



colhido no  
campo  
escolhido na  
feira

PRADO — CORUMBAU — CUMURUXATIBA — GUARATIBA

9<sup>a</sup>19 Out. de 2025

# RECEITA DE SUCESSO DIGITAL NO FESTIVAL

  FESTIVALPRADO

 [FESTIVALPRADO.COM.BR](http://FESTIVALPRADO.COM.BR)



# BEM-VINDOS AO FESTIVAL!

O Festival Gastronômico do Prado chega à sua 19ª edição e, com ele, renova-se o entusiasmo por reunir os principais estabelecimentos gastronômicos da região em uma celebração de sabores, cultura e tradição. Restaurantes, lanchonetes e bares de Prado, Guaratiba, Cumuruxatiba e Corumbau estão convidados a participar dessa experiência inesquecível, cujo tema deste ano é: **“Colhido no Campo, Escolhido na Feira”**

## OBJETIVO DA CARTILHA

Este material foi desenvolvido como um guia essencial para os estabelecimentos que integram o festival. Seu principal objetivo é apoiar os participantes com estratégias de comunicação, ferramentas e boas práticas que ampliem sua visibilidade, atraiam mais clientes e maximizem os resultados durante o evento. Uma comunicação eficaz contribui para que cada visita se transforme em uma experiência memorável, beneficiando não apenas o estabelecimento participante, mas todo o ecossistema do festival.



## A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO

Em um evento de grande porte e visibilidade como este, comunicar-se de forma assertiva com o público é fundamental. A forma como os bares e restaurantes apresentam seus pratos, contam suas histórias e interagem com os visitantes impacta diretamente na percepção da marca e na fidelização do cliente. Desde um post no Instagram até o atendimento no estabelecimento, cada detalhe é uma oportunidade de encantamento.

## VISÃO GERAL DO FESTIVAL

- **Data:** 09 a 19 de outubro de 2025
- **Locais:** Prado, Guaratiba, Cumuruxatiba e Corumbau
- **Tema:** “Colhido no Campo, Escolhido na Feira”
- **Público-Alvo:** Moradores locais, turistas, amantes da gastronomia, famílias e entusiastas da cultura regional

---

Estamos ansiosos para ver a criatividade e o sabor que cada um de vocês trará para esta edição. **Juntos, faremos do 19º Festival Gastronômico do Prado um evento memorável e delicioso para todos!**

# CONHEÇA SEU PÚBLICO E SUA MARCA

Para uma comunicação eficaz, é fundamental entender quem é o seu público e qual a essência da sua marca. Essa clareza permitirá que suas mensagens sejam mais direcionadas e ressoem com quem realmente importa.

## IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO DO FESTIVAL

O Festival Gastronômico do Prado atrai um público diversificado, mas com algumas características em comum:

- **Amantes da Gastronomia:** Pessoas que buscam novas experiências culinárias, valorizam a qualidade dos ingredientes e a criatividade dos pratos.
- **Turistas e Visitantes:** Aqueles que vêm de outras cidades e estados, interessados em conhecer a cultura local, as belezas naturais e, claro, a culinária da região.
- **Moradores Locais:** A comunidade que prestigia o evento anualmente, buscando opções de lazer, entretenimento e boa comida perto de casa.
- **Famílias:** Muitos visitantes vêm com a família, buscando um ambiente agradável e opções para todas as idades.

Ao considerar esses perfis, adapte sua linguagem, ofertas e canais de comunicação para atrair e engajar cada segmento.





## DEFINIÇÃO DA IDENTIDADE E PROPOSTA DE VALOR DO SEU ESTABELECIMENTO

**Antes de comunicar, é preciso saber o que comunicar. Responda às seguintes perguntas para solidificar a identidade da sua marca:**

- **Qual é a especialidade do seu restaurante/bar/lanchonete?**  
(Ex: culinária regional, frutos do mar, petiscos inovadores, drinks autorais).
- **Qual é a sua proposta de valor única?**  
(O que te diferencia dos outros? É o ambiente, o atendimento, a história por trás dos pratos, a sustentabilidade, a inovação?)
- **Qual é a atmosfera do seu estabelecimento?**  
(Aconchegante, vibrante, sofisticado, descontraído?)
- **Quais são os valores que sua marca representa?**  
(Tradição, inovação, sustentabilidade, comunidade, excelência?)

Ter clareza sobre esses pontos permitirá que você crie mensagens autênticas e coerentes, que realmente representem seu negócio.



## COMO ALINHAR SUA MARCA AO TEMA DO FESTIVAL

O tema “Colhido no Campo, Escolhido na Feira” oferece uma excelente oportunidade para conectar sua marca à proposta do festival. Pense em como seus pratos ou drinks podem refletir essa temática:

- **Ingredientes Locais:** Destaque o uso de produtos frescos e regionais, valorizando os produtores locais.
- **Histórias:** Conte a história por trás dos ingredientes, de onde eles vêm e como são preparados.
- **Sustentabilidade:** Se seu estabelecimento tem práticas sustentáveis, este é o momento de comunicá-las, mostrando o cuidado com o meio ambiente e a comunidade.
- **Tradição e Inovação:** Mostre como você combina a tradição culinária local com toques de inovação em seus pratos.

Ao integrar o tema do festival em sua comunicação, você demonstra alinhamento com o evento e atrai um público que valoriza todos esses aspectos. Isso cria uma narrativa coesa e envolvente para o seu negócio dentro do contexto do festival.

# ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

No cenário atual, a presença digital é um dos pilares para o sucesso de qualquer negócio, especialmente em eventos como o Festival Gastronômico do Prado. Utilize as ferramentas digitais a seu favor para amplificar sua mensagem e atrair mais clientes.

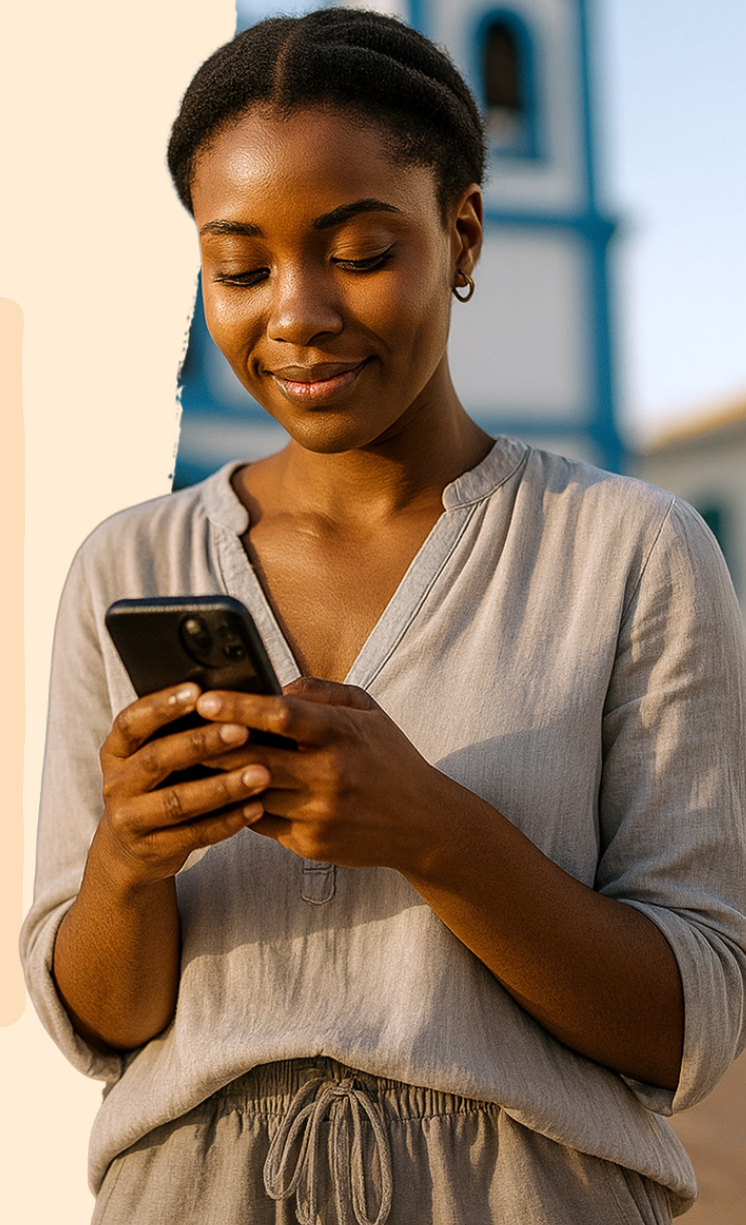
## Conteúdo Visual Impactante

“Comer com os olhos” é uma realidade no mundo digital. Invista em:

- **Fotos de Alta Qualidade:** Pratos, drinks, ambiente do seu estabelecimento e do seu estande no festival. Use boa iluminação e ângulos que valorizem seus produtos.
- **Vídeos Curtos e Dinâmicos:** Mostre o preparo dos pratos, a equipe em ação, a atmosfera do festival. Reels e TikToks são excelentes para isso.
- **Bastidores:** O público adora ver o que acontece “por trás das câmeras”. Mostre a paixão e o cuidado da sua equipe.

## Presença Online Essencial

- **Website:** Se você possui um website, certifique-se de que ele esteja atualizado com informações sobre sua participação no festival, seu cardápio especial para o evento e como encontrar seu estande ou estabelecimento. Garanta que seja responsivo (funcione bem em celulares).
- **Redes Sociais:** Instagram, Facebook e TikTok são plataformas indispensáveis. Mantenha seus perfis atualizados e ativos, pois são o principal canal de interação com seu público antes, durante e depois do festival.



### Engajamento nas Redes Sociais

Não basta apenas postar, é preciso interagir:

- **Stories e Enquetes:** Use os stories para criar curiosidade, fazer perguntas interativas sobre o festival ou seus pratos, e mostrar o dia a dia do evento.
- **Interação com Seguidores:** Responda a todos os comentários e mensagens. Crie um relacionamento com seu público. Reposte quando marcarem seu estabelecimento (seu público merece a sua atenção!)

### Anúncios Pagos Segmentados

Para alcançar um público maior e mais qualificado:

- **Google Ads:** Anuncie para pessoas que buscam por “restaurantes em Prado”, “festival gastronômico” ou termos relacionados.
- **Facebook/Instagram Ads:** Crie campanhas segmentadas por localização (pessoas próximas ao festival), interesses (gastronomia, culinária local) e demografia. Use ofertas especiais e promoções para atrair visitantes.

### Hashtags e Conteúdo Gerado pelo Usuário (UGC)

- **Crie uma Hashtag Exclusiva:** Além das hashtags oficiais do festival (#FestivalPrado, #FestivalPrado2025), crie uma hashtag única para o seu estabelecimento (#SeuRestauranteNoFestival, #Experiencia[NomeDoSeuRestaurante])

### Marketing de Conteúdo

Conte histórias que conectem seu público à sua marca:

- **História dos Pratos:** Compartilhe a origem, a inspiração e os ingredientes especiais dos seus pratos do festival.
- **Curiosidades:** Fatos interessantes sobre os ingredientes locais ou a culinária da região.
- **Dicas de Harmonização:** Sugira bebidas que combinam com seus pratos.
- **História do seu negócio:** Como tudo começou... qual seu propósito.

### Cardápio Online

- **Acessibilidade:** Tenha seu cardápio disponível online (link na bio do Instagram, QR Code nas mesas) para facilitar a consulta.
- **Fotos de Alta Qualidade:** Utilize fotos apetitosas dos seus pratos no cardápio online para despertar o desejo dos clientes.

# COMUNICAÇÃO NO LOCAL DO EVENTO

Além da presença digital, a comunicação no próprio local do festival é crucial para atrair e reter clientes. A experiência presencial é o ponto alto do festival, e cada detalhe conta.

## Atendimento ao Cliente: Excelência e Hospitalidade

Sua equipe é a linha de frente da sua marca. Garanta que todos estejam bem treinados e informados sobre:

- **O Cardápio do Festival:** Conhecimento aprofundado dos pratos e drinks oferecidos, ingredientes, possíveis alergênicos e harmonizações.
- **A História por Trás dos Pratos:** Incentive a equipe a compartilhar as histórias e curiosidades sobre os pratos, especialmente aqueles que se conectam com o tema do festival.
- **O Festival em Geral:** Informações básicas sobre o evento, localização, atrações, cozinha show, outras atrações...
- **Hospitalidade:** Um sorriso, um atendimento ágil e atencioso fazem toda a diferença na experiência do cliente. Incentive a equipe a ser proativa e a oferecer ajuda (sempre!). acontece “por trás das câmeras”. Mostre a paixão e o cuidado da sua equipe.

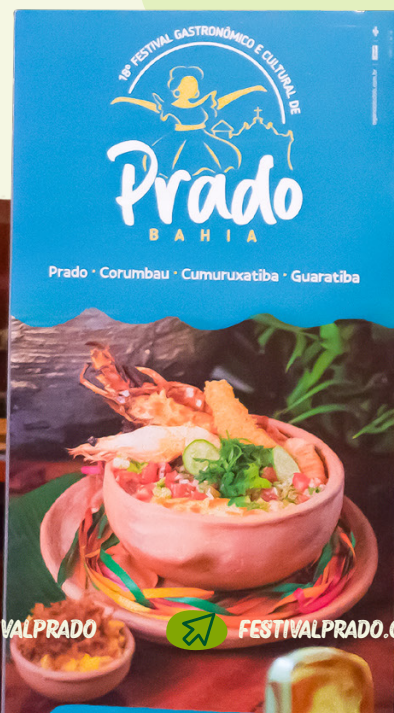




## Identificação Visual no Estabelecimento

Seu espaço no festival deve ser um convite visual. Invista em:

- **Cardápios Visíveis e Atraentes:** Com fotos de alta qualidade dos pratos e preços claros. Considere cardápios digitais via QR Code.
- **Banners e Sinalização:** Utilize banners, totens e sinalização clara para destacar seu nome, logo, pratos especiais e promoções. Garanta que sejam visíveis de longe e que transmitam a identidade da sua marca.
- **Decoração Temática:** Se possível, incorpore elementos do tema “Colhido no Campo, Escolhido na Feira” na decoração, criando um ambiente convidativo/instagramável e alinhado com o festival.
- **Uniforme da Equipe:** Um uniforme padronizado e limpo transmite profissionalismo e facilita a identificação da sua equipe.



Chico



## Promoções e Degustações: Atrair e Engajar Visitantes

“Comer com os olhos” é uma realidade no mundo digital. Invista em:

- **Ofertas Especiais:** Crie promoções exclusivas para o festival (se possível), como combos de prato + bebida, descontos para grupos ou para quem seguir suas redes sociais.
- **Degustações:** Ofereça pequenas amostras dos seus pratos ou drinks. É uma excelente forma de atrair a atenção, despertar o paladar e convencer o cliente a experimentar mais.
- **Happy Hour Exclusivo:** Se o formato do festival permitir, crie um happy hour com preços especiais em determinados horários para atrair o público. paixão e o cuidado da sua equipe.

## Eventos Temáticos no Local

Considere:

- **Noites Culturais:** Apresentações de música ao vivo, dança ou outras manifestações culturais que complementem a experiência gastronômica.
- **Jantares Harmonizados:** Eventos especiais com menus degustação e harmonização com vinhos, cervejas artesanais ou drinks.
- **Workshops/Aulas Show:** Demonstrações culinárias ou workshops rápidos sobre o preparo de algum prato ou drink, envolvendo o público e mostrando seu expertise.



# DICAS E BOAS PRÁTICAS

Para garantir uma comunicação fluida e eficaz em todas as etapas do festival, considere as seguintes dicas e boas práticas:

## PRÉ-FESTIVAL: AQUECIMENTO E EXPECTATIVA

- **Teasers e Contagem Regressiva:** Comece a gerar expectativa semanas antes do festival. Use posts e stories com contagem regressiva, fotos e vídeos dos preparativos, e teasers dos pratos que serão oferecidos.
- **Divulgação do Cardápio:** Compartilhe seu cardápio especial para o festival com antecedência. Isso permite que o público planeje sua visita e já saiba o que esperar.
- **Reservas:** Se aplicável, ofereça a possibilidade de reservas de mesas. Isso ajuda a garantir o fluxo de clientes e a planejar a demanda.
- **Parcerias Locais:** Conecte-se com outros estabelecimentos, pousadas e comércios locais para divulgar o festival e seu negócio. A colaboração pode gerar benefícios mútuos.





## DURANTE O FESTIVAL: COBERTURA EM TEMPO REAL E INTERAÇÃO

- **Cobertura em Tempo Real:** Mantenha suas redes sociais atualizadas constantemente. Mostre o movimento no estabelecimento, a satisfação dos clientes, os pratos sendo preparados. Use fotos e vídeos de alta qualidade.
- **Interação Ativa:** Responda rapidamente a comentários, mensagens diretas e menções. Incentive os clientes a postarem fotos e marcarem seu perfil.
- **Resolução de Problemas:** Esteja preparado para lidar com imprevistos e reclamações de forma rápida e eficiente. Um bom atendimento em momentos de crise pode transformar uma experiência negativa em positiva.







## PÓS-FESTIVAL: AGRADECIMENTOS, FEEDBACK E FIDELIZAÇÃO

- **Agradecimentos:** Após o festival, agradeça a todos que visitaram seu estande/estabelecimento. Reconheça o apoio dos clientes e da organização do evento.
- **Coleta de Feedback:** Incentive os clientes a deixarem avaliações e comentários sobre a experiência. Use plataformas como Google Meu Negócio, TripAdvisor e redes sociais. Responda a todas as avaliações, sejam elas positivas ou negativas.
- **Fidelização:** Mantenha o relacionamento com os clientes que você conquistou no festival. Ofereça cupons de desconto para uma próxima visita ao seu estabelecimento físico, convide-os para sua lista de e-mails ou programas de fidelidade.
- **Análise de Resultados:** Avalie o que funcionou bem e o que pode ser melhorado na sua comunicação e participação no festival. Guarde os dados de engajamento e vendas.

## PARCERIAS E INFLUENCIADORES: AMPLIANDO O ALCANCE

- **Colaborações Estratégicas:** Identifique influenciadores digitais, blogueiros de gastronomia ou veículos de imprensa que tenham sinergia com sua marca e o festival. Ofereça degustações ou experiências exclusivas em troca de divulgação.
- **Co-marketing:** Considere parcerias com marcas de bebidas, produtores locais ou outros estabelecimentos para criar ações conjuntas de comunicação.

## SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: COMUNICANDO VALORES

Se o seu estabelecimento adota práticas sustentáveis ou tem iniciativas de responsabilidade social, comunique-as de forma clara e transparente:

- **Uso de Produtos Locais:** Destaque a origem dos seus ingredientes e o apoio aos pequenos produtores.
- **Redução de Desperdício:** Compartilhe suas ações para minimizar o desperdício de alimentos e o uso de embalagens sustentáveis.

Comunicar esses valores não só atrai um público consciente, mas também fortalece a imagem da sua marca como um negócio responsável e engajado.

# BASE DE CONTEÚDOS E TEMPLATES

Para facilitar sua comunicação, preparamos uma base de conteúdos e templates que podem ser adaptados e utilizados em suas redes sociais e materiais de divulgação. Lembre-se de personalizar com as informações específicas do seu estabelecimento e dos seus pratos.

## SUGESTÕES DE TEXTOS PARA POSTS

### Pré-Festival (Gerando Expectativa):

- “Preparem o paladar! Nosso [Nome do Restaurante/Bar] está confirmado no 19º Festival Gastronômico do Prado! De [Data Início] a [Data Fim], venha saborear [Nome do Prato/Drink Principal] e outras delícias que preparamos com carinho. #FestivalPrado #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”
- “Contagem regressiva para o sabor! Faltam [Número] dias para o Festival Gastronômico do Prado e nosso [Nome do Prato/Drink] já está quase pronto para te encantar! Marque quem vai com você! #FestivalPrado #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”
- “Do campo à sua mesa no Festival Gastronômico do Prado! Nosso [Nome do Prato/Drink] é feito com ingredientes frescos e locais, celebrando o tema ‘Colhido no Campo, Escolhido na Feira’. Venha provar essa experiência única! #FestivalPrado #FestivalPrado2025 al #[SuaHashtag]”



### Durante o Festival (Convidando e Engajando):

- “O Festival Gastronômico do Prado está a todo vapor e nosso bar/restaurante está te esperando! Venha se deliciar com [Nome do Prato/Drink] e aproveitar a atmosfera incrível do evento. Estamos no [Local]! #FestivalPrado #FestivalPrado2025 # [SuaHashtag]”
- “Olha quem já está saboreando nosso [Nome do Prato/Drink] no Festival! Não fique de fora! Venha nos visitar e compartilhar sua experiência usando # [SuaHashtag]. Mal podemos esperar para te atender!”
- “Bastidores do sabor! Nossa equipe está a todo vapor preparando as delícias para vocês no Festival Gastronômico do Prado. Venha nos dar um oi e provar o melhor da culinária local! #FestivalPrado #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”

### 3. Pós-Festival (Agradecendo e Fidelizando):

- “Que festival incrível! Gostaríamos de agradecer a todos que visitaram nosso estande/restaurante no 19º Festival Gastronômico do Prado. Foi um prazer compartilhar nosso sabor com vocês! Continuem nos acompanhando para mais novidades! #Gratidão #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”
- “Obrigado por fazerem parte do nosso sucesso no Festival Gastronômico do Prado! Seu feedback é muito importante para nós. Deixe sua avaliação e nos ajude a melhorar ainda mais! [Link para Avaliação] #FestivalPrado #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”
- “Sentindo falta do sabor do Festival? Não se preocupe! Nosso [Nome do Prato/Drink] e muitas outras delícias continuam disponíveis em nosso restaurante/bar em [Endereço]. Venha nos visitar novamente! [Link para Reservas/Cardápio] #FestivalPrado #FestivalPrado2025 #[SuaHashtag]”

# MODELOS DE STORIES E ENQUETES

**Enquete:** “Qual prato você está mais ansioso para provar no Festival?” (Opções: [Seu Prato 1], [Seu Prato 2], Outro)

**Quiz:** “De qual ingrediente local é feito nosso [Nome do Prato]?” (Opções: [Ingrediente A], [Ingrediente B], [Ingrediente C])

**Caixa de Perguntas:** “Pergunte-nos sobre o Festival!” ou “O que você quer saber sobre nosso [Nome do Prato]?”

**Contagem Regressiva:** Utilize o sticker de contagem regressiva do Instagram para o início do festival ou para um evento especial no seu estande.

**“Clique Aqui/Nosso Cardápio” (com link):** Para o cardápio online, reservas, ou para o perfil oficial do festival.



# EXEMPLOS DE CHAMADAS PARA AÇÃO (CTAS)

- “Visite nosso [Local]!”
- “Experimente nosso [Nome do Prato/Drink]!”
- “Marque um amigo para vir com você!”
- “Compartilhe sua experiência usando #[SuaHashtag]!”
- “Siga nosso perfil para não perder nenhuma novidade!”
- “Faça sua reserva agora!”
- “Clique no link da bio para ver nosso cardápio completo!”

# CHECKLIST DE COMUNICAÇÃO (SUGESTÃO)

## PRÉ-FESTIVAL:

- Definir pratos e drinks para o festival.
- Criar fotos e vídeos de alta qualidade dos itens do cardápio.
- Planejar posts e stories com contagem regressiva e teasers.
- Divulgar cardápio especial do festival.
- Criar hashtag exclusiva para o estabelecimento.
- Entrar em contato com influenciadores/parceiros

## DURANTE O FESTIVAL

- Postar stories e fotos em tempo real.
- Interagir com comentários e mensagens.
- Incentivar o uso da hashtag do estabelecimento.
- Monitorar menções e reposte.
- Garantir atendimento de excelência.
- Manter restaurante visualmente atraente.

## PÓS-FESTIVAL

- Publicar posts de agradecimento.
- Incentivar avaliações e feedback.
- Analisar resultados e aprendizados.
- Planejar ações de fidelização.

# MEDIÇÃO DE RESULTADOS E FEEDBACK

Para avaliar o sucesso da sua participação no Festival Gastronômico do Prado e a eficácia das suas estratégias de comunicação, é fundamental monitorar e analisar os resultados. O feedback dos clientes também é uma fonte valiosa de informações para melhorias contínuas.

- Crescimento de seguidores durante o período do festival.
- Interações com stories (respostas, cliques em links, visualizações).
- Uso da sua hashtag exclusiva pelos clientes.

## Tráfego no Estabelecimento:

- Número de clientes atendidos.
- Volume de vendas (total e por prato/drink).
- Ticket médio por cliente.
- Comparativo de vendas com períodos anteriores ou outros eventos.

## Menções na Mídia:

- Número de vezes que seu estabelecimento foi mencionado em reportagens, blogs ou perfis de influenciadores.



# colhido no campo escolhido na feira

PRADO — CORUMBAU — GUMURUXATIBA — GUARATIBA

9 a 19 Out. de 2025

FESTIVALPRADO

FESTIVALPRADO.COM.BR

Apoiadores:



Realização:

