

# Comportamentos dos Viajantes

## Importante para a retomada do Turismo



# Comportamentos dos Viajantes

## Importante para a retomada do Turismo

O cenário muda a todo momento e com ele o comportamento de consumo.

Muitas pesquisas têm sido realizadas e podemos concluir influências no comportamento de consumo e no comportamento do viajante após o isolamento.

Confira a seguir os pontos que a equipe da Lab Turismo aponta como impactantes para o comportamento do viajante na retomada do setor:



### Saúde

Os turistas começarão a viajar na medida que se sentirem seguros com relação ao controle da pandemia. Os destinos com menos aglomeração, que ofereçam atrativos ao ar livre, atividades de esporte e de contato com a natureza serão as opções preferidas. Levarão vantagens os destinos e negócios turísticos que adotarem novas e eficientes práticas de segurança com relação às questões de saúde.

Além disso, aspectos como cuidado com hábitos mais saudáveis como alimentação equilibrada e atividades físicas serão mais presentes no cotidiano das pessoas.



### Família

Vivências com os entes queridos em locais fora de casa serão valorizados. Destinos e empreendimentos que têm oferta para família poderão ser priorizados. Para conquistar esse público a comunicação deverá ser muito bem formatada, assim como os serviços turísticos especialmente preparados de forma inovadora para proporcionar bons momentos em família.

Vale pensar experiências que estimulem atividades de convivência e interação nos meios de hospedagem, alimentação e atrativos do destino.



### Hiperconexão

O consumo digital teve aumento de 80% das pessoas, tanto para entretenimento, quanto para realização de tarefas necessárias como compras de supermercado, restaurante, dentre outros. Esse aumento gera oportunidade dos destinos e negócios ganharem audiência e manter contato com seu público-alvo para, posteriormente, atingir um número maior de pessoas no

momento da divulgação de seus produtos e promoções. O brasileiro que já era muito conectado ao mundo digital saíra desse processo ainda mais hiperconectado. Os negócios e destinos precisam aperfeiçoar cada vez mais o uso dos inúmeros recursos e ferramentas existentes.

# Comportamentos dos Viajantes

## Importante para a retomada do Turismo



### Confiança

Consumidores estão observando a atitude das marcas com relação aos seus clientes, fornecedores, colaboradores e a sociedade como um todo. Cerca de 76% tem propensão a comprar de marcas que tenham empatia com o momento. Pratique boas práticas de respeito e responsabilidade social, e mesmo com poucos recursos financeiros, o que conta é a atitude.



### Humanização

Mais do que nunca os consumidores querem ser surpreendidos e tratados como seres humanos, com sentimentos, medos e dificuldades. Querem que as empresas turísticas estejam verdadeiramente comprometidas em proporcionar momentos felizes durante uma viagem. Um dos desafios é preparar a oferta e os colaboradores para proporcionarem estes momentos de felicidade. Toda a experiência da jornada do cliente, antes-durante-após viagem,

deve ser repensada despertando vínculos mais diferenciados com os indivíduos. Conceitos ligados ao despertar de experiências inovadoras, que já eram uma tendência, passam a ser uma demanda mais intensa dos viajantes.



### Sustentabilidade

O mundo está vendo durante a pandemia os destinos sem os impactos gerados pelos viajantes, como rios mais limpos e pontos turísticos sem a superlotação. A interdependência entre os setores e as pessoas ficou ainda mais evidente. A partir de agora o viajante estará muito mais atento às possibilidades de contribuir com cada destino que visita e deixar uma marca positiva, respeitando seu ambiente e sua sociedade. Por outro lado, os destinos e negócios que

adotem práticas mais sustentáveis serão preferidos pelos consumidores cada vez mais conscientes.

Cada geração será impactada de alguma forma por estes temas, todo mundo mudará comportamentos, fazendo com que a atividade turística passe pela maior transformação da sua história.

Refleta sobre os pontos indicados acima e planeje como incorporar para a sua realidade.

Acredite, independente do tamanho da sua empresa e das características do seu destino turístico, será fundamental desenvolver novos processos e serviços considerando esses aspectos a retomada do setor.

Conte conosco para isso!

Sebrae Mato Grosso do Sul

CONSULTORIA TÉCNICA RESPONSÁVEL

LAB TURISMO  
RICHARD ALVES  
MARCELA SAAD



FALE CONOSCO



Elaboração técnica

