



**guda**  
give u  
design art

**REDESCOBRIR**

**VALORIZAR**

Marca **OESTE**

**VALORIZAR**

**REDESCOBRIR**

# Índice

---

1. Região OESTE: Valores Exclusivos
2. A comunicação da marca OESTE
3. Considerações finais

---

## 1. Região OESTE: Valores Exclusivos

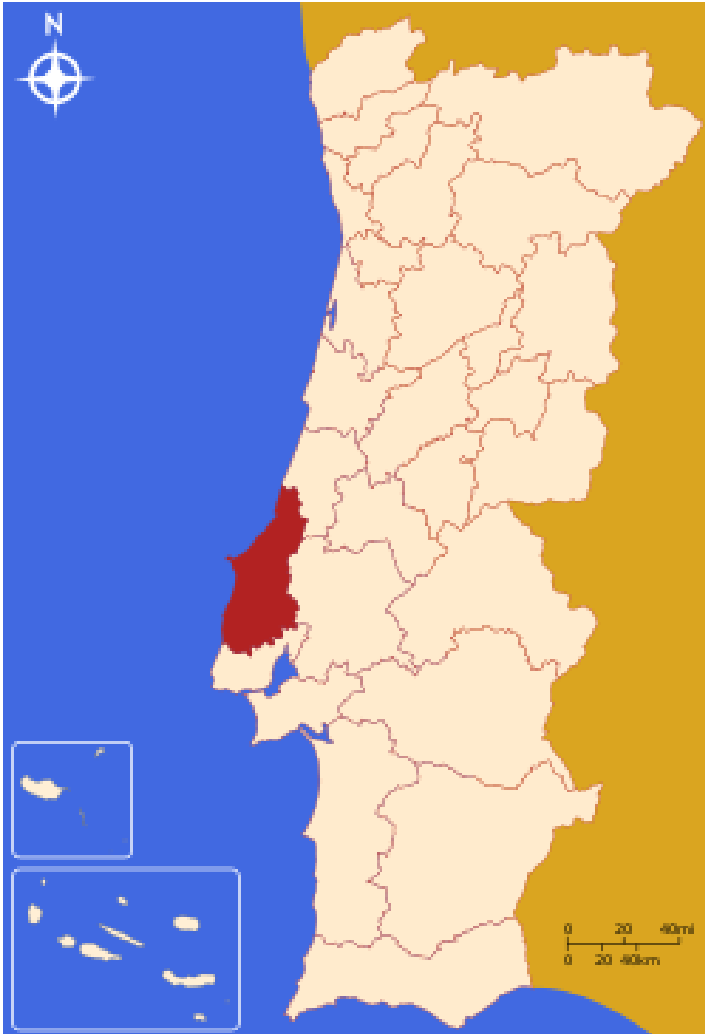
**O que é que**

**a**  **tem**

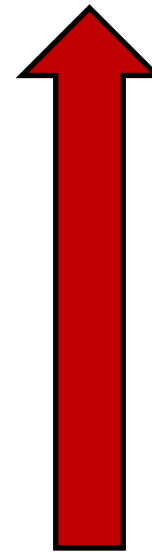
**que outras não têm?**

# Valor 1: localização geográfica

---



**COMPETITIVIDADE**



**Acessibilidade**

**Proximidade**

## Valor 2: paisagem, clima e património

---



**Museus e  
monumentos  
históricos**

**Artesanato**

**Moinhos**

**Clima ameno e  
luminosidade  
intensa**

**Costa  
marítima  
e campo**



## Valor 3- Vinho



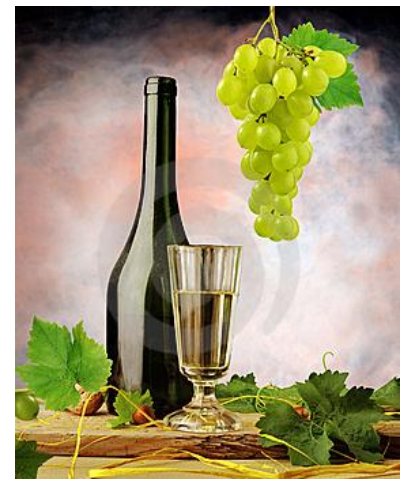
## da Região OESTE



**Uma das maiores  
regiões vinícolas de  
Portugal e do  
Mundo**

**Rota do Vinho:  
25 quintas**

**Diversidade de  
aromas e sabor  
distinto**



# Valor 4- Hotéis & SPA, e termas

---

**Bem-estar**



**Saúde**



**Lazer**



# Valor 5- Golfe e Centros Equestres

---



**Prática de desporto em contacto com a natureza**

**Conjugação mar/campo**

**Vida Saudável**



---

## 2. A comunicação da marca OESTE

# Meios utilizados

O.C.S da região OESTE	Sites de promoção da região OESTE	Sites das autarquias
Jornais digitais: Tinta Fresca e Oeste Online; Jornal impresso: FRENTE OESTE	Oeste Turismo: <a href="http://www.rt-oeste.pt">www.rt-oeste.pt</a>	Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras
Televisão online: <a href="http://www.oeste.tv">www.oeste.tv</a>	Oeste CIM (Comunidade Intermunicipal)	
Rádio Oeste	Visitoeste.com- A Oeste tudo de novo/ Descubra um Portugal Maior;	
O.C.S dos diversos concelhos.	Portal Oeste Digital: <a href="http://www.oestedigital.pt">www.oestedigital.pt</a> ; Num clique todo o Oeste	

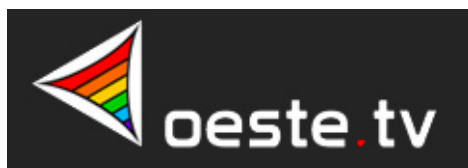
# As logomarcas

---

**FRENTE OESTE**



oeste.digital



A **OESTE**  
**TUDO DE NOVO**

DESCUBRA UM PORTUGAL MAIOR

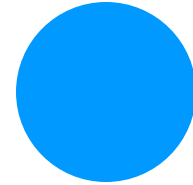


- *Homepage*- Rock in Rio Lisboa
- Categorias e Programas
- Navegação confusa e desactualizada;
- Os vídeos acumulam-se sem critério;
- Categoria “Ambiente e Património”

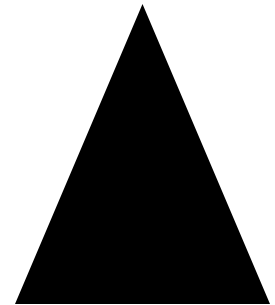
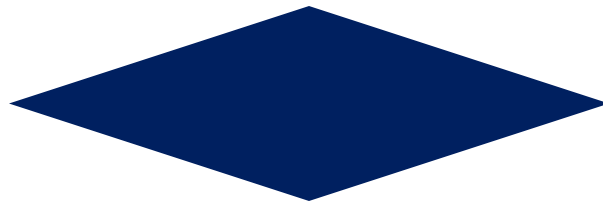
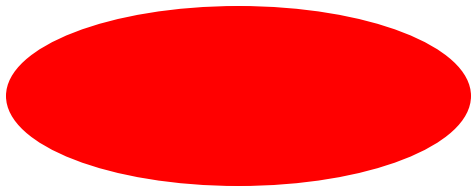
# Análise da comunicação

---

- Marca OESTE está pouco presente na comunicação feita;
- Comunicação direccionada para a região;
- Falta de critério na comunicação;



D i s p e r s ă o ...



# Pergunta?

---

Será que a

Marca  
OESTE

existe?



# Análise SWOT- Região OESTE

Factores Internos	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Localização geográfica</li><li>• Clima ameno e luminosidade intensa ;</li><li>• Património</li><li>• Combinação serra/mar;</li><li>• Temperaturas amenas;</li><li>• Hotelaria de alta qualidade (5 estrelas);</li><li>• Região turística “não-sazonal”- todo o ano;</li><li>• Turismo Náutico</li><li>• Campos de Golf de alta qualidade;</li><li>•Centros Equestres;</li><li>• Rota do Vinho e da Vinha do Oeste;</li><li>• Termas</li></ul> <p><b>+ + +</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Região um pouco húmida;</li><li>• Água do mar fria;</li><li>• Comunicação fraca no âmbito nacional;</li><li>• As logomarcas existem mas não estão presentes;</li></ul>

---

### 3. Considerações finais

# Análise SWOT- Região OESTE (cont.)

Factores Externos	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>• Criação de uma marca MAIS FORTE;</li><li>• Valorizar a região e tudo aquilo que tem para oferecer- Diferenciação da Região;</li><li>• Comunicação adaptada a cada público;</li><li>• Desenvolvimento Sustentável na Região;</li></ul> <p style="text-align: center;">+ + +</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diminuição do consumo ;</li><li>• Regiões mais competitivas;</li><li>• Surgimento de novos espaços de lazer;</li><li>•</li></ul>

# Reposicionamento da Marca Oeste

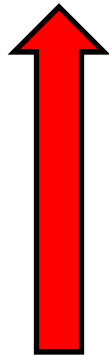
---

- Branding
- Segmentação de públicos e mercados;

# O que é preciso?

---

**ESTRATÉGIA**



**ESPÍRITO DE EQUIPA**



# Em Destaque!

---

**Caldas da Rainha:** os seus ex-líbris, a cerâmica de Rafael Bordalo Pinheiro, e as termas.

Mosteiro de Alcobaça, Convento de Cristo e Mosteiro da Batalha: Património da Humanidade



Presidente da República considerou **Óbidos** um “caso de sucesso” (Maio.2010)

Em **Arruda dos Vinhos** situa-se a Academia de Dressage Portugal



3º Seminário Internacional de **Torres Vedras** - Hidrogénio, Energia e Sustentabilidade (Abril.2010)

**Arruda dos Vinhos** recebe dois prémios de e-municípios 2009 (Maio. 2010)

Município de **Peniche** arrecada 2º lugar na Categoria de Parques e Jardins (Março.2010)

Redescobrir e Valorizar!!!

*Obrigado a todos!!!*

**Tiago Robalo Gouveia**

Consultor em Marketing e Comunicação

tiagorgouveia@sapo.pt