

O TURISMO NO MUNDO DIGITAL





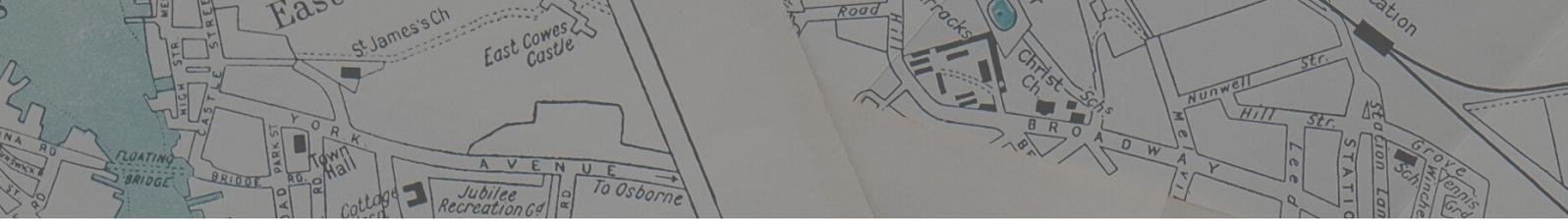
O TURISMO NO MUNDO DIGITAL

Você que é dono de um empreendimento na área de Turismo – seja no setor de hospedagem, transportes, alimentos e bebidas - já deve ter se deparado com algumas dificuldades em migrar o seu negócio para o digital, não é? Porém, o mundo está a cada dia mais voltado para o universo online, e hoje, mais do que nunca, precisamos nos adaptar e utilizar as plataformas digitais a favor dos nossos negócios.



Por isso, montamos este conteúdo para você, onde você vai receber dicas sobre como utilizar as redes sociais para engajar seus clientes e atrair clientela nova, plataformas digitais que podem te ajudar a colocar o seu negócio no mapa do turista, ferramentas que podem ser úteis para a gestão da sua empresa e muito mais! Vamos lá?





REDES SOCIAIS

POR QUE E COMO UTILIZÁ-LAS?

Segundo uma pesquisa feita pela agência We Are Social, em parceria com a Hootsuite, cerca de 140 milhões de brasileiros possuíam algum tipo de perfil em redes sociais em 2019, ou seja, 66% da população do país¹. Com o avanço da digitalização do mundo atual, todos os negócios têm a obrigação de estar presentes nas redes sociais – afinal, é onde o processo de compra (ou ao menos, do desejo da compra) de muitos consumidores é iniciado.

Imaginemos, por exemplo, um turista que está planejando uma viagem de São Paulo até o Recife: este turista vai procurar no Instagram imagens de pontos turísticos legais para visitar e fotografar, entrará nas páginas dos negócios no Facebook e verá as avaliações de quem já se hospedou no hotel X ou comeu aquele famoso prato no restaurante Y, buscará vídeos no Youtube de pessoas que fizeram esta viagem e o que elas recomendam na cidade, ou seja, traçará os primeiros passos de sua jornada de consumo ali, nas redes sociais. Então, quando o seu negócio se faz presente nas redes sociais, ele estará ao alcance do turista mesmo antes de sua viagem ser realizada.



REDES SOCIAIS

Mas de que maneira devemos utilizar as redes sociais? Os conteúdos que deverão ser postados e a forma como o seu negócio vai se comunicar com o consumidor vai variar muito de acordo com o seu tipo de serviço, o público que você quer atingir, etc. Mas uma coisa é certa: estar nas redes sociais vai permitir que você estabeleça uma conexão direta com seu consumidor. Seguem abaixo algumas dicas de ouro para o uso das redes sociais para o seu estabelecimento:



Crie um perfil exclusivo para seu negócio: Embora seja comum empreendedores iniciarem seu trabalho divulgando seus produtos em suas redes sociais pessoais, criar um perfil profissional voltado exclusivamente para sua marca permite que você demonstre maior organização e profissionalismo em seu negócio. Mas, claro, não deixe de divulgar seu trabalho vez ou outra em suas redes sociais também!

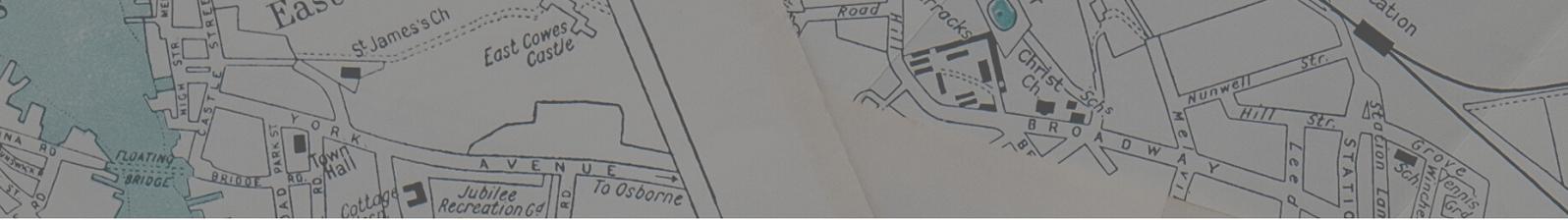


Mantenha seus seguidores bem informados: Atualize constantemente suas redes sociais em relação ao horário de funcionamento, produtos ou serviços oferecidos em seu empreendimento, imagens do estabelecimento e canais para contato.

No Instagram, por exemplo, você pode colocar o link direto para o WhatsApp do seu negócio ou o seu website direto na biografia do seu perfil. Organize as informações e enriqueça cada vez mais seus perfis nas redes sociais para passar confiabilidade e mostrar-se atualizado para o seu público.



Foco no atendimento ao cliente: Lembre-se que muitos clientes iniciam sua jornada de compra nas redes sociais, por isso, busque sempre responder aos comentários, responder mensagens privadas (inbox) e estar sempre a par das interações feitas entre seus seguidores e o seu negócio. Respostas bem informativas, bem escritas e rápidas causam uma ótima impressão!



Monitore sua presença online: Mesmo que você não esteja presente em todas as redes sociais, é sempre bom buscar ver comentários e menções sobre o seu negócio em diferentes plataformas.

Seu negócio não tem perfil no Twitter? Tudo bem, mas vale a pena buscar o nome do seu estabelecimento e descobrir o que seus consumidores estão falando sobre seu empreendimento. Confira as avaliações da sua página no Facebook, ela permite que pessoas que já tiveram experiências com o seu negócio possam dar uma nota e relatar mais detalhes sobre seus serviços.

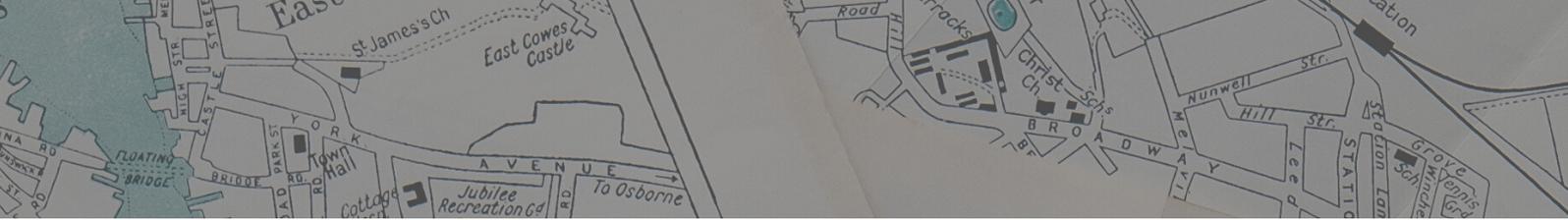


Estimule o feedback dos clientes: Deixe claro em seu estabelecimento físico que você está nas redes sociais e que você adoraria ouvir o que seus clientes têm a dizer sobre o seu negócio e a experiência deles!

Estimule o compartilhamento de conteúdo feito por seus clientes também - às vezes, uma simples foto no Instagram ou stories publicado no Facebook podem colocar o seu negócio no mapa de outros consumidores que não haviam lhe achado ainda!

Agora que você já sabe a importância das redes sociais e como utilizá-las para o seu negócio, vamos falar sobre o que postar: está na hora de bater um papo sobre produção de conteúdo!





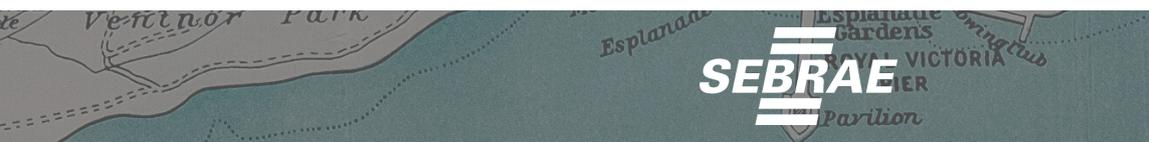
PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

COMO ENGAJAR SEU CLIENTE?

O tipo de publicação que você posta nas redes sociais do seu negócio pode intensificar seu vínculo com seus clientes ou afastar seu público. Inicialmente, quando se elabora os conteúdos a serem publicados nas redes sociais, é necessário se fazer a seguinte pergunta: este conteúdo tem a ver com o meu negócio? Ele conversa com os valores e imagem que quero passar do meu estabelecimento?

O conteúdo elaborado nas redes sociais precisa acrescentar valor a sua marca, despertar interesse e desejo de consumo no seu cliente e servir como uma “vitrine” para o seu negócio. Porém, é importante enfatizar que não só de conteúdo institucional (conteúdo voltado para vendas) vivem as redes sociais.

Precisamos entender que a venda do seu serviço ou estabelecimento pode ser feita de duas maneiras: direta ou indiretamente. A forma direta é a mais utilizada pelos negócios: você apresenta seu produto ou serviço com a intenção de vendê-lo, seja por imagens do próprio produto, promoções, posts falando sobre novidades, etc. Porém, a forma “indireta” de venda pode ser tão eficaz quanto a citada anteriormente.



PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Tomando como exemplo o setor de hotelaria, uma forma indireta de despertar o desejo de hospedagem do seu hóspede, por exemplo, é elaborando conteúdos voltados para a experiência. Não adianta apenas mostrar fotos dos quartos e da estrutura do hotel: o cliente quer ver fotos de famílias curtindo a piscina, quer ver vídeos de eventos realizados no seu empreendimento, quer ver relatos de outros clientes, ver a equipe de Recreação divertindo os pequenos, ou seja, ele quer sentir aquela experiência mesmo que virtualmente. Assim, quando ele consegue ter um olhar mais vivo da experiência oferecida no seu estabelecimento, o desejo de fazer parte dela torna-se maior.



Outra forma de comunicação bastante eficaz é o *storytelling*, ou seja, o contar da história do seu estabelecimento. Puxando para o lado do setor de Alimentos & Bebidas, tomemos como exemplo um restaurante familiar – conte a história do seu estabelecimento, como surgiu, quem o fundou, qual a missão do seu empreendimento, de que maneira você pretende se destacar no mercado e oferecer seus serviços. Ou então, vamos para o lado dos artesãos: mostre o seu processo criativo na elaboração de novas peças, fale um pouco sobre suas inspirações, faça *lives* em que você interage com seus seguidores enquanto produz algo, por exemplo. Essa tática ajuda a criar um laço emocional entre cliente e marca e fazer com que o consumidor se sinta mais ligado a seu empreendimento.

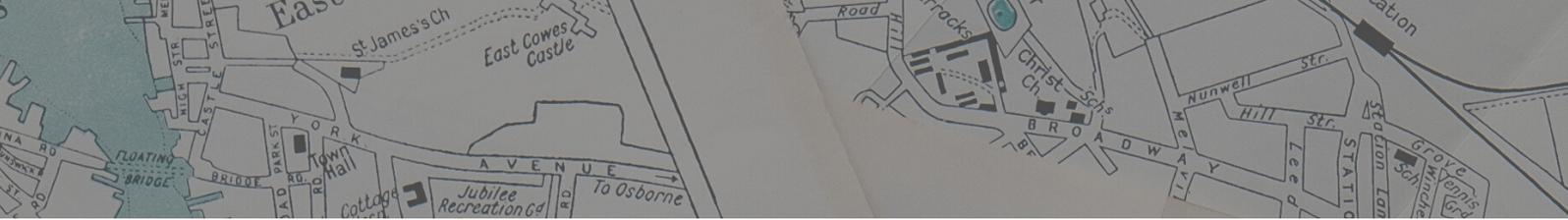
Estimule também a interação dos seus seguidores com o seu conteúdo! Esse estímulo pode surgir de várias maneiras diferentes: de uma simples enquete que pede que o seguidor escolha entre duas opções de café da manhã na sua pousada até uma legenda em uma publicação que pede a opinião do seu hóspede. Conteúdo interativo é super interessante, engaja o seu cliente e ainda faz com que você seja mais visto na linha do tempo, ou seja, você vai estar sempre aparecendo ali!

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Blogs também são uma plataforma interessante para a produção de conteúdo. Se você trabalha com uma agência de viagens, por que não criar um blog onde você dá dicas de pontos turísticos, aplicativos que todo viajante deve ter em seu celular, ou até mesmo montar roteiros de viagens para alguma região? Assim, o seu cliente estará consumindo a sua empresa/marca só em ler aquele conteúdo.

Por fim, encontre um equilíbrio saudável entre os teores de posts a serem publicados: crie conteúdo rico e diverso, assim, seus seguidores vão continuar engajados e interessados no seu negócio e o seu empreendimento poderá se destacar na hora da escolha da compra.





WHATSAPP BUSINESS E SEUS BENEFÍCIOS

O seu negócio possui WhatsApp? De acordo com pesquisas levantadas em 2019, 98% dos brasileiros que têm smartphones utilizam o WhatsApp para comunicação², então, já deu para perceber que o seu cliente provavelmente vai estar utilizando esse aplicativo também, não é?

Caso você não faça uso do WhatsApp Business para o seu negócio, agora é a hora de inovar e se inserir neste novo universo. A versão Business do aplicativo é adaptada especialmente para que empreendimentos consigam garantir uma comunicação rápida, direta e eficaz com seus clientes. Alguns dos benefícios da versão Business do WhatsApp para as empresas são:



O Business permite que as empresas coloquem informações sobre localização, e-mail para contato, outros telefones, horário de funcionamento, categoria dos serviços e até link para a sua própria página na web. Assim, quando um cliente entrar em contato com o seu estabelecimento pelo aplicativo, ele poderá conferir todas essas informações.



O aplicativo também possui a versão Web, ou seja, você pode utilizá-lo tanto através de um smartphone como de um computador ou notebook.



WHATSAPP BUSINESS



As empresas podem estabelecer uma mensagem automática tanto para horários de atendimento, quando o cliente entra em contato pela primeira vez, quanto para sinalizar ausência, ou seja, através destas mensagens, você programa o WhatsApp Business com o seu horário de atendimento e ele informará automaticamente ao cliente se há alguém online para atendê-lo ou não.

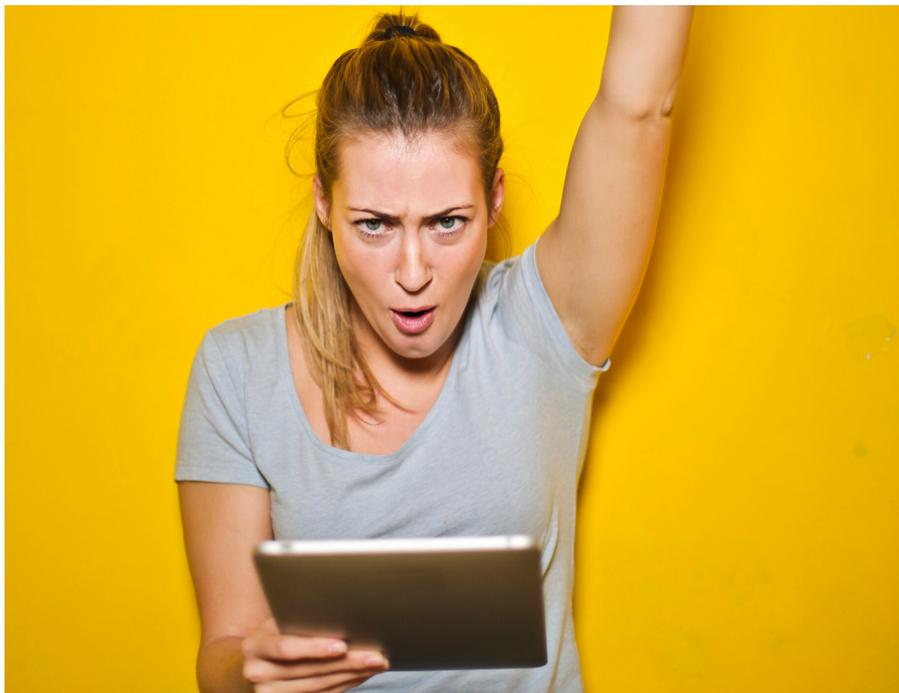
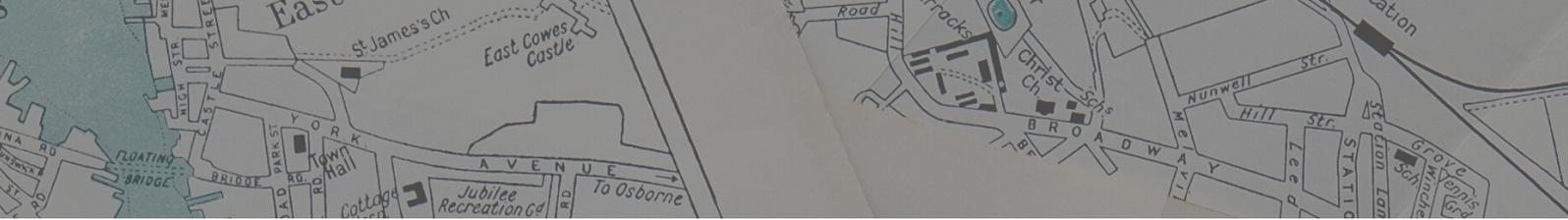


É possível programar um atalho para as perguntas feitas mais frequentemente com uma resposta pré-pronta, isso permite que você se comunique mais rapidamente e de forma mais eficiente, sem precisar ficar digitando várias vezes a mesma mensagem.



O aplicativo permite que você categorize as mensagens de acordo com “rótulos” ou “etiquetas”. Esta é uma vantagem muito interessante porque permite que você monitore, por exemplo, quantas mensagens naquele dia foram enviadas sobre um respectivo tema. Por exemplo, caso você seja artesão, você pode analisar quantas mensagens relacionadas a preço, entrega e novidades você recebeu naquele dia. As categorias são feitas por você, ou seja, você pode adaptá-las especialmente para o seu tipo de negócio.

Porém, o maior benefício que o Whatsapp Business pode lhe trazer é a comunicação direta com seu cliente. Sem contar que, ao estar presente no WhatsApp, você já abre mais um caminho de comunicação entre cliente-empresa.

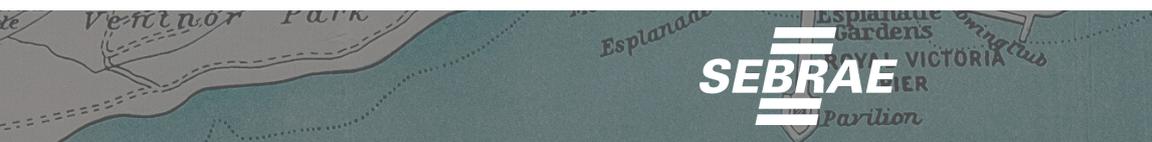


CRM

CRIE UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA PARA SEUS CLIENTES

O **CRM** é uma sigla em inglês que significa *Customer Relationship Management* e pode ser traduzido para Gestão de Relacionamento com o Cliente. Esta sigla define a prática de focar no relacionamento com o cliente e conseguir antecipar suas necessidades, oferecer-lhe produtos que atendam às necessidades dele, enfim, é oferecer uma experiência diferenciada e feita sob medida para aquele cliente.

Ao utilizar a estratégia do CRM, você consegue utilizar dados salvos de seus possíveis clientes ou de atuais clientes e analisar o seu perfil. É possível, a partir desta análise, prever o comportamento de consumo daquele cliente – por exemplo, saber em que épocas ele frequentou o seu estabelecimento, quando ele prefere viajar, quais são os alimentos e bebidas que ele prefere consumir. Por isso, ter um registro de dados é de extrema importância para os estabelecimentos.



CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Embora existam inúmeras plataformas de CRM disponíveis para diferentes tipos de negócio, você pode implementar a tática em seu estabelecimento de forma “manual”, ou seja, sem uso de plataformas, inicialmente. Caso você tenha um pequeno negócio, é mais provável que você interaja diretamente com seu público, por isso, seus próprios registros de hábitos de compras daqueles consumidores já vão dar um pontapé inicial nesta tática dentro do seu negócio.

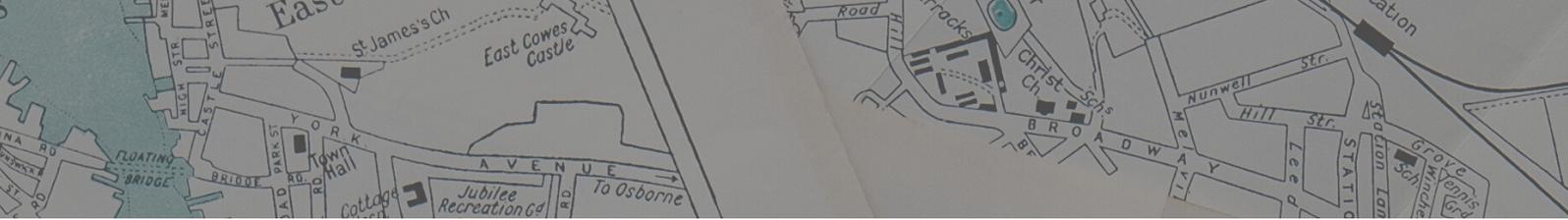
Agora, vamos falar de uma forma mais focada no Turismo: como o CRM afeta a experiência de viagem do turista?

Quando uma agência de viagens possui os dados de perfil de um cliente, ela pode lhe oferecer pacotes de viagens mais específicos para aquele tipo de viajante, ao invés de enviar mensagens massificadas e pacotes que não lhe interessam. Com essas informações, é possível saber: em que época este cliente costuma viajar, se ele prefere turismo de Sol e Mar ou se o Ecoturismo tem mais a ver com seu perfil, se ele tem o costume de fazer viagens em grupo ou viajar sozinho. São estas informações que, embora pareçam pequenas, fazem uma enorme diferença na jornada de consumo daquele turista.



Citando ainda outra possibilidade, vamos analisar um dono de hotel: se o hóspede costuma hospedar-se com sua família no hotel e em seu registro, percebe-se que naquele grupo há uma grande quantidade de crianças, por que não oferecer pacotes especiais em feriados familiares como Dia das Crianças ou Natal?

São pequenas informações que, se somadas ao perfil de cada cliente e bem analisadas, fazem toda a diferença na jornada de consumo daquela pessoa.



PLATAFORMAS DIGITAIS PARA ESTABELECIMENTOS DE TURISMO

É hora de algumas dicas mais práticas. Especificamente para os estabelecimentos da área de Turismo, existem algumas plataformas digitais que são ideais para facilitar a chegada do seu cliente até você (ou a sua ida a ele!). Vamos conferir abaixo algumas plataformas úteis para o seu negócio:



Google Meu Negócio: Esta plataforma é gratuita e oferecida pelo próprio Google para os donos de negócios colocarem o seu estabelecimento no mapa, literalmente. Ao cadastrar sua empresa no Google Meu Negócio, você estará se tornando mais visível ao sistema de busca do Google e poderá colocar detalhes sobre horário de funcionamento, endereço, telefones para contato.

Além disso, ele permite que clientes avaliem o seu negócio e futuros clientes façam perguntas sobre seu empreendimento que você mesmo (ou outros consumidores) pode responder.

Confira mais sobre o Google Meu Negócio neste link:

<https://bit.ly/3g6eFWA>



TripAdvisor: Já imaginou uma rede de viajantes dando dicas sobre estabelecimentos turísticos para outros viajantes? Pois é, esse é o TripAdvisor. O site permite que você inscreva sua empresa de forma gratuita, coloque detalhes de funcionamento (assim como o Google Meu Negócio), coloque fotos do seu estabelecimento e uma descrição sobre os seus serviços.



PLATAFORMAS DIGITAIS

Porém, a parte principal do TripAdvisor é: ver dicas de outros viajantes que ficaram no estabelecimento e deixá-los avaliar o seu negócio, falando sobre a qualidade do atendimento, da estrutura, limpeza e muito mais - a nota que o viajante der ao seu estabelecimento vai classificá-lo em um ranking dentre os outros concorrentes da região, ou seja, quanto melhor o serviço for, mais avaliações boas ele receberá e então, mais visível ele será no ranking.

Confira aqui o TripAdvisor para donos de estabelecimentos:

<https://bit.ly/3g7fy12>



Yelp: O site do Yelp funciona de maneira semelhante ao TripAdvisor – viajantes e clientes podem encontrar seu negócio, ler avaliações de pessoas que já conhecem o seu serviço e deixar avaliações novas, classificando o seu estabelecimento com estrelas. Ele permite que você adicione também imagens do seu empreendimento e serviços, além de atualizar informações sobre sua empresa.

Confira o site do Yelp para donos de negócios: <https://biz.yelp.com.br/>



OpenTable: Donos de estabelecimentos de Alimentos & Bebidas, confirmam que legal – o OpenTable é uma plataforma que permite que usuários de vários países e regiões diferentes busquem e realizem reservas em seu estabelecimento, tudo de forma online! A plataforma permite que você busque mesas e reservas de acordo com a data, horário, região e quantidade de pessoas em seu grupo. E para os donos de estabelecimento, o OpenTable tem uma área específica que permite gerenciar as reservas, receber feedbacks sobre seu estabelecimento, além de você poder gerenciar as mesas em seu estabelecimento e saber mais sobre o consumo e os pedidos daquele grupo. Por enquanto, não existem versões em português, mas há a opção de utilizar o site em inglês ou espanhol, além de outras línguas. Confira:

<https://bit.ly/2WMCOnb>

PLATAFORMAS DIGITAIS



MeuAgente: Para quem trabalha com agências de viagens, o aplicativo MeuAgente permite que você mantenha seu contato com o cliente durante toda a sua jornada de compra e de viagem. O aplicativo permite que você confira e gerencie detalhes como voos, hospedagens, estabelecimentos próximos ao destino que possam interessar ao seu cliente, além de permitir uma comunicação direta entre o viajante e a agência durante toda a experiência. O aplicativo é disponível para iOS e Android e pode ser utilizado até mesmo quando o viajante está 100% online. Veja mais detalhes: <https://meuagente.com/>



SurveyMonkey e Google Forms: Estas plataformas permitem que você crie formulários e recolha respostas de seus clientes (ou hóspedes) sobre o serviço e a experiência deles de forma gratuita. Com as respostas, você pode fazer uma análise em formato de gráficos (como um relatório) ou pode até mesmo analisar respostas de usuários um por um.

O SurveyMonkey possui também planos premium com recursos mais avançados. Receba feedbacks de seus clientes, peça sugestões e melhore ainda mais o seu empreendimento!

Crie aqui seu questionário no Google Forms (<https://bit.ly/3dUCIG6>) ou aqui no SurveyMonkey (<https://bit.ly/2ABAP2G>).



LinkedIn: Buscando novos membros para acrescentar a sua equipe? O LinkedIn permite que usuários cadastrem suas aptidões, áreas de atuação e áreas de interesse além de permitir que possíveis empregadores entrem em contato através dos perfis profissionais. O link para conferir o site é: <https://www.linkedin.com/>

PLATAFORMAS DIGITAIS



LinkedIn: Buscando novos membros para acrescentar a sua equipe? O LinkedIn permite que usuários cadastrem suas aptidões, áreas de atuação e áreas de interesse além de permitir que possíveis empregadores entrem em contato através dos perfis profissionais. O link para conferir o site é: <https://www.linkedin.com/>

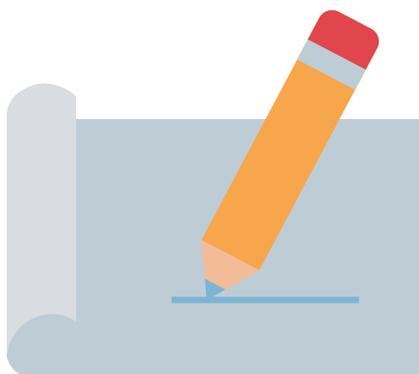


TurJobs: O site TurJobs permite que profissionais do Turismo se cadastrem para receber vagas e exponham seu currículo em seus perfis para possíveis empregadores. As vagas podem ser visualizadas também de acordo localização e área de atuação.

O site permite também que empresas se inscrevam e publiquem vagas para profissionais da área. O TurJobs funciona como uma espécie de LinkedIn voltado para o Turismo! Confira: <https://turjobs.com.br/>

Estas são apenas algumas das plataformas que podem ajudar você a dar um up em seu estabelecimento! Troque experiências com outros empreendedores do ramo e procure se informar sobre estas e outras plataformas interessantes para o seu negócio.

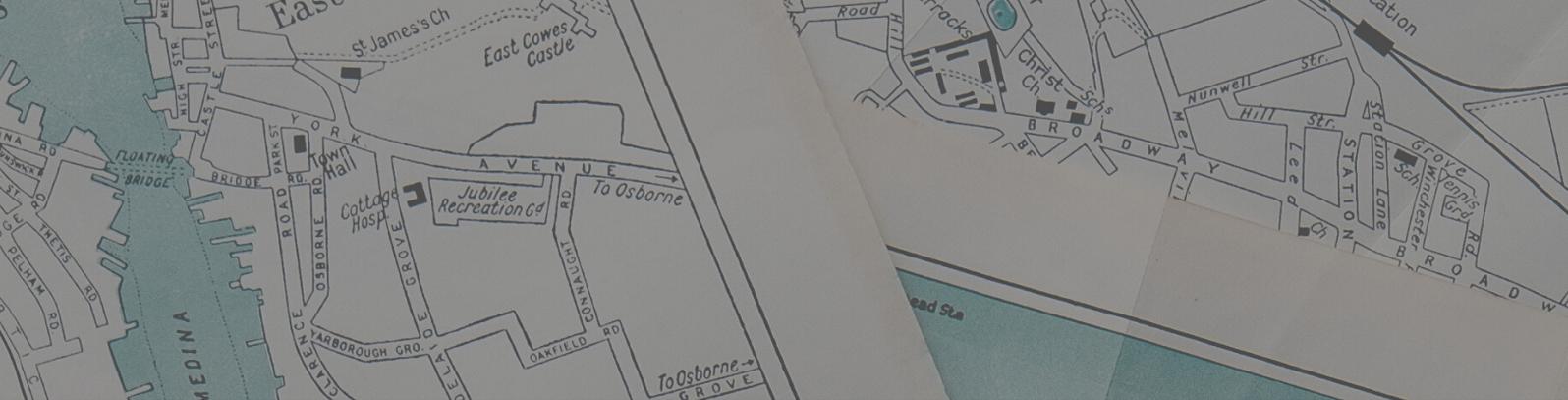
DICAS FINAIS



DICAS

FINAIS

- 1 Insira o seu negócio no universo digital gradativamente, não é preciso aplicar todas as dicas acima de uma vez só. Procure conhecer melhor as ferramentas, pesquise sobre outras e informe-se antes para adquirir mais confiança sobre as plataformas digitais.
- 2 Procure trocar ideias com outros donos de empreendimentos, o processo pode ser enriquecedor e te trazer insights que você não imaginou anteriormente.
- 3 Planeje - procure saber mais sobre o seu público, analise seus concorrentes, leia mais materiais sobre produção de conteúdo e busque sempre se renovar. A loja do Sebrae Pernambuco está sempre atualizada com cursos, palestras e oficinas voltadas para empreendedores de inúmeros setores. Confira:
<https://loja.pe.sebrae.com.br/loja/>
- 4 Não tenha medo do novo e não se acomode. O mercado e os modos de consumo evoluíram, e com eles, os consumidores. Busque inovações e soluções que serão úteis ao seu público.



E-book escrito por: **Mariah Ximenes**

FALE COM O SEBRAE

Portal Sebrae: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>

Nos siga nas redes sociais: **@sebraepe** em todas as plataformas.

Dúvidas?

Ligue **0800 570 0800**

Whatsapp **(81) 99194-6690**



Baixe o nosso aplicativo.



SEBRAE

