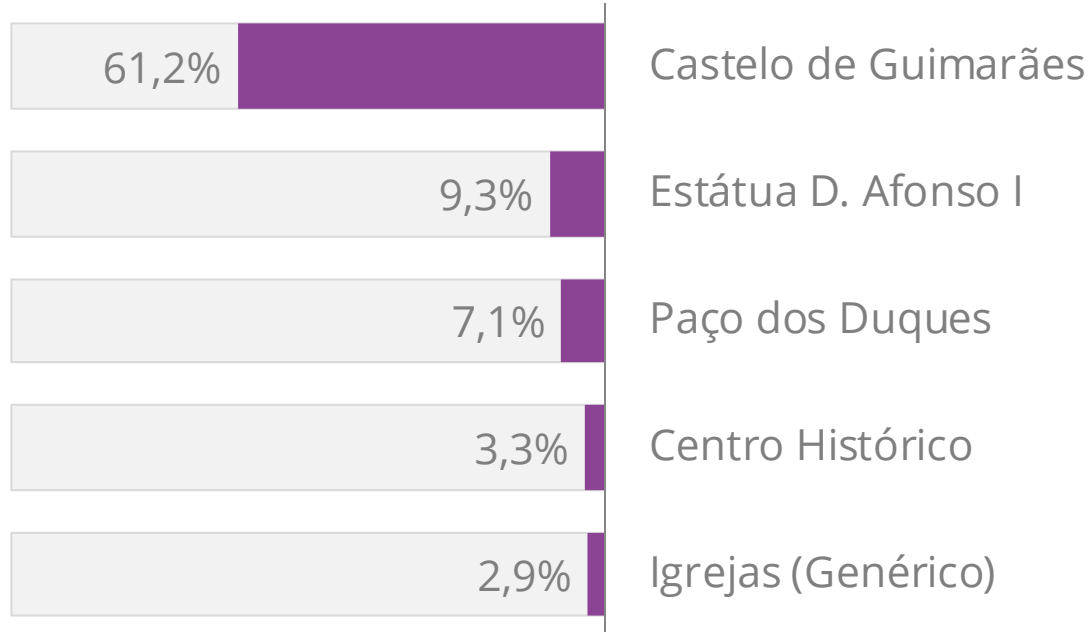
Tanto nas percepções internas como no restante país, percebemos que há uma prevalência nos temas relacionados com a **Fundação** e a **História de Portugal**.

Entrevistas e Questionários | Ativos de Guimarães destacados

 Entrevistas: Ativos (Top 5)



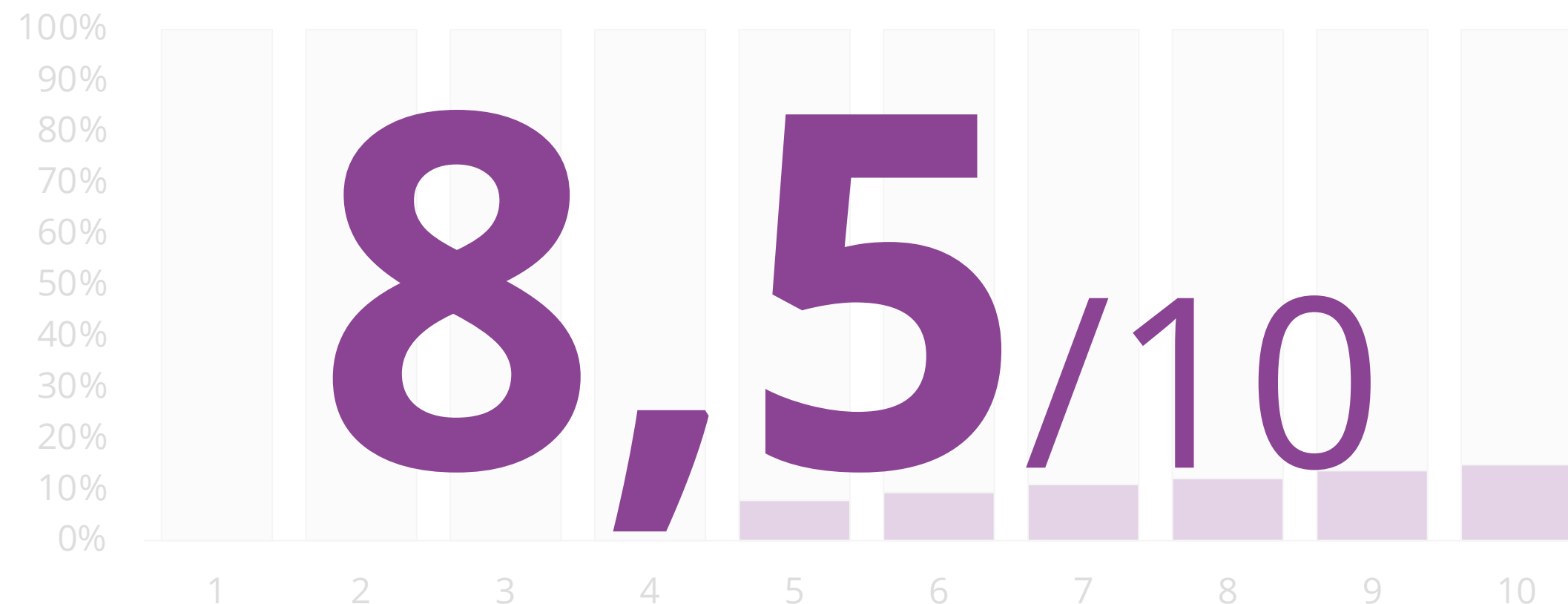
 Questionários: Ativos (Top 5)



4. Quem visita adora.

É inquestionável para os atores locais que Guimarães proporciona uma sensação extremamente positiva a quem visita o território pela primeira vez.

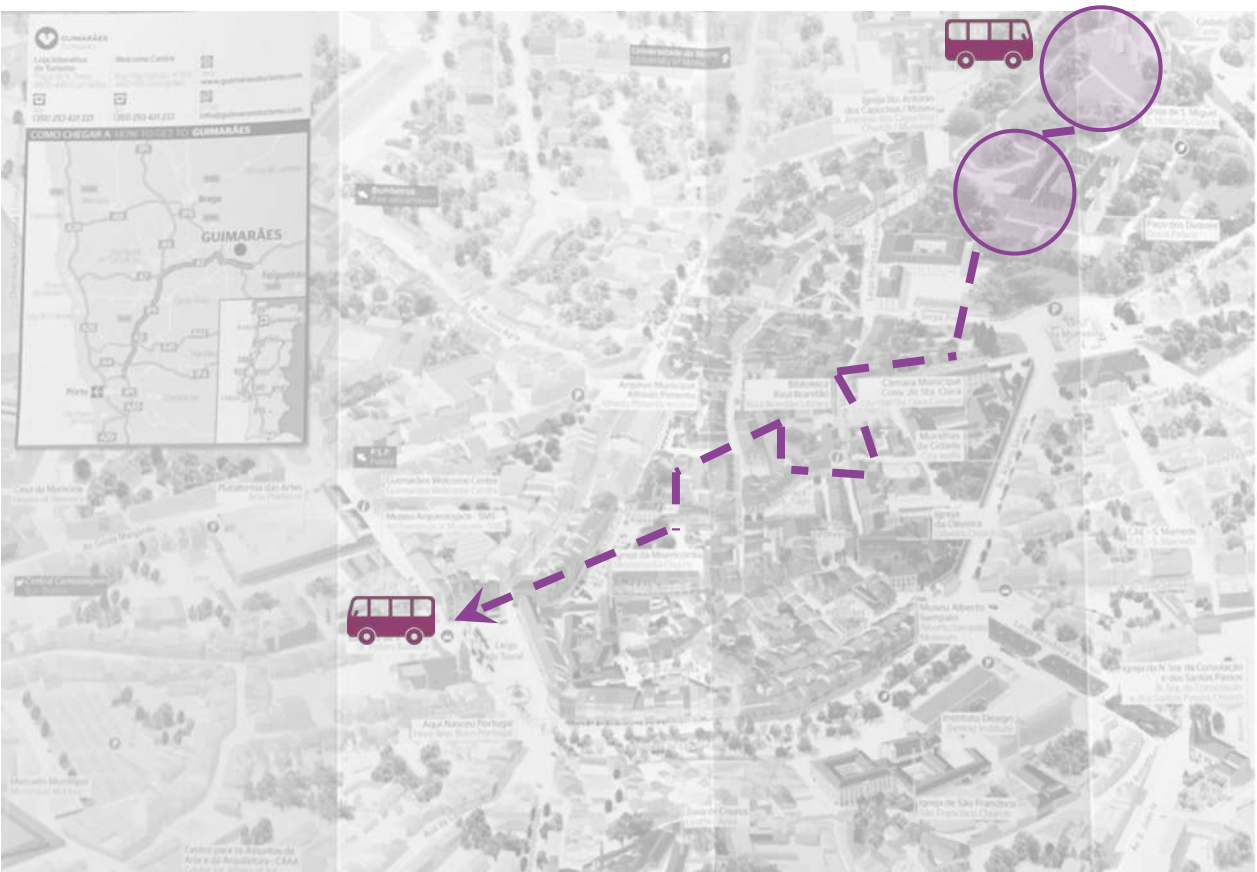
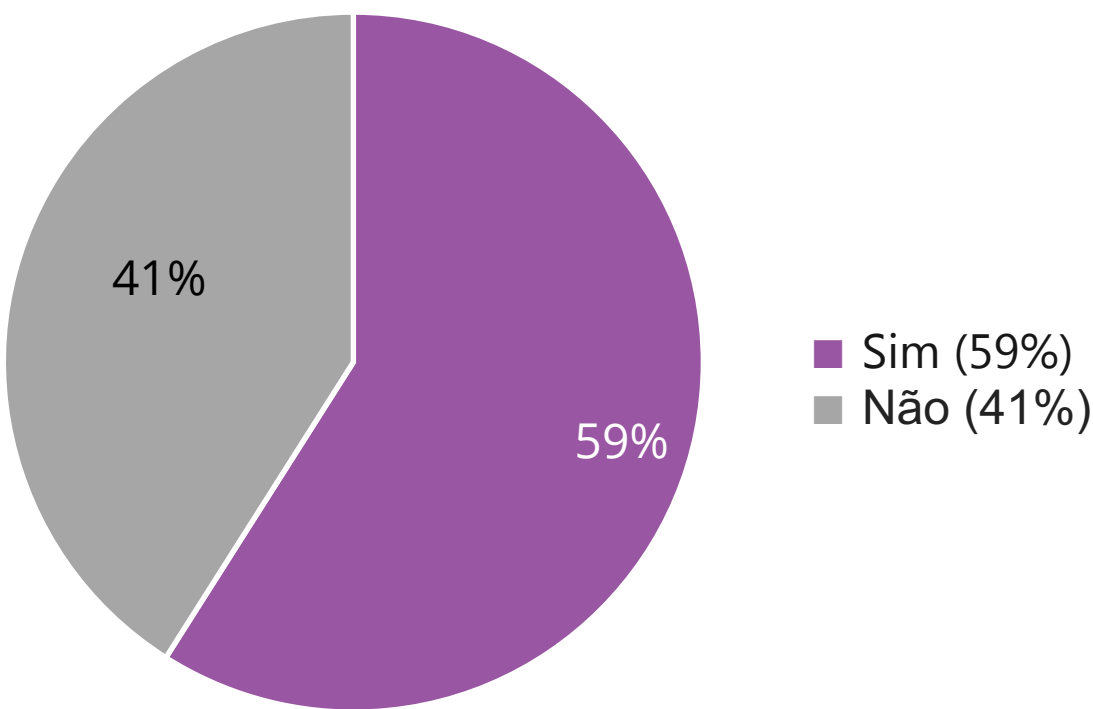
Entrevistas | Quantifique a sensação que alguém fica, quando visita Guimarães pela primeira vez



5. Mas nem sempre leva uma experiência única.

Quando confrontados com o fator “experiência única”, os entrevistados dividiram-se.

Entrevistas | Acha que Guimarães oferece uma experiência turística única?



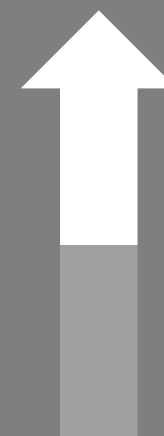
Detetámos alguns obstáculos



CURTA ESTADIA
NO TERRITÓRIO
VIMARANENSE



CONCENTRAÇÃO
NO CENTRO DA
CIDADE



PERDA DE
NOTORIEDADE COM
JOVENS



DESCONHECIMENTO
FORA DE PORTUGAL

Recomendações



1

É necessário **unificar o território** de Guimarães e **complementar a experiência** existente.

RECOMENDAÇÃO


NOTORIEDADE JOVEM


CONCENTRAÇÃO


DESCONHECIMENTO


CURTA ESTADIA

2

RECOMENDAÇÃO

Comunicar mais e melhor
para mudar o paradoxo que
**Guimarães é só o Castelo e
o Paço dos Duques**



NOTORIEDADE JOVEM



CONCENTRAÇÃO



DESCONHECIMENTO



CURTA ESTADIA

3

RECOMENDAÇÃO

Diversificar os públicos-alvo através de uma segmentação inteligente, criando ações e atividades específicas.


NOTORIEDADE JOVEM


CONCENTRAÇÃO


DESCONHECIMENTO


CURTA ESTADIA

4

RECOMENDAÇÃO

Explorar o potencial de *Stakeholder Engagement* em Guimarães, pondo o orgulho e o bairrismo “***on brand***”


NOTORIEDADE JOVEM


CONCENTRAÇÃO


DESCONHECIMENTO


CURTA ESTADIA

5

RECOMENDAÇÃO

Encontrar a Ideia Central de Guimarães, alinhando a estratégia com uma visão coerente para o Turismo.


NOTORIEDADE JOVEM


CONCENTRAÇÃO


DESCONHECIMENTO


CURTA ESTADIA

Ideia Central

É a ideia que nós queremos
que os outros tenham de nós.

FASE 2

ESTRATÉGIA



WORKSHOP

Força, Coragem, Ambição, Paixão e Conquista

Hooligan de Guimarães

Futuro com Coração Antigo

Vimaranense (Adj.)

D. Afonso Henriques

Nós Somos Guimarães

Inspirador

Garra

Pessoas de Guimarães

Sinta-se em Casa

Enigmático e Por Explorar

Identidade, História e Pessoas

Mosaico de Experiências

Fazer parte (Desta História)

Património com Gente Dentro

Nós Desenhamos (Criamos) Portugal





Qual é a **Ideia Central** de Guimarães







É uma forma exacerbada de viver Guimarães.
Uma identidade muito própria que nos diferencia
do resto do mundo!



É a nossa essência...

É algo que só se encontra aqui, um orgulho desmedido na
nossa Terra e no lugar da história que ela ocupa.



Quatro comportamentos
alinhados com a nossa **Ideia Central**

Orgulho na história

Receber como ninguém

GARRA
VIMARANENSE

Participar ativamente

Amar o território

Orgulho na história

Ser de Guimarães, onde nasceu Portugal, é um orgulho transmitido de pais para filhos e é um alento que nos permite enfrentar qualquer dificuldade.

Como em Guimarães todos sabem, foi por haver vimaranenses, que depois, pôde haver Portugal.



Bloom Consulting

Countries Regions and Cities

Receber como ninguém

Sentimo-nos bem em Guimarães e vamos lutar até ao limite das nossas forças para que quem nos visita se sinta em casa e saia com um enorme sentimento de pertença.

E só sai por que tem de ser, levando um enorme desejo de voltar.



Bloom Consulting
Countries Regions and Cities

Participar ativamente

Apesar da nossa forte autocrítica, nos momentos em que é necessário representar e defender o que é nosso falamos a uma só voz.

Queremos todos fazer parte... em Guimarães não há espaço para a indiferença.



Amar o território

Se há coisa que aprendemos desde pequenos foi a ter orgulho na nossa Terra e no lugar da história que ela ocupa como indiscutível berço da nacionalidade.

Com uma visão de futuro fazemos com que Guimarães seja um local perfeito.



Todos estes comportamentos são espelhados em 3 programas principais:

Programa Identitário

Programa responsável por desenvolver, ampliar e disseminar a “Garra Vimaranense”



Valorização Territorial

Tornar todo o território vimaranense um reflexo da nossa visão e elevadas expectativas.



Conhecer Guimarães

Um leque de experiências que vão espelhar a monumentalidade do território e dos vimaranenses.



Programa Identitário

Este programa alberga todos os projetos que asseguram o futuro da “Garra Vimaranesense”. Desde os mais jovens a quem contacta com os turistas e mesmo quem chega agora ao território.

Este ativo imaterial que representa a identidade de Guimarães é parte indissociável da visão do Município e da projeção do mesmo.



Programa Identitário

- BI Bases da Identidade
- RI Representação da Identidade
- PI Projeção da Identidade



Programa Identitário

BI Bases da Identidade

RI Representação da Identidade

PI Projeção da Identidade



Programa Identitário

Compreender, preservar a identidade e assegurar o futuro e a qualidade do destino são os grandes objetivos deste projeto, com uma forte componente formativa.

BI Bases da Identidade

RI Representação da Identidade

PI Projeção da Identidade

Principais subprojetos

- > Mapeamento da Identidade
- > Workshops com Jovens Vimaraneses
- > Envolvimento das Escolas
- > Experimentação Local (Antestreia de Tudo)
- > Formação Turística
- > Formação Linguística

Programa Identitário

BI Bases da Identidade

RI Representação da Identidade

PI Projeção da Identidade



Programa Identitário

A potenciação de quem representa o território é uma parte essencial desta estratégia. Entre Kits, Manuais, estatutos e redes ativas, a Identidade de Guimarães está em boas mãos.

BI Bases da Identidade

RI Representação da Identidade

PI Projeção da Identidade

Principais subprojetos

- > Estatuto “Sócio de Guimarães”
- > Manual do Vimaranense
- > Rede de Embaixadores Tradicional e Mini-Embaixadores
- > Kit de Sobrevivência de Guimarães.
- > Estratégia de Comunicação Interna e Diáspora

Programa Identitário

BI Bases da Identidade

RI Representação da Identidade

PI **Projeção da Identidade**



Programa Identitário

RI Formação para a Identidade

FI Representação da Identidade

PI Projeção da Identidade

Vamos mostrar ao mundo o verdadeiro espírito de Guimarães! Com uma aposta clara na inovação e na comunicação, com base nas pessoas e instituições locais, projetar-se-á um destino único.

Principais subprojetos

- > #Guimarães (Invasão das Redes Sociais)
- > Canal de YouTube de Guimarães (feito por vimaranenses)
- > Minuto da nossa História (pequenos vídeos)
- > O que é Guimarães? (Textos/Vídeos/Artigos/Storytelling)
- > Traduza (Dicionário de expressões locais)

Valorização Territorial

A “Garra” vimaranense mostra o seu máximo expoente na defesa, preservação e vivência do seu território. As distinções e honras de que é alvo constante não são um acaso, mas sim uma consequência de um trabalho meritório constante.

Este Programa assenta no princípio de continuar a aperfeiçoar Guimarães, sem dissociar a identidade do território.

Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território

Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território



Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território

Este projeto quer tornar realidade o sonho de muitos vimaranenses: ver todo território municipal e as suas valências fazer parte do destino turístico Guimarães.

Principais subprojetos

- > Mapeamento territorial
- > Rotas Circulares de transportes por todo o território
- > Plataforma Digital para a Partilha de Segredos (no mapa)
- > Festival das Freguesias Vimaraneses
- > Potenciar as Aldeias
- > Uniformização de Linguagem e Sinalética

Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território



Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território

A sustentabilidade foi definida como prioridade desde o arranque desta Estratégia. A aposta clara do município de Guimarães na ecologia, limpeza e preservação serão assim transpostas agora para o Turismo.

Principais subprojetos

- > Estratégia de Sustentabilidade
- > Centro Histórico Ciclável e Pedonal
- > Candidaturas a distinções nacionais e internacionais

Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território



Valorização Territorial

TU Território Unificado

GV Guimarães Verde

GT Garra no Território

Materializar a Identidade no contexto do território vimaranense de forma a que esta seja útil na atração e melhoria da experiência dos turistas, é o objetivo deste ambicioso projeto.

Principais subprojetos

- > Welcome Desk na Casa da Memória
- > Casa da Memória como ponto de Partida
- > Posto de Turismo de Guimarães no Aeroporto do Porto
- > Arte no Território (exemplo: Mural de Fotografias na Cidade)

Conhecer Guimarães

A humanização da experiência turística é uma batalha perdida por muitos destinos modernos.

Em Guimarães, no entanto, há uma vontade assumida da população em ser parte do destino, em mostrar, ajudar e participar. Com esta “Garra” e por esta razão, todos os projetos relativos à experiência turística contemplarão a participação dos vimaranenses.



Conhecer Guimarães

- AM À Medida
- DO Descoberta da Origem
- VV Visita Verde
- IE Imersão no Espírito Vimaranesense
- CP Caminho da Paixão
- EA Experiências Acompanhadas

Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas

Dar ao turista a oportunidade de construir a sua própria experiência no território, com acesso a toda a informação necessária e a uma plataforma inovadora, que não só facilita mas também desafia à permanência no território.

Principais subprojetos

- > Passaporte Guimarães (App, Jogo com pontos, Prémios)
- > Personalizar a Experiência (Experiência à medida do Turista)
- > Perpetuar Experiências (Acompanhamento pós Visita)

Conhecer Guimarães

AM À Medida

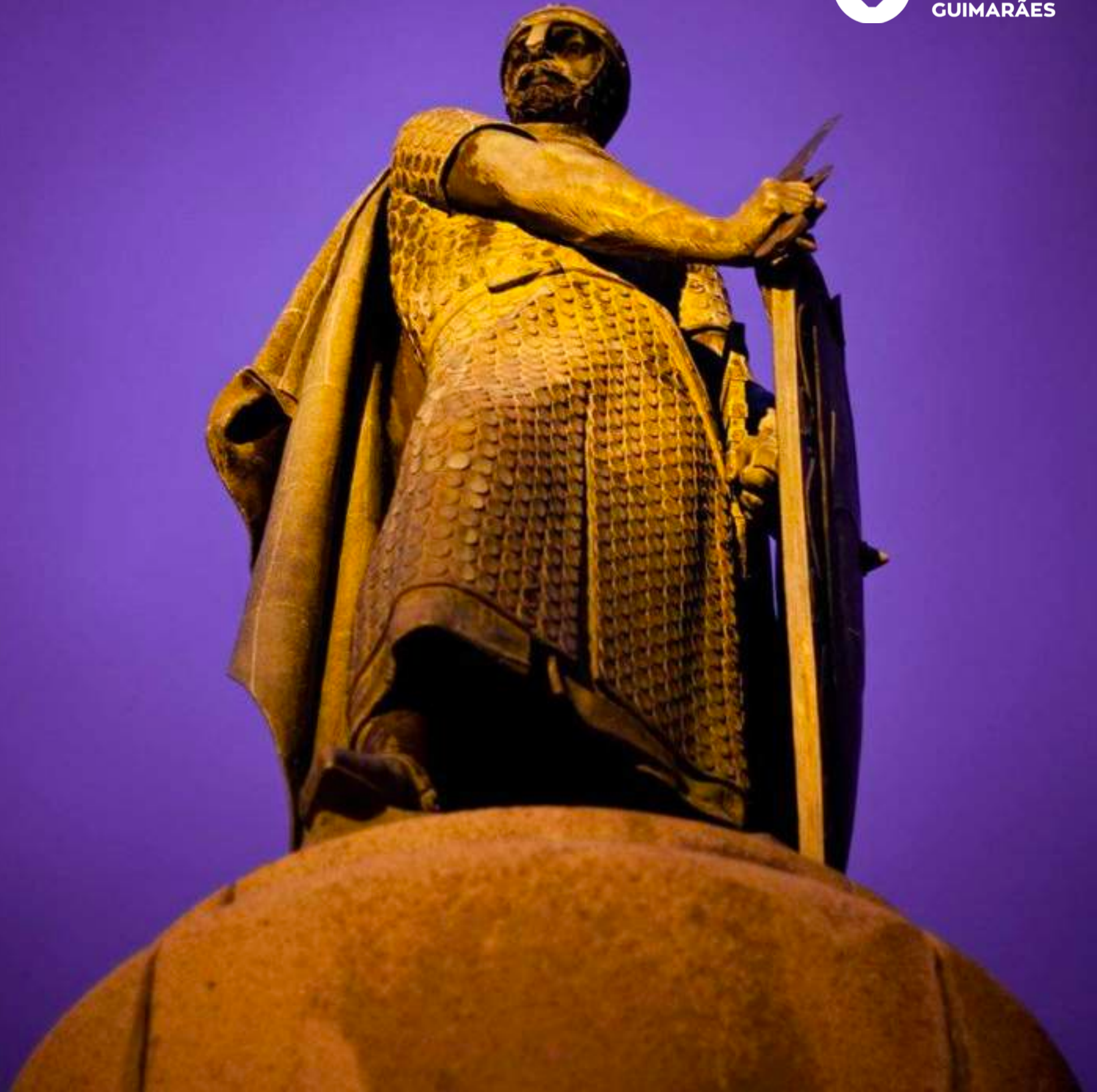
DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas

O público-alvo ligado às origens e à mística da cidade-berço terá acesso a uma experiência única, que não se limitará ao Centro Histórico e ao Castelo, mas a todo o território intrinsecamente ligado à História de Portugal.

Principais subprojetos

- > Transportar a História para a Experiência
- > Roteiro da Origem (mais compreensivo)
- > Visitas Encenadas

Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas

O território preservado, a limpeza, as ecovias, os edifícios autossuficientes, produtos locais e todo o património natural são premissas eficazes na atração de um público mais jovem e eco responsável.

Principais subprojetos

- > Bike Buddies (visitas acompanhadas por locais)
- > Feito na minha terra
- > Potenciar Mercados Abertos
- > Dia-a-Dia com locais (Agricultores, Artesãos, etc.)



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas

Dar a oportunidade a quem nos visita de sentir o que é Guimarães e ser Vimaranense é o grande objetivo deste projeto focado na Identidade. Muito para além de visitar Castelos e locais encantadores, a imersão completa incutirá o sentimento de pertença.

Principais subprojetos

- > Greeters (Sempre alguém para o receber)
- > Guimarães Acolhe (Couchsurfing)
- > Match (aplicação que junta turistas e vimaranenses)
- > Mi casa es su casa (Desenvolvimento)
- > Noc-Noc (Desenvolvimento)

Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas

Paixão é uma das palavras que melhor descreve os Vimaranenses e deve ser partilhada com os turistas que nos visitam. Mesmo que seja por um curto período, sentir a Paixão vimaranense vai marcar todos os que por aqui passam.

Principais subprojetos

- > Jantar com Histórias
- > Vitoriano por um dia (Futebol)
- > Vamos sair? (Atividade de vida noturna vimaranense)
- > Um dia com...

Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranense

CP Caminho da Paixão

EA Experiências Acompanhadas



Conhecer Guimarães

AM À Medida

DO Descoberta da Origem

VV Visita Verde

IE Imersão Espírito Vimaranesense

CP Caminho da Paixão

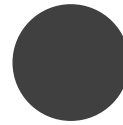
EA Experiências Acompanhadas

Todas as atividades neste programa visam a participação dos Vimaranesenses, mas este é o projeto de envolvimento mais ambicioso. Uma rede de roteiros temáticos e em que Vimaranesenses se voluntariam para guiar os Turistas pelo território.

Principais subprojetos

> Guias Locais com roteiros Temáticos

Programa Identitário



Bases da Identidade

1. Mapeamento da Identidade | 2. Workshops Jovens Vimaraneses | 3. Envolvimento das Escolas | 4. Experimentação Local | 5. Formação Turística | 6. Formação Linguística

Representação da Identidade

7. Estatuto “Sócio de Guimarães” | 8. Rede de Embaixadores | 9. Kit de Sobrevivência | 10. Estratégia de Comunicação

Projeção da Identidade

11. #Guimarães (Invasão das Redes Sociais) | 12. Canal de YouTube de Guimarães | 13. Minuto da nossa História | 14. O que é Guimarães? | 15. Traduza

Valorização Territorial



Território Unificado

16. Mapeamento territorial | 17. Rotas Circulares em todo o território | 18. Plataforma Digital para a Partilha de Segredos | 19. Festival das Freguesias Vimaraneses | 20. Potenciar as Aldeias | 21. Uniformização de Linguagem e Sinalética

Guimarães Verde

22. Estratégia de Sustentabilidade | 23. Centro Histórico Ciclável e Pedonal | 24. Candidaturas a distinções nacionais e internacionais

Garra no Território

25. Welcome Desk na Casa da Memória | 26. Casa da Memória como ponto de Partida | 27. Posto de Turismo de Guimarães no Aeroporto do Porto | 28. Arte no Território

Conhecer Guimarães



À Medida

29. Passaporte Guimarães | 30. Personalizar a Experiência | 31. Perpetuar Experiências

Descoberta da Origem

32. Transportar a História para a Experiência | 33. Roteiro da Origem | 34. Visitas Encenadas

Visita Verde

35. Bike Buddies | 36. Feito na minha terra | 37. Potenciar Mercados Abertos | 38. Dia-a-Dia com locais

Imersão no Espírito Vimaranesense

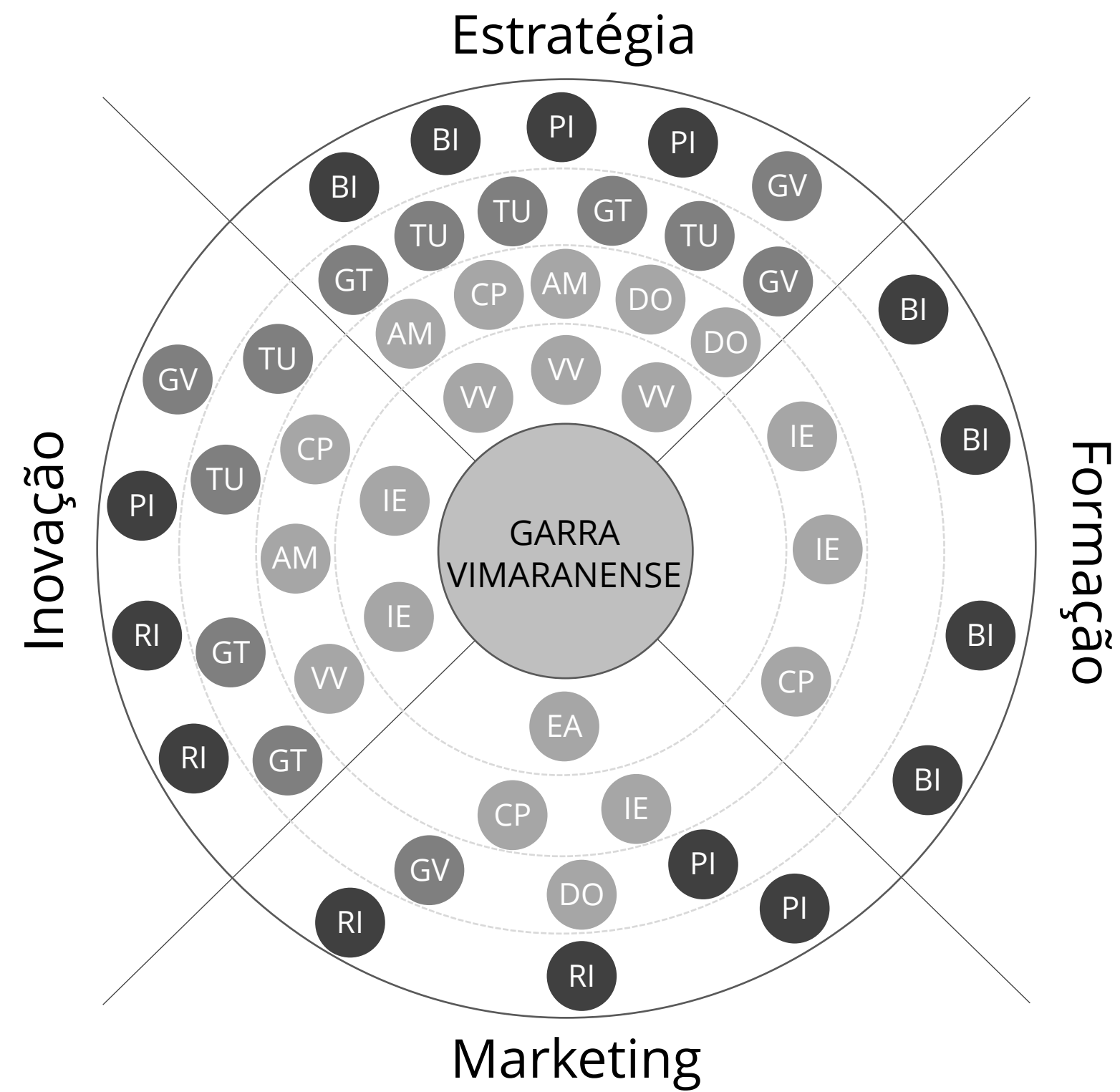
39. Greeters | 40. Guimarães Acolhe | 41. Match | 42. Mi casa es su casa | 43. Noc-Noc

Caminho da Paixão

44. Jantar com Histórias | 45. Vitoriano por um dia | 46. Vamos sair? | 47. Um dia com...

Experiências Acompanhadas

48. Guias Locais com roteiros Temáticos



- > 1 Estratégia
- > 3 Programas
- > 12 Projetos
- > 48 Subprojetos

- > 1 Estratégia
- > 3 Programas
- > 12 Projetos
- > 48 Subprojetos

> 158.124 Vimaranenses

Origens



Jovens



Estrangeiros

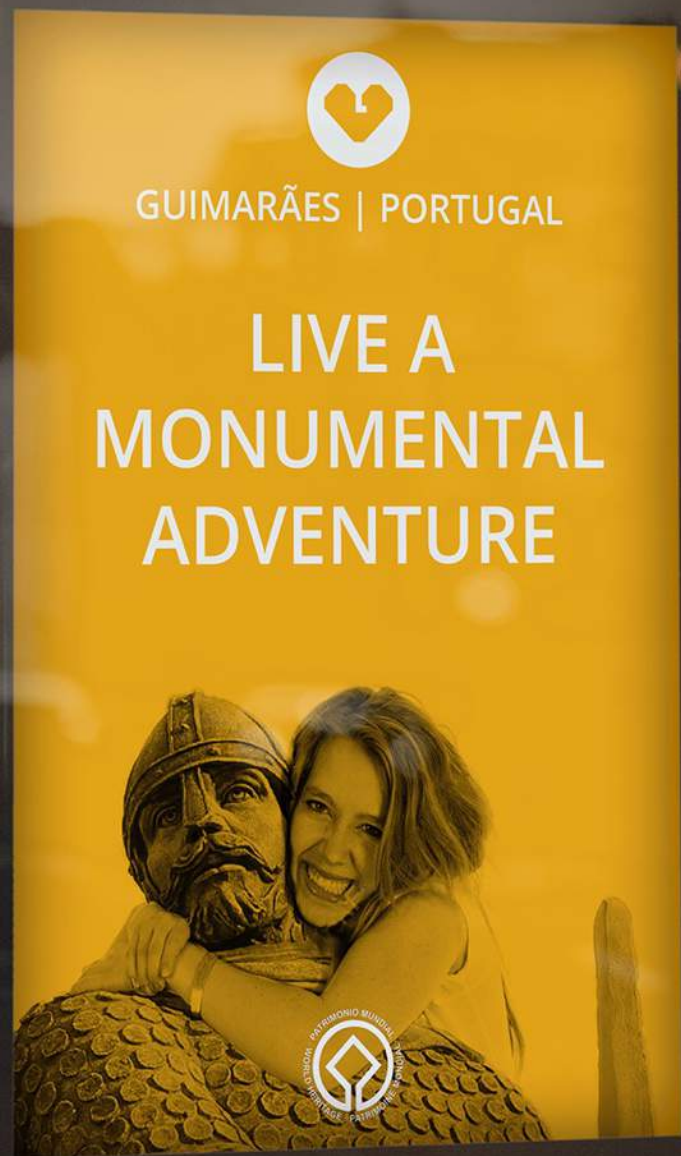


Vimaranenses



Como devemos comunicar?

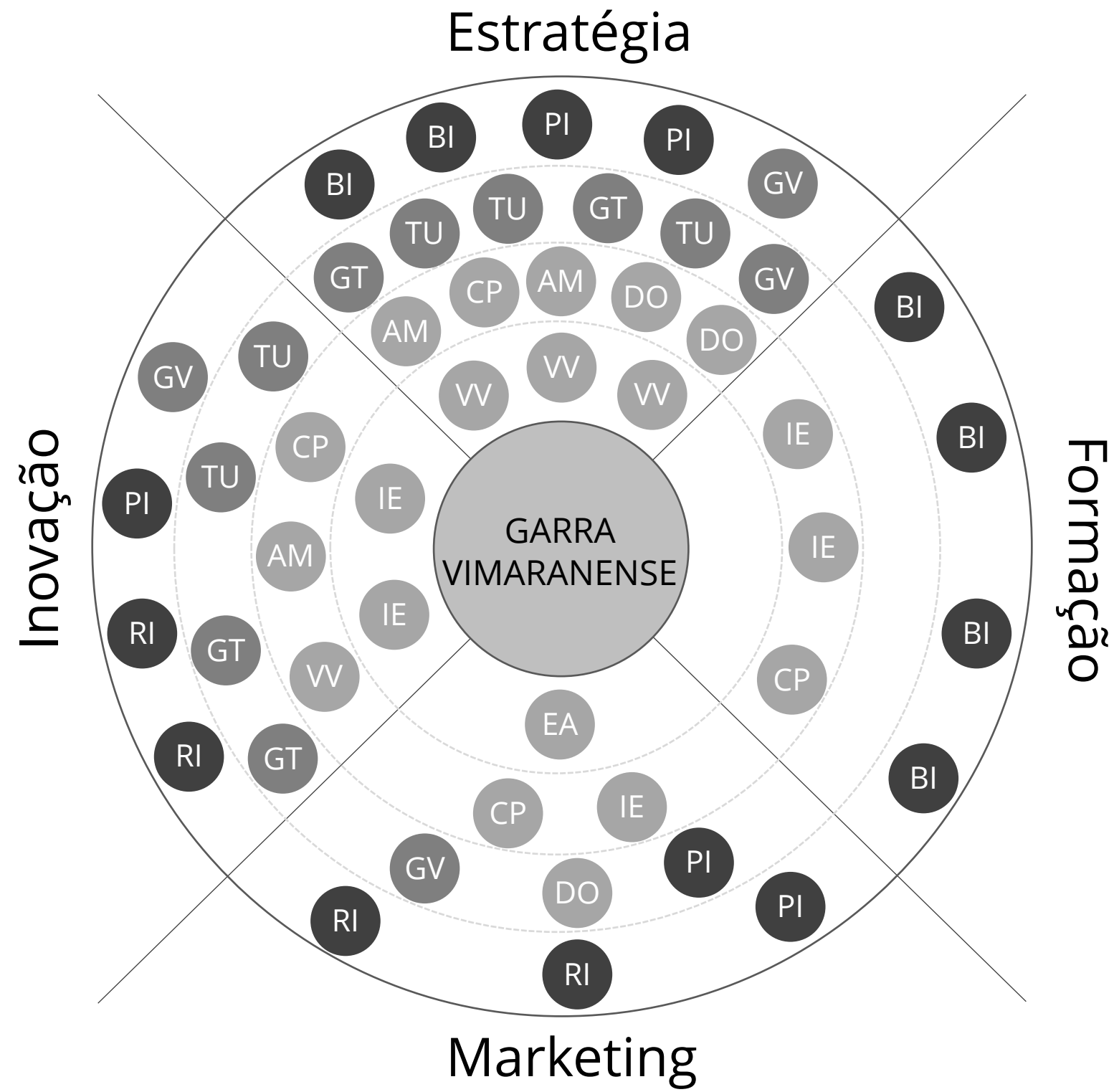
1. UMA EXPERIÊNCIA HISTÓRICA



2. HISTÓRIAS COM GARRA

#SOUVIMARANENSE





Queremos que quando se pense
em Guimarães se pense num
território histórico, com uma
ENORME personalidade.

... um destino onde a identidade do
seu povo pode ser encontrada em
cada recanto.



GARRA VIMARANENSE



Documentos entregues Fase 2



Relatório/Dossier
Workshop
Ideia Central
Projetos

“Relatório com toda a informação sobre o Workshop com os Stakeholders, a definição da Ideia Central e os projetos sugeridos nas sessões de trabalho”



Apresentação/Livro
Ideia Central
Projetos

“Desenvolvimento da Ideia Central, princípios e orientações para a estratégia e projetos a implementar no âmbito da marca de Turismo de Guimarães”



Plano de Ação
Análise individual de projetos

“análise individual dos 3 programas, 12 projetos e 48 sub-projetos; definição detalhada de prioridades, custos e objetivos para implementação (Documento detalhado com 67 páginas)”



On / OFF Brand
Ferramenta de aferição de alinhamento com estratégia

“Criação de uma ferramenta que permite aferir se uma ideia ou novo projeto está alinhado com os princípios estipuladas para a ideia central de Guimarães.”

FASE 3

IMPLEMENTAÇÃO

Criação de uma equipa composta pela
Câmara Municipal de Guimarães,
associações, atores locais e
vimaranenses que levará a cabo a
implementação dos projetos

Plataforma de Gestão que assegurará
uma análise periódica do ponto de
situação e resultados de cada projeto.

Acompanhamento, por um período de um ano, de todas as ações e projetos resultantes do plano de ação, bem como redefinições da estratégia

Obrigado!

Filipe Roquette – Diretor Geral Portugal
Campo Pequeno 2, 10A
1000-078 Lisboa - Portugal
+351 210 936 819

froquette@bloom-consulting.com