



## **MARKETING DIGITAL NO TURISMO: CONFIRA 6 ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO**





INTRODUÇÃO .....	3
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO TURISMO .....	5
IMPORTÂNCIA DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL .....	7
ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO .....	12
TENDÊNCIAS EM MARKETING DIGITAL NO TURISMO .....	19
CONCLUSÃO .....	21
SOBRE O SEBRAE PE .....	23



# Introdução





**O Marketing Digital é uma realidade para diferentes segmentos, inclusive o de turismo.** Porém, existe a necessidade de entender quais são as melhores estratégias adotadas pelos empreendimentos e como é possível utilizá-las de acordo com a sua realidade. Assim, as chances de aumentar sua base de clientes e garantir mais efetividade nos resultados crescem consideravelmente.

Pensando nisso, elaboramos este material para que você tire suas dúvidas sobre o assunto. Continue a leitura e saiba mais!





---

# Transformação digital no turismo







Quando falamos sobre transformação digital, **não estamos nos referindo apenas à adoção de novas tecnologias**. Claro, esse é um dos tópicos mais destacados, permitindo que as pessoas, por exemplo, utilizem a IA para explorar locais que desejam visitar, planejem visitas por meio de aplicativos específicos e disponham de ferramentas que possibilitem um planejamento financeiro eficaz.

No entanto, a transformação digital também pode aprimorar o atendimento das empresas. Se antes os clientes precisavam aguardar que um atendente os contatasse para realizar um orçamento, hoje esse processo é totalmente automatizado.

Além disso, **as empresas agora podem oferecer canais de comunicação muito mais ágeis para os seus clientes**. O Marketing Digital, inclusive, se torna um aliado essencial nesse processo. Ele permite atrair um número significativamente maior de clientes para a sua base, além de possibilitar investimentos em posts virais alinhados à realidade do seu negócio, ampliando a visibilidade da sua marca.



---

# Importância das estratégias de Marketing Digital





O Marketing Digital pode ser enxergado como um importante parceiro para as empresas firmarem suas presenças em diferentes áreas. A seguir, selecionamos alguns dos tópicos que mais chamam a atenção nesse sentido. Confira!

## CONSTRUIR UMA PRESENÇA FORTE

Pense com a gente: suponhamos que você vai para algum local que não conhece e busca por guias ou estabelecimentos onde vai se hospedar. **A primeira atitude que toma é pesquisar na internet referências para organizar sua viagem.**

Quem vem para Pernambuco faz a mesma coisa. Caso você não esteja atuando de maneira contínua em diferentes canais, você não será visto. Conseqüentemente, perde a oportunidade de que mais pessoas conheçam a sua marca. Nesse sentido, o ideal é que você entenda quem é a sua persona (representação semifictícia do cliente ideal) e esteja nos locais onde ela está presente.







## TER AUDIÊNCIA QUALIFICADA

Mais adiante, explicaremos em detalhes as estratégias que podem ser adotadas em um negócio para que você cresça e esteja constantemente se desenvolvendo. A partir do momento em que você define a sua persona, **conforme abordamos, você vai ter uma audiência mais qualificada.**

Exemplo: se a sua persona buscar por praias no estado de Pernambuco e você aborda sobre esse assunto nos principais canais, vai atrair as pessoas interessadas em mais informações, **o que fortalece sua autoridade no assunto.**

No momento da escolha, a pessoa lembrará de sua marca e, assim, poderá fechar negócio, **independentemente de qual seja a sua área de atuação.**



## FALAR COM O PÚBLICO NA HORA CERTA

Outro ponto que se destaca com o Marketing Digital para o turismo é a possibilidade de falar com o público na hora certa. Independentemente de qual seja o estágio do funil, há a oportunidade de trazer materiais que realmente façam sentido para aquele momento, **construindo valor com a pessoa que chegou até os seus canais.**

Vamos dar um exemplo prático. Imagine uma empresa que ofereça passeios pelas praias de Pernambuco acompanhados por guia. Esses passeios incluem transfer de ida e volta, buscando no hotel ou pousada, e também levando o turista para o local onde ele escolheu.

Com isso, você pode conversar com a sua audiência em diferentes momentos:

- quando ainda não decidiu se Pernambuco será o destino de suas férias;
- quando ela já decidiu, mas não sabe em quais praias ir;
- quando ela já fez um roteiro prévio e deseja uma empresa especializada para não ter que se preocupar com os detalhes do passeio.

Percebeu como desenhamos materiais para todos os estágios do funil?

Conseqüentemente, **você vai conversar com as pessoas no momento certo**, de modo que traga materiais e ajude a audiência a tomar decisões quanto às suas férias.



## SAIR NA FRENTE DA CONCORRÊNCIA

Hoje, investir em Marketing Digital já não se trata mais de um diferencial para a empresa, mas de uma necessidade. A partir do momento em que você constrói **autoridade em diferentes canais**, tem a possibilidade de atrair mais público e garantir que você seja visto no momento certo.

## BAIXO INVESTIMENTO INICIAL

Destaca-se, ainda, o baixo investimento inicial. Para iniciar a produção de conteúdos em diferentes plataformas, normalmente, você só vai precisar de um **profissional capacitado** para entender quais são as ferramentas certas a serem utilizadas, fazer um estudo de sua persona e começar a construir conteúdos que realmente fazem sentido para a **jornada do cliente**.

## POSSIBILIDADE DE ANALISAR OS RESULTADOS

Se você colocar um outdoor anunciando seus serviços, como saberá metrificar o resultado gerado? Não dá para saber o número de clientes que chegou até o seu negócio por meio desse canal.

Do contrário, quando há o investimento em Marketing Digital, você consegue avaliar exatamente quais foram os tópicos que mais trouxeram resultados e quais foram aqueles que merecem atenção para ajustes. Com isso, você vai **potencializar o que vem dando certo** e ajustar o que não está trazendo retorno, além de identificar os assuntos que mais interessam à sua audiência.



---

# Estratégias de posicionamento





Agora que você já viu um pouco mais sobre a importância do Marketing Digital para o turismo, chegou o momento de analisarmos algumas das principais estratégias que podem ser implementadas em seu negócio. Confira!

## PRESENÇA ONLINE

Este primeiro tópico se refere a um resumo de todas as outras dicas que apresentaremos adiante. Ter presença online vai trazer esses impactos que abordamos nos tópicos anteriores, pois permite que **pessoas de diferentes regiões do país encontrem o seu negócio** e entrem em contato com a sua equipe para que possam entender quais são os serviços desejados por ela.





## SEO

Investir em estratégias de SEO traz muitos ganhos para a sua empresa. O primeiro deles é o **aumento da visibilidade orgânica da marca**. Em outro tópico, abordaremos especificamente sobre marketing de conteúdo, mas eles estão muito relacionados.

Ao entender a sua persona e criar um blog, suponhamos que você fez um texto sobre “as praias mais bonitas de Pernambuco”. Desenvolveu um material completo, de acordo com o **tom de voz de seu público** e também linkou para os serviços oferecidos pela sua empresa. Com base nisso, você otimizou o material seguindo boas práticas, como:

- **conteúdo em formato de lista** e com boa escaneabilidade, permitindo que o leitor identifique com facilidade quais são as praias em Pernambuco que ele pode visitar;
- **negritou pequenos trechos** para facilitar a leitura;
- colocou **pontos de conversão** para que o leitor tivesse a oportunidade de entrar em contato com a sua equipe;
- trouxe uma **imagem compactada** e que tenha a palavra-chave “praias em Pernambuco” inserida nela, entre outros.

Ou seja, você fez tudo o que o Google considera positivo para estar entre as primeiras posições e conquistou esse patamar. Com isso, você tem muito mais **oportunidades de atrair pessoas para o seu site de forma gratuita**. Naturalmente, há aumento da visibilidade, maior geração de leads qualificados, consolidando sua referência no nicho, aumentando a credibilidade perante a audiência.



## REDES SOCIAIS

Estar presente nas redes sociais é importante, mas aqui cabe um ponto de atenção: entenda, de fato, quais são os canais onde seu público está. De nada adianta criar perfis em vários canais se a sua audiência não frequenta aquele espaço. Por essa razão, no momento de definir a persona, um ponto muito importante a ser considerado é o de entender por onde eles buscam informações.



Ao definir essas redes, **não deixe de avaliar todas as funcionalidades presentes nela**. No Instagram, por exemplo, existe a possibilidade de utilizar os stories, fazer caixinhas de perguntas, elaborar enquetes, entre outras estratégias que permitem que o seu engajamento aumente de forma positiva.

O ideal é você construir materiais que **realmente sejam relevantes**.

Um erro muito comum cometido pelas pessoas é o de criar posts com o intuito exclusivo de viralizar. A partir do momento em que você constrói um material interessante e que tenha relação com o que seu público espera, a viralização tem oportunidade de vir justamente por trazer aquilo que a sua audiência espera.



Outras dicas que não podem ser deixadas de lado ao começar nas redes sociais são:

- **crie conteúdos que sejam adaptados de acordo com a plataforma:** o mesmo material publicado no Instagram não necessariamente vai fazer sucesso no TikTok, por exemplo. Por essa razão, avalie o que a concorrência vem trabalhando e atue em cima dos gaps que ainda não existem no mercado;
- **faça conteúdos que solucionem as dores da persona:** se o leitor tiver dúvidas a respeito das praias mais seguras de Pernambuco, é legal ter um material que aborde sobre esse tema e responda a algumas dúvidas muito comuns;
- **use CTAs eficientes:** de modo que o leitor seja convidado para uma ação ao final de cada post;
- **tenha um calendário editorial:** para que você mantenha a consistência em todos os canais.





## MARKETING DE CONTEÚDO

Mencionamos o marketing de conteúdo no tópico sobre SEO, pois eles estão intimamente ligados. As dicas para marketing de conteúdo são muito semelhantes às de criação de conteúdo para as redes sociais.

Primeiramente, é essencial **oferecer materiais relevantes para o seu público-alvo**. Além disso, é importante ser consistente na criação de conteúdo. Outro ponto é a aplicação de práticas de SEO para garantir que o material esteja bem ranqueado entre as primeiras posições.

Também é fundamental **usar diferentes formatos de conteúdo**, como infográficos, e-books, planilhas, entre outros. Por fim, é necessário monitorar continuamente os resultados. Isso permitirá criar um calendário editorial que leve em consideração o que deu certo e o que não obteve bons resultados em termos de acessos.





## AUTOMAÇÃO

A automação em marketing pode ser utilizada em diferentes momentos:

- e-mails de boas-vindas personalizados, cumprimentando a pessoa que acabou de fazer o cadastro em seu site ou ainda optou por receber seus conteúdos;
- nutrição de leads com conteúdo personalizado, contribuindo para que as pessoas que fizerem a solicitação de algum conteúdo rico sejam ainda alimentadas com mais informações a respeito daquele tema;
- campanhas de **recuperação de clientes** que realizaram o cadastro em seu site, mas não evoluíram para a próxima ação;
- envio de e-mails em aniversário ou em datas comemorativas;
- segmentação dos clientes para envio de mensagens com base nas viagens anteriores das pessoas;
- **automação de feedback** pós-viagem para que a sua equipe possa analisar com mais detalhes quais foram os aspectos positivos e quais são aqueles que podem ser aperfeiçoados.

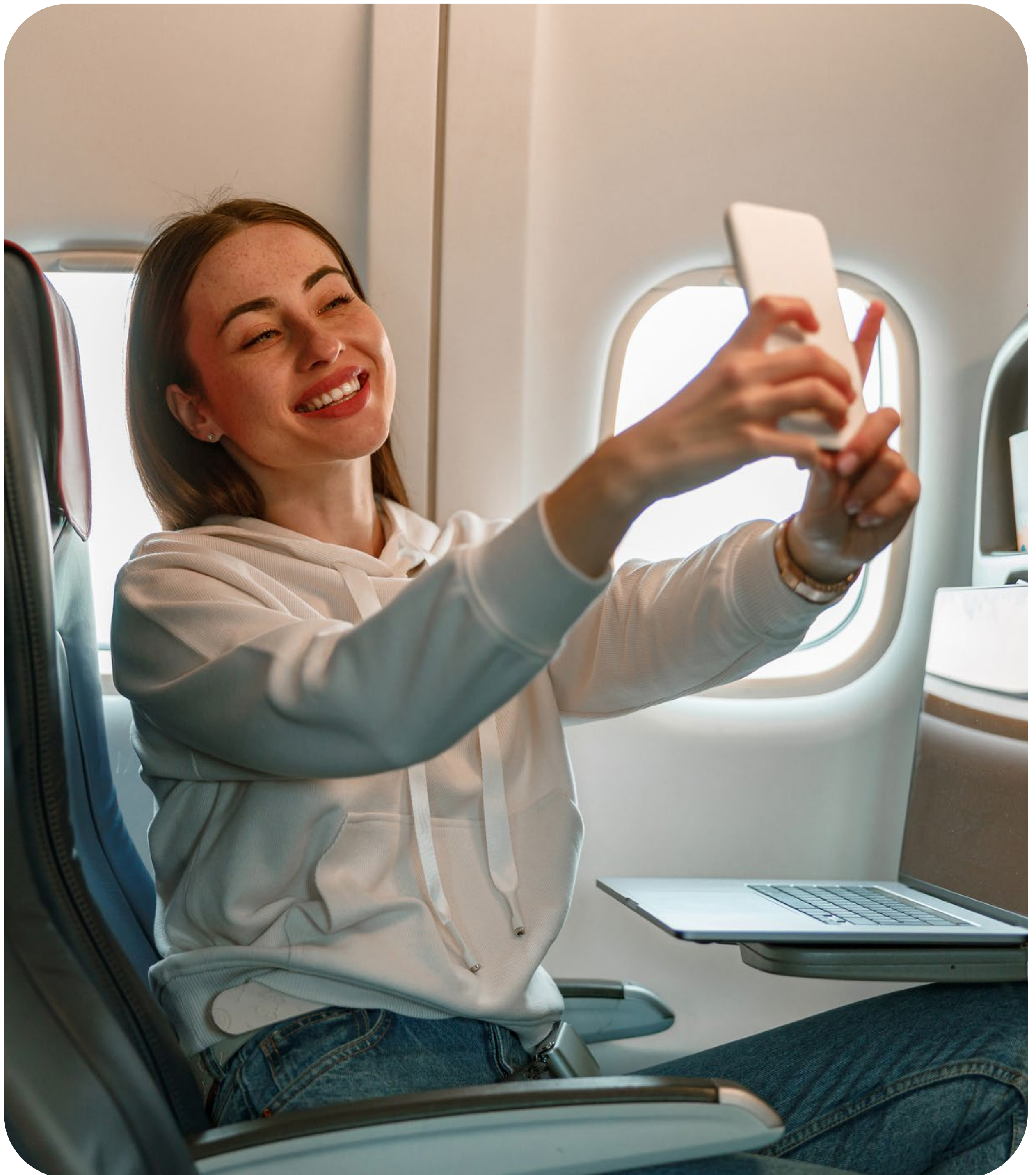
## EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Para melhorar a experiência do usuário em diferentes canais, **sempre estruture as redes de acordo com os feedbacks obtidos pelos seus clientes**, além de utilizar cada plataforma para ter fácil usabilidade e oferecer conteúdos relevantes e personalizados, garantindo uma comunicação eficiente e fluida.



---

# Tendências em Marketing Digital no turismo





Algumas tendências que chamam a atenção quanto ao Marketing Digital no turismo:

- estratégias de marketing com foco em conteúdo visual;
- **experiências customizadas** de acordo com as buscas dos clientes;
- integração com tecnologias emergentes;
- **marketing de influência**, em parceria com pessoas em destaque de sua região;
- uso do TikTok;
- **turismo sustentável**, entre outros.





---

# Conclusão





E então, o que achou de conhecer um pouco mais sobre as principais dicas relacionadas ao Marketing Digital no turismo? Como vimos, **trata-se de uma estratégia indispensável para o empreendedor.**

A partir de ações específicas para a sua audiência, existe a possibilidade de contribuir diretamente para a atração de clientes, potenciais clientes e interessados nos serviços oferecidos pelo seu negócio.

O ideal é sempre atentar para o que há de novo no mercado e garantir análise contínua dos resultados para que haja melhorias constantes.







---

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.