

Plano de Marketing Digital para o Bukubaki Eco Surf Resort

PROJETO ACADÉMICO DESENVOLVIDO NO ÂMBITO DA UC DE
MARKETING DIGITAL I



Inês Ganhão | M^o Inês Santos
ESTM – Marketing Turístico
2025/2026



ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO	3
INTRODUÇÃO	4
ANÁLISE DA SITUAÇÃO	5
OBJETIVOS	8
ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL	9
PLANO DE AÇÕES	12
MONITORIZAÇÃO E KPIS	14
CONCLUSÃO	16
FAQ — PERGUNTAS FREQUENTES	17

SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente plano de marketing digital foi desenvolvido para o Bukubaki Eco Surf Resort, com o objetivo de reforçar a sua presença digital, aumentar a notoriedade da marca e potenciar a captação de reservas diretas.

O projeto baseia-se na análise da presença online da marca, identificação de oportunidades de melhoria e definição de estratégias focadas em SEO, redes sociais, marketing de conteúdo e engagement digital.

O plano procura responder às tendências atuais do turismo sustentável e experiencial, privilegiando estratégias orgânicas e conteúdos orientados para o público-alvo da marca.



INTRODUÇÃO

O presente Plano de Marketing Digital foi desenvolvido para o Bukubaki Eco Surf Resort, um empreendimento turístico sustentável localizado em Peniche, focado em experiências ligadas à natureza, surf, bem-estar e slow living. A marca destaca-se pela sua identidade ecológica, ambiente diferenciador e oferta orientada para um turismo mais consciente e experiencial. Num contexto em que os consumidores recorrem cada vez mais aos meios digitais para pesquisar, comparar e reservar experiências turísticas, torna-se essencial reforçar a presença online das marcas e desenvolver estratégias de comunicação eficazes e orientadas para o público-alvo.



- O Bukubaki dirige-se principalmente a:
- Jovens adultos e casais;
 - Viajantes internacionais;
 - Público interessado em turismo sustentável;
 - Amantes de surf, natureza e bem-estar;
 - Consumidores que valorizam experiências autênticas e diferenciadoras.

O Bukubaki posiciona-se como um eco resort moderno e sustentável, que combina alojamento, natureza e experiências de bem-estar num ambiente descontraído e autêntico. A marca procura diferenciar-se através da sua forte ligação ao conceito de sustentabilidade, tranquilidade e conexão com a natureza.



ANÁLISE DA SITUAÇÃO

Análise SWOT

Forças

- Identidade visual forte e diferenciadora
- Conceito sustentável e alinhado com tendências atuais
- Boa reputação online e avaliações positivas
- Forte componente experiencial ligada ao surf e bem-estar

Fraquezas

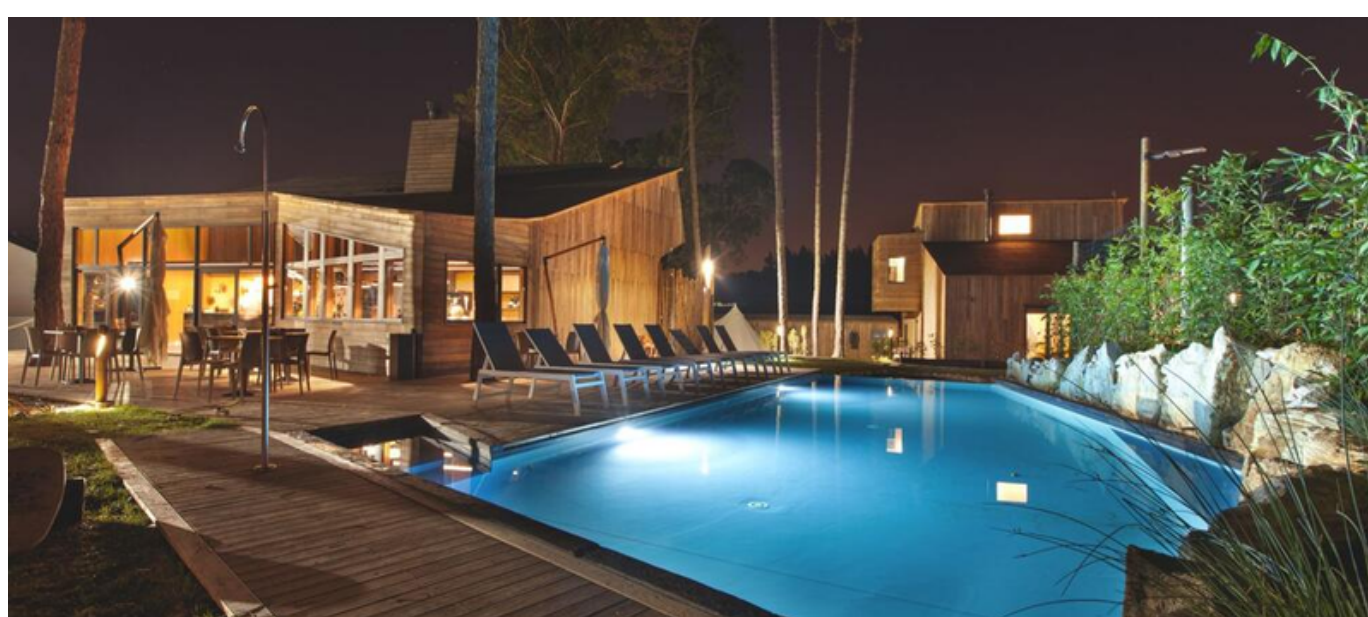
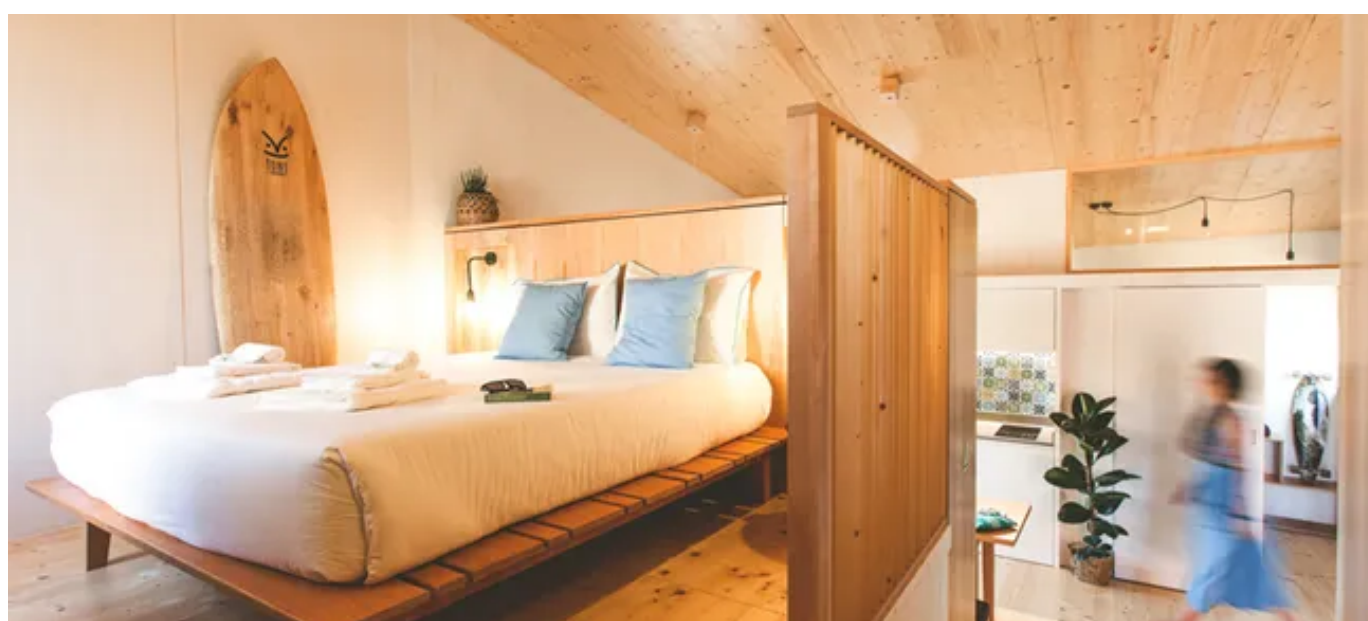
- Baixa visibilidade em pesquisas amplas relacionadas com turismo sustentável em Portugal
- Necessidade de maior consistência na criação de conteúdos digitais
- Dependência de plataformas externas para reservas

Oportunidades

- Crescimento do interesse pelo turismo sustentável e experiencial
- Aumento da procura por escapadinhas de natureza e bem-estar
- Potencial de crescimento através de SEO e redes sociais

Ameaças

- Forte concorrência no setor do alojamento turístico sustentável
- Elevada competitividade nos motores de pesquisa
- Mudanças constantes nos algoritmos das redes sociais



ANÁLISE DA SITUAÇÃO

Mercado Online

O setor do turismo apresenta uma forte dependência dos meios digitais, sendo o website, motores de pesquisa e redes sociais elementos fundamentais na decisão de compra dos consumidores. Atualmente, os turistas pesquisam avaliações, comparam opções e procuram experiências diferenciadoras antes de efetuarem reservas.

Concorrência Online

Entre os principais concorrentes digitais identificados destacam-se:

- Rio do Prado
- Óbidos Wood Villas
- Ohai Nazaré

Estas marcas apresentam uma forte presença digital, utilizando estratégias focadas em conteúdo visual, branding emocional e comunicação sustentável.

O Bukubaki diferencia-se pelo foco em experiências ligadas à natureza, bem-estar e sustentabilidade, mas enfrenta concorrentes com elevada notoriedade online e comunidades digitais mais desenvolvidas

Marca	Instagram	Tipo de conteúdo	Ponto forte digital
Bukubaki	Conteúdo sustentável e natureza	Reels, fotografia e lifestyle	Identidade ecológica
Ohai Nazaré	Conteúdo familiar e dinâmico	Vídeos e campanhas sazonais	Forte presença digital
Rio do Prado	Comunicação minimalista	Storytelling emocional	Branding premium
Óbidos Wood Villas	Foco no alojamento e tranquilidade	Fotografia e experiências	Comunicação visual apelativa

ANÁLISE DA SITUAÇÃO

Perfil do Público-Alvo

Persona 1 — Viajante a Solo

Nome: Sofia

Idade: 29 anos

Perfil: Procura experiências autênticas, contacto com a natureza e alojamentos sustentáveis. Utiliza Instagram, Google e Booking para pesquisar destinos.



Persona 2 — Casal

Nome: Ricardo e Marta

Idades: 32 e 30 anos

Perfil: Interessados em escapadinhas de bem-estar, slow living e experiências diferenciadoras. Valorizam estética, reviews e presença digital da marca.



OBJETIVOS

Objetivo Geral

Reforçar a presença digital do Bukubaki Eco Surf Resort, aumentando a notoriedade da marca, a visibilidade online e a captação de reservas através de estratégias de marketing digital.

Objetivos SMART

Objetivo SMART 1

Aumentar em 30% o tráfego orgânico do website do Bukubaki nos próximos 6 meses.

Objetivo SMART 2

Alcançar o Top 10 do Google em 3 palavras-chave estratégicas relacionadas com eco resort e turismo sustentável em Portugal, nos próximos 6 meses.

Objetivo SMART 3

Aumentar em 20% a taxa de engagement nas redes sociais do Bukubaki nos próximos 6 meses.

Objetivo SMART 4

Aumentar em 15% o número de reservas diretas através do website oficial nos próximos 12 meses.

Indicadores de Desempenho (KPIs)

Para avaliar os resultados das estratégias propostas, serão utilizados os seguintes indicadores:

- Tráfego orgânico do website
- Posição média no Google
- Taxa de engagement nas redes sociais
- Número de reservas diretas
- Crescimento de seguidores
- Taxa de conversão do website



ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

SEO (Search Engine Optimization)

A estratégia de SEO terá como objetivo melhorar o posicionamento do website do Bukubaki Eco Surf Resort nos motores de pesquisa, aumentando a visibilidade online da marca.

Ações propostas:

- Otimização de palavras-chave relacionadas com turismo sustentável e eco resorts;
- Melhoria de títulos SEO e meta descriptions;
- Otimização das imagens com texto ALT;
- Criação de conteúdos relevantes para o blog;
- Estruturação correta dos títulos H1, H2 e H3.

Estratégia aplicada ao Bukubaki

Palavras-chave principais:

- eco resort Portugal;
- alojamento sustentável Portugal;
- escapadinhas natureza Portugal;
- hotel sustentável perto da praia;
- turismo de bem-estar Portugal.

Exemplos de títulos SEO:

- Bukubaki Eco Surf Resort | Escapadinhas Sustentáveis em Portugal
- Eco Resort em Portugal com Experiências de Natureza
- Turismo Sustentável e Bem-Estar no Bukubaki

Estratégias de SEO Local:

- Otimização do Google Business Profile;
- Inserção da localização “Peniche” e “Portugal” nos conteúdos;
- Incentivo à publicação de avaliações no Google;
- Utilização de mapas e localização geográfica no website.

Outras otimizações:

- Utilização de dados estruturados;
- Auditoria SEO periódica do website;
- Otimização para dispositivos móveis.

ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

Marketing de Conteúdo

A criação de conteúdos terá como foco inspirar e informar o público-alvo, reforçando o posicionamento do Bukubaki enquanto marca sustentável e experiencial.

Conteúdos propostos:

- Artigos de blog sobre turismo sustentável;
- Guias sobre Peniche e experiências locais;
- Conteúdo lifestyle e slow living;
- Fotografias e vídeos inspiracionais;
- Reels e conteúdos curtos para redes sociais.

Influencer Marketing

A colaboração com criadores de conteúdo permitirá aumentar o alcance da marca e reforçar a credibilidade junto do público-alvo.

Objetivos:

- Aumentar notoriedade;
- Gerar conteúdo autêntico;
- Potenciar reservas e tráfego para o website.

Email Marketing

O email marketing será utilizado para fortalecer a relação com os clientes e promover campanhas sazonais.

Ações:

- Newsletters;
- Campanhas promocionais;
- Sugestões de experiências;
- Comunicação personalizada.

Utilização de IA

A inteligência artificial será utilizada como apoio à produtividade e otimização de conteúdos digitais.

Aplicações:

- Geração de ideias de conteúdo;
- Apoio na criação de textos SEO;
- Sugestão de FAQs;
- Análise de desempenho digital;
- Apoio na personalização da comunicação.

ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

Social Media Marketing

As redes sociais serão utilizadas para aumentar o engagement, reforçar a notoriedade da marca e criar proximidade com os utilizadores.

Estratégias:

- Publicação regular de conteúdos;
- Utilização de Reels e vídeos curtos;
- Stories interativos;
- Conteúdo gerado por utilizadores (UGC);
- Parcerias com influencers ligados ao turismo e lifestyle.

Estratégia de Conteúdo

A comunicação do Bukubaki será inspiracional, próxima e autêntica, transmitindo tranquilidade, sustentabilidade e ligação à natureza.

Tipos de conteúdos:

- Reels sobre experiências no resort;
- Stories interativos e bastidores;
- Fotografias lifestyle e natureza;
- Conteúdos UGC (User Generated Content);
- Dicas de turismo sustentável;
- Testemunhos de hóspedes.

Exemplos de publicações:

- “Escapadinhas sustentáveis em Portugal.”
- “Um refúgio entre natureza, surf e bem-estar.”
- “3 motivos para visitar o Bukubaki este verão.”

Hashtags estratégicas:

#Bukubaki #EcoResort #TurismoSustentavel #VisitPortugal #NatureEscape #EcoTravel #SurfAndNature

Ligação ao funil de marketing:

- Topo do funil → Reels inspiracionais e alcance;
- Meio do funil → testemunhos e conteúdos educativos;
- Fundo do funil → ofertas, reservas e call-to-action.

Frequência de publicação:

- 3 a 4 publicações por semana;
- Stories diários;
- 2 Reels semanais.

PLANO DE AÇÕES

Objetivo da Planificação

O plano de ações apresenta as principais iniciativas de marketing digital propostas para o Bukubaki Eco Surf Resort, com foco no aumento da visibilidade online, engagement e reservas diretas.

Calendarização de Ações

Ação	Objetivo	Frequência	Canal	Exemplo de conteúdo
Publicação de Reels	Aumentar engagement	3x por semana	Instagram / TikTok	Tour pelo eco resort
Artigos de Blog	Melhorar SEO	2x por mês	Website	Quiz sobre turismo sustentável
Stories Interativos	Criar proximidade com utilizadores	Diário	Instagram	Quiz: Qual o teu refúgio ideal?
Newsletter	Fidelização e promoção	1x por mês	Email Marketing	Escapadinhas sustentáveis deste mês
Parcerias com Influencers	Aumentar notoriedade	Mensal	Redes Sociais	Experiência de fim de semana no Bukubaki com creator de turismo
Publicação de Fotografias	Reforçar identidade visual	3x por semana	Instagram / Facebook	Fotografias lifestyle do resort e natureza envolvente
Atualização SEO do Website	Melhorar posicionament o Google	Mensal	Website	Atualização de artigos com palavras-chave estratégicas

PLANO DE AÇÕES

Propostas de Conteúdo

Vídeo

- Reels sobre experiências no Bukubaki;
- Vídeos de natureza, surf e slow living;
- Bastidores do resort.

Conteúdo Escrito

- Artigos sobre turismo sustentável;
- Guias sobre Peniche e atividades locais;
- Conteúdo otimizado para SEO.

Conteúdo Visual

- Fotografias profissionais do resort;
- Conteúdo lifestyle;
- Testemunhos de hóspedes.

Newsletter

- Sugestões de escapadinhas;
- Promoções sazonais;
- Conteúdo personalizado.

Estratégia de Engagement

Para aumentar a interação com o público, serão utilizadas:

- Perguntas e quizzes nos stories;
- Conteúdo gerado por utilizadores;
- Resposta ativa a comentários e mensagens;
- Incentivo à partilha de experiências.

Estratégia GEO / AEO

O conteúdo será estruturado de forma clara e objetiva para facilitar a compreensão por motores de IA generativa e motores de resposta.

Aplicações:

- FAQs claras;
- Títulos descritivos;
- Linguagem objetiva;
- Conteúdo organizado por blocos;
- Explicação simples dos serviços e experiências.

MONITORIZAÇÃO E KPIS

Objetivo da Monitorização

A monitorização das ações de marketing digital permitirá avaliar o desempenho das estratégias implementadas, analisar resultados e identificar oportunidades de melhoria contínua.

Indicadores de Desempenho (KPIs)

KPI	Objetivo	Ferramenta
Tráfego orgânico do website	Avaliar crescimento da visibilidade online	Google Analytics / Search Console
Posição média no Google	Monitorizar desempenho SEO	Google Search Console
Taxa de engagement	Avaliar interação nas redes sociais	Instagram Insights
Crescimento de seguidores	Medir aumento da comunidade digital	Meta Business Suite
Número de reservas diretas	Avaliar conversão digital	Website / Motor de reservas
Taxa de conversão	Medir eficácia do website	Google Analytics
Taxa de abertura de emails	Avaliar desempenho de newsletters	Mailchimp

MONITORIZAÇÃO E KPIS

Ferramentas de Análise

Para acompanhar o desempenho das estratégias propostas, serão utilizadas as seguintes ferramentas:

- Google Analytics
- Google Search Console
- Instagram Insights
- Meta Business Suite
- Mailchimp
- Ferramentas SEO (Yoast SEO / Rank Math)

Avaliação de Resultados

A análise regular dos indicadores permitirá:

- Identificar conteúdos com melhor desempenho;
- Ajustar estratégias digitais;
- Melhorar campanhas e comunicação;
- Reforçar ações com maior impacto;
- Otimizar a experiência do utilizador.

Ações Corretivas

Caso os resultados obtidos fiquem abaixo do esperado, poderão ser implementadas medidas como:

- Ajuste da estratégia de conteúdos;
- Reforço da frequência de publicações;
- Otimização SEO adicional;
- Novas parcerias com influencers;
- Revisão das campanhas de engagement.

Resultados Esperados

Com a implementação e monitorização contínua das estratégias propostas, espera-se:

- Aumento da visibilidade online do Bukubaki;
- Crescimento da comunidade digital;
- Maior engagement nas redes sociais;
- Reforço da reputação digital;
- Aumento do número de reservas diretas.

CONCLUSÃO

O presente Plano de Marketing Digital permitiu analisar a presença digital do Bukubaki Eco Surf Resort e identificar oportunidades estratégicas para reforçar a sua visibilidade online, engagement e captação de reservas diretas.

Através da definição de estratégias focadas em SEO, marketing de conteúdo, redes sociais e comunicação digital, foi possível desenvolver propostas alinhadas com o posicionamento sustentável e experiencial da marca.

Num contexto em que os consumidores recorrem cada vez mais aos meios digitais para pesquisar e reservar experiências turísticas, torna-se essencial apostar numa presença online forte, consistente e orientada para o público-alvo.

Este projeto permitiu ainda aplicar conhecimentos adquiridos na área do marketing digital turístico, reforçando competências relacionadas com análise estratégica, criação de conteúdos e comunicação digital.



FAQ — PLANO DE MARKETING DIGITAL BUKUBAKI

Porque foi escolhido o Bukubaki para este projeto?

O Bukubaki foi escolhido por apresentar um conceito diferenciador ligado ao turismo sustentável, natureza e bem-estar, alinhando-se com as tendências atuais do setor turístico.

Qual o principal objetivo deste plano?

O principal objetivo passa por reforçar a presença digital do Bukubaki e aumentar a notoriedade da marca, engagement e reservas diretas.

Que estratégias digitais foram propostas?

Foram propostas estratégias de SEO, marketing de conteúdo, social media marketing, influencer marketing, email marketing e utilização de Inteligência Artificial.

Porque é importante apostar em SEO no turismo?

O SEO permite aumentar a visibilidade do website nos motores de pesquisa, facilitando a descoberta da marca por potenciais hóspedes.

Como as redes sociais ajudam o Bukubaki?

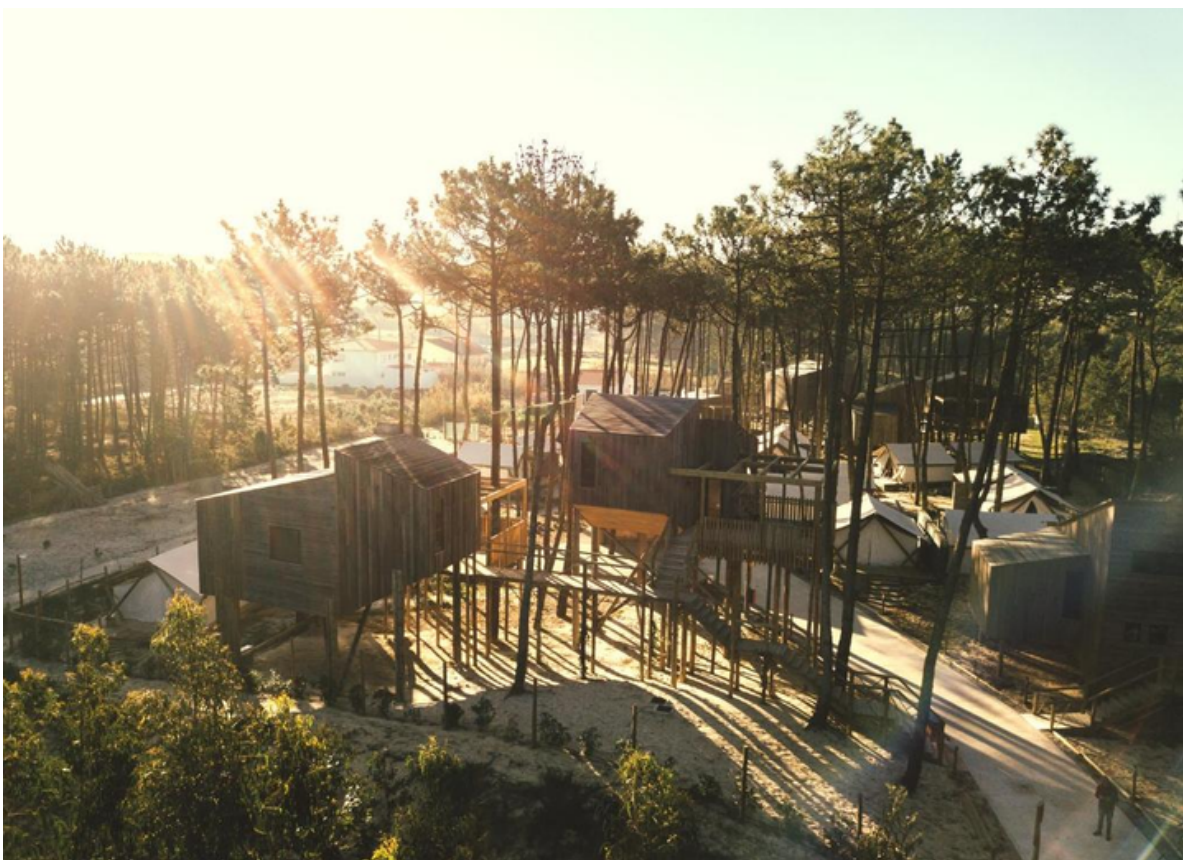
As redes sociais permitem criar proximidade com os utilizadores, aumentar o alcance da marca e promover experiências através de conteúdos visuais inspiracionais.

Qual o público-alvo do Bukubaki?

O público-alvo inclui casais, viajantes ligados à natureza, surfistas, turistas internacionais e consumidores interessados em experiências sustentáveis e de bem-estar.

Como a Inteligência Artificial pode ajudar o Bukubaki?

A utilização de Inteligência Artificial permite apoiar a criação de conteúdos, otimizar estratégias digitais e melhorar a experiência do utilizador através de personalização e análise de dados.



OBRIGADA!

Projeto desenvolvido no âmbito da unidade curricular de Marketing Digital I

Inês Ganhão
Maria Inês Santos

ESTM — Marketing Turístico
2025/2026