



COMUNICAÇÃO E MARKETING

FORMAÇÃO “ECOSSISTEMA TÉCNICO, JURÍDICO
E ADMINISTRATIVO DE UM CCTLD”

Dora Miranda, .PT
Tiago Ribeiro, .PT

24.09.2025, Moçambique

ANTES DE COMEÇARMOS
QUEREMOS CONHECER-VOS
MELHOR!



<https://www.menti.com/alr9hfsai4ps>

COMUNICAÇÃO NOS CCTLDs

Sites ativos

Registos

Preço

Confiança

Reputação

Segurança e
resiliência

Marca e
credibilidade

Identidade nacional

Histórias de
impacto

Governança
multistakeholder

Inclusão digital

Capacitação digital



**Os ccTLDs estão escondidos à vista de todos:
a maioria é invisível!**



São vistos apenas como infraestruturas
técnicas;



Falta de comunicação = falta de confiança;



Sem confiança não há crescimento nos
registos.

IDENTIDADE NACIONAL



-  Um ccTLD é mais do que um domínio de topo: é identidade nacional;
-  Um domínio de topo nacional transmite confiança, pertença e orgulho digital;
-  Não vendemos só domínios. Vendemos confiança digital.

Cada ccTLD é um ativo estratégico do país.



COMUNICAÇÃO



**Comunicação = Confiança x
Consistência x Clareza**



Confiança → mostrar que o ccTLD
é seguro;



Consistência → manter presença
regular;



Clareza → falar de forma simples e
compreensível.

CANAIS DE MARKETING



Canais de divulgação imprescindíveis:



Website → autoridade institucional;



Redes sociais → comunidade e alcance;



Imprensa → reputação pública.

CANAIS DE MARKETING



Outros canais :



Blog/newsletter → autoridade e educar;



Eventos → proximidade com utilizadores e parceiros;



Email marketing → comunicação direta com clientes, registrars e stakeholders.

CAMPANHAS DE MARKETING



1. **Objetivo** → o que quero alcançar?
2. **Público-alvo** → quem quero impactar?
3. **Mensagem** → qual a ideia central?
4. **Oferta** → qual a proposta única do ccTLD?
5. **Canal** → onde vou comunicar?
6. **Resultado esperado** → como vou medir?

EXEMPLOS DE CAMPANHAS

2milhões.pt

2 Milhões de Pontos
em Portugal



Celebramos
2 milhões de ideias
2 milhões de vozes
2 milhões de histórias contadas em .pt

www.2milhões.pt

**Compre online
em .pt**

Seguro para si,
seguro para o planeta

www.pt.pt



Operado por Registo Atribuição,
Financiado por

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

.pt **confio** **ptsoc**

Força Portugal

Contamos com o teu
domínio em **.pt**



www.pt.pt

2milhões.pt
Conte-nos a sua história em .pt

Vídeo da campanha:

https://www.youtube.com/watch?v=WBMmUgR_Xel

EXEMPLOS DE CAMPANHAS



<https://www.youtube.com/watch?v=7m4c2FKc-g4>

EXERCÍCIO PRÁTICO

Se tivessem **5.000€**
(375000 MZN) para
promover o vosso ccTLD,
o que fariam?

IMPRENSA



Framework:

-  **Quem:** o porta-voz designado;
-  **Como:** comunicado, entrevista, artigo de opinião, evento;
-  **Quando:** rápido, mas com dados confirmados;
-  **Onde:** canais oficiais (site, redes, imprensa);
-  **Porquê:** enquadramento, contexto, notoriedade;
-  **O quê:** factos objetivos e verificáveis.

IMPRENSA



O que Não Fazer:

- ✗ Vários porta-vozes sem alinhamento;
- ✗ Improvisar respostas em incidentes;
- ✗ Atrasar ou ignorar jornalistas;
- ✗ Entrar em confronto direto;
- ✗ Falar sem coordenação com comunicação interna.

IMPRENSA



O que Fazer:

- ✓ Definir porta-vozes oficiais;
- ✓ Consultar sempre a equipa de comunicação;
- ✓ Preparar Q&A interno;
- ✓ Treinar porta-vozes (media training);
- ✓ Garantir consistência de mensagem.

EXEMPLO IMPRENSA

> 15 notícias

Foram registados 2 milhões de domínios .pt em novo marco histórico

casa.dos.bits Casa dos Bits

11 jun 2025 10:13

O website bossatavira.pt é o cliente número 2 milhões no registo de domínios em Portugal, segundo a entidade .PT.



Luisa Ribeiro Lopes [Ativar alertas](#)

Presidente do Conselho Diretivo do .PT

Dois milhões de razões para celebrar e continuar a construir a identidade digital de Portugal

A transformação digital de Portugal exige um compromisso contínuo com a segurança, a inclusão e a inovação.

13 jun. 2025, 00:11 1

[Compartilhar](#) [Oferecer](#)

COMUNICAÇÃO

Qual será a vossa próxima
ação de comunicação
com a imprensa e como a
vão executar?

PARCERIAS



Cada registrar ou parceiro pode ser um embaixador do ccTLD.



Co-branding → Pouco custo, multiplicador de alcance.

EXEMPLOS DE PARCERIAS

Se em 1963, se soubesse
que viria a utilizar mbway,
os telebancos teriam sido
alojados em .pt



webhr .pt
arquimedes lobato

Se em 1951, as bolas de
vento para microfones
estivessem online, as
ideias tinham voz em .pt



webhr .pt
arquimedes lobato

Se no séc. XV existisse
internet a Caravela
Portuguesa navegava
em .pt



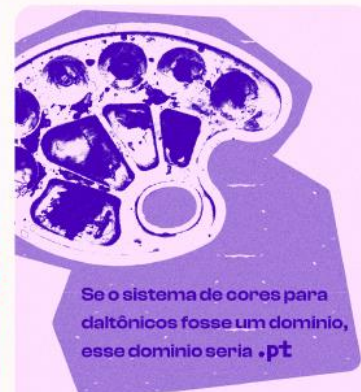
webhr .pt
arquimedes lobato

Se o sistema de cobrança
automático em autoestradas
não tivesse sido inventado em
Portugal, continuaria a ser uma
boa ideia registá-lo em .pt



webhr .pt
arquimedes lobato

Se o sistema de cores para
daltonicos fosse um domínio,
esse domínio seria .pt



webhr .pt
arquimedes lobato

EVENTOS



EXERCÍCIO PRÁTICO

Quem seriam **3 parceiros estratégicos** que poderiam ativar para reforçar o impacto do vosso ccTLD?



LusNIC
Associação de ccTLDs
de língua portuguesa

Coalition for
Digital Africa



QUESTÕES?

Comentários?
Sugestões?



LusNIC
Associação de ccTLDs
de língua portuguesa

**Coalition for
Digital Africa**



Obriagd@!

dora.miranda@pt.pt / tiago.ribeiro@pt.pt



Dora Miranda
Communication Manager no .PT



Tiago Ribeiro
Digital Marketing Specialist at .PT

