



Plano de Actividades

Ano de 2007

Para TURIHAB e para os *Solares de Portugal*, 2007 será o ano da Internacionalização.

Com a certificação dos *Solares de Portugal* com a ERS3001TER e a certificação “Marca Portugal”, a TURIHAB baseará as suas acções de promoção num plano estratégico que dinamize a procura e promova a cooperação com as redes internacionais **Europa das Tradições e Fazendas do Brasil**.

A TURIHAB fomentará parcerias na área das novas tecnologias e dinamizará a construção de uma Base de Dados para o TER conjuntamente com a Valimar – ComUrb.

A TURIHAB conjuntamente com a CENTER implementará o *e-commerce* como novo canal de distribuição dos *Solares de Portugal*.

A TURIHAB para o ano de 2007 focalizará a sua actuação em duas vertentes fundamentais: **Qualidade e Internacionalização**.

Na área da Qualidade, reforçará a monitorização do sistema de Gestão, implementando as políticas de qualidade definidas, fomentará a diferenciação do Turismo no Espaço Rural com a certificação da Marca *Solares de Portugal* e a divulgação de ferramentas de Gestão de Qualidade, como a ERS3001TER e o Manual de Boas Práticas dos *Solares de Portugal*.

Reforçará a capacidade de gestão recorrendo a novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), com a ligação em rede de todos os *Solares de Portugal*.

Fomentará a originalidade e a genuinidade dos produtos TER, promovendo a arte de bem receber, a hospitalidade familiar e a tradição dos *Solares de Portugal*.

Reforçará o associativismo empresarial e a cooperação ao nível das redes Europa das Tradições e Fazendas do Brasil para a internacionalização da marca *Solares de Portugal*.

Serão reforçados os protocolos existentes e desenvolvidas novas parcerias com instituições públicas e privadas que fortaleçam o prestígio da marca *Solares de Portugal*.

1. PLANO DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA 2007:

A TURIHAB em 2007 tem como principal prioridade a promoção do branding dos *Solares de Portugal* e a sua internacionalização.

Manterá as campanhas “VIVÊNCIAS NOS SOLARES DE PORTUGAL” com o slogan “Cada casa uma vivência, cada visita uma experiência” / “You arrive as a guest and you leave as a friend”, não descurando as campanhas de promoção “Portugal a sua Terra, os Solares a sua Casa” / “Solares de Portugal a touch of magic”, “Pais e filhos nos *Solares de Portugal*” / “*Solares de Portugal*, a home from home”, “Parta à descoberta” / “Your next discovery”. Estas campanhas objectivam aumentar a procura e fidelizar os mercados.

Para estruturação da oferta dos *Solares de Portugal* e promoção das várias valências de um turismo alternativo, a TURIHAB promoverá os circuitos temáticos, já publicados em brochura:

- PASSEIOS, Viajar Simplesmente em Portugal / TOURS Portugal’s gardens of éden
- GASTRONOMIA, Deus Criou a água, o homem criou o vinho / TASTE, the taste of Portugal
- PATRIMÓNIO, Símbolo de Cultura e Identidade / HERITAGE, The beauty of the past
- ACTIVIDADES, ar puro, liberdade e movimento / SPORTING, the Sporting life
- TERMAS, Mente e corpo são / SPAS, The healthy mind in the healthy body

A TURIHAB durante 2007 fará anúncios e publicidades em revistas da especialidade e lançará um mapa de estradas com a localização dos *Solares de Portugal*, que será o principal veículo de promoção e divulgação para clientes directos.

A TURIHAB apoiará a Editora INAPA que editará o Livro de Prestigio dos *Solares de Portugal*, com fotografia de António Homem Cardoso e textos de Teresa Carvalho.

1.1. OBJECTIVOS:

- Garantir a genuinidade da oferta e promover a sua qualificação;
- Promover a riqueza da nossa cultura, a arte de viver, as nossas tradições a hospitalidade e o acolhimento familiar;
- Credibilizar a marca *Solares de Portugal*, através da certificação, indo de encontro às necessidades, satisfação e expectativas dos hóspedes e fomentando novos mercados e novos segmentos;
- Promover conceitos de melhoria contínua dos serviços prestados e a implementação do sistema de Gestão de qualidade desenvolvendo uma oferta de qualidade e prestígio;

- Promover novas formas de vivências e actividades lúdicas e desportivas que promovam as regiões em que estão localizados os *Solares de Portugal*, desenvolvendo um turismo alternativo sustentável;
- Dar notoriedade à marca *Solares de Portugal*, associada ao destino Portugal.

1.2. ACÇÕES DE COMUNICAÇÃO, EM PORTUGAL E NOS MERCADOS EXTERNOS

A TURIHAB efectuará acções de comunicação através dos diferentes meios de promoção.

- Difundirá permanentemente brochuras e material multimédia dos *Solares de Portugal*, com informação da oferta, facilidades e respectivos preços;
- Através do portal www.solaresdeportugal.pt apresentará todos os *Solares de Portugal*, com informação geral das casas, características e envolvente;
- Editará mensalmente uma newsletter para fidelização dos clientes e as “Novas dos Solares” para informação dos Associados;
- Apresentará os *Solares de Portugal* nas principais feiras e eventos do sector a nível nacional e internacional;
- Organizará visitas educacionais para operadores turísticos e jornalistas;
- A TURIHAB desenvolverá conjuntamente com a CENTER acções de divulgação e promoção nos seus sites para fidelização dos clientes *Solares de Portugal*;
- Promoverá a publicação dos *Solares de Portugal* em brochuras de operadores turísticos e nos meios de comunicação social, nacionais e estrangeiros.

2. MERCADOS E SEGMENTOS ALVO:

Da análise dos mercados emissores para os *Solares de Portugal* dos primeiros 10 mercados, 8 são europeus – Reino Unido, Portugal, Holanda, França, Alemanha, Espanha, Itália, seguindo-se o EUA, Bélgica, Brasil, Noruega, Austrália, Canadá, Dinamarca, Finlândia, Suíça, Irlanda, Áustria, entre outros.

A estes mercados será dada especial atenção, aderindo às promoções que venham a ser desenvolvidas pelo ITP e por outras entidades.

Durante este ano, a TURIHAB alargará horizontes até à América Latina, Ásia e África, mercados em vias de expansão.

A nível internacional daremos a maior atenção às feiras e certames a realizar em Espanha e nos países de proximidade. Estaremos como observadores em algumas feiras em que o ITP se faz representar com stand.

A presença da TURIHAB em vários eventos, reuniões, seminários e workshops tem sido o principal responsável pela angariação de notoriedade que hoje os *Solares de Portugal* representam. Continuaremos a participar nestes eventos que manifestem interesse para a promoção dos *Solares de Portugal*.

Os segmentos prioritários dos *Solares de Portugal* são clientes individuais (fly and drive) e pequenos grupos familiares. Também o turismo étnico, de 2ª e 3ª gerações merecerão a atenção da TURIHAB e da CENTER.

A nível nacional, fomentaremos a integração dos *Solares de Portugal* em iniciativas e campanhas promovidas pelas Agencias Promocionais, pela ANRET, e pelo ITP objectivando-se alargar o mercado nacional atingindo um segmento em forte expansão nos *Solares de Portugal* – Classe média-alta, principalmente proveniente de grandes centros urbanos.

3. PRINCIPAIS INDICADORES E METAS A ATINGIR EM 2007

A TURIHAB conjuntamente com a CENTER objectivam atingir em 2007 as seguintes metas:

- Aumentar o número de associados em 5%;
- Dinamizar o sistema de gestão de qualidade, aumentando o grau de satisfação dos hóspedes em relação às casas e ao serviço prestado pela TURIHAB e pela CENTER;
- Aumentar a taxa de ocupação das casas, através da CENTER em 15%;
- Reduzir em 20% os custos de comunicações, através duma gestão integrada dos sistemas internos da TURIHAB e da CENTER;
- Aumentar o número de comunicações on-line com as casas em 20%, reduzindo os custos de correio, telefones e faxes;
- Desenvolver o sistema de vendas on-line com gestão virtual de créditos e débitos e disponível para os Associados;
- Aumentar o número de reservas on-line em 10%;
- Implementar um novo sistema de facturação, para agilizar pagamentos e recebimentos pela CENTER, facilitando a gestão interna das Casas Associadas da TURIHAB;
- Aumentar as visitas aos websites, que promovem os *Solares de Portugal* em 20%.

4. PLANO DE ACÇÕES PREVISTAS PARA 2007:

Actividade 2007	Data Prevista
Auditorias ERS3001 - Certificação dos Solares de Portugal e ISO9001:2000 - TURIHAB	Jan. - Dez.
Avaliação da Satisfação de Clientes e Hospedes	Jan. - Dez.
Help Desk para Apoio a Associados e Investidores	Jan. - Dez.
Campanhas “Vivências nos Solares de Portugal”	Jan. - Dez.
Educacionais	Jan. - Dez.
Anúncios e Publicidades	Jan. - Dez.
Projecto Valimar Digital	Jan. - Dez.
Seminários, conferencias e palestras	Jan. - Dez.
Workshops de divulgação	Jan. - Dez.
Melhoria dos Sites – CENTER	Jan. - Mai.
Formação – CENTERNET	Jan. - Out.
Feira Vakanties – Holanda	Jan. - 09 a 14
Feira BTL – Portugal	Jan. - 24 a 28
Feira – FITUR – Espanha	Jan.- 31 a Fev.- 04
Salon de Vacances - Bruxelas	Fev. - 08 a 12
Feira BIT – Itália	Fev. - 22 a 25
Mapa de Estradas com a localização dos Solares de Portugal	Fev.
Feira ITB - Alemanha	Mar. - 07 a 11
Salon Mondiale de Tourisme - Paris	Mar. - 15 a 18
Feira TUR - Suécia	Mar. - 22 a 25
Brochura da ETC	Mar.
Actualização dos Sites do ETC	Mar.
Rede de Cooperação com o Mercosul	Mar. - Dez.
Tabela de Preços 2008/2009	Jun.
Feira de Turismo – Luxury Fair – Nova Iorque	Set.
Brochura dos Solares de Portugal	Out.
Feira de Turismo - ABAV – Rio de Janeiro	Out. - 24 a 27
Reservas On-line	Out.
Feira WTM - UK	Nov. - 12 a 15
Fórum Mundial de Turismo	Nov.
Livro de Prestigio INAPA – Solares de Portugal	Dez.

Ponte de Lima, 27 de Novembro de 2006

A Direcção