



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

MARKETING DE TURISMO





O que é marketing turístico? Marketing turístico é uma estratégia que compreende a junção de dois conceitos: marketing e turismo. Ou seja, um tipo de marketing direcionado a conhecer os desejos, os interesses e as necessidades do turista para atendê-lo com ofertas e soluções nessa área.



O Marketing Turístico pode ser aplicado para a promoção de negócios de qualquer tamanho, desde uma pequena pousada até uma atração turística local. O turismo usa os desejos e anseios por experiências únicas das pessoas como veículo propulsor de negócios e por isso é um dos setores mais avançados em marketing.

MARKETING DE TURISMO

- Historia do turismo
- Turismo no brasil
- O que é Marketing Turístico?
- Para que serve o marketing turístico?
- A demanda turística
- 8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

História do turismo



O turismo é uma atividade realizada muitas vezes de maneira espontânea, o que torna mais difícil determinar quando ela teria surgido. Desde a Antiguidade são registrados fluxos de pessoas de um lugar a outro com um motivo específico, especialmente por questões religiosas e para o acompanhamento de torneios ou eventos esportivos, como foi o caso dos primeiros jogos olímpicos realizados na Grécia Antiga.

História do turismo



Com o surgimento de novos modais de transporte e meios de comunicação, populações de diferentes partes do mundo começaram a colocar em prática o seu desejo por conhecer novos lugares e culturas.

Dessa forma, observou-se a intensificação do movimento de turistas pelo mundo após a Revolução Industrial, com o advento das ferrovias, que permitiam a realização de viagens de maior distância.

Turismo no Brasil

Predomina no país o turismo do tipo doméstico, caracterizado pelos deslocamentos dentro dos limites do território nacional.

O principal motivo das viagens é a visita a parentes e amigos, seguido do lazer, conforme mostram dados do IBGE para 2019. A região Sudeste é a principal receptora e emissora de turistas, seguido do Nordeste. Os principais destinos visitados são estados de:



- São Paulo;



- Minas Gerais;



- Bahia.

O que é Marketing Turístico?

O marketing possui diversas ramificações de acordo com as demandas de cada área e uma delas é o turismo.

Assim, por Marketing Turístico, entende-se o conjunto de estratégias pensadas para conhecer os desejos dos turistas e, a partir disso, oferecer as melhores soluções para atraí-los.

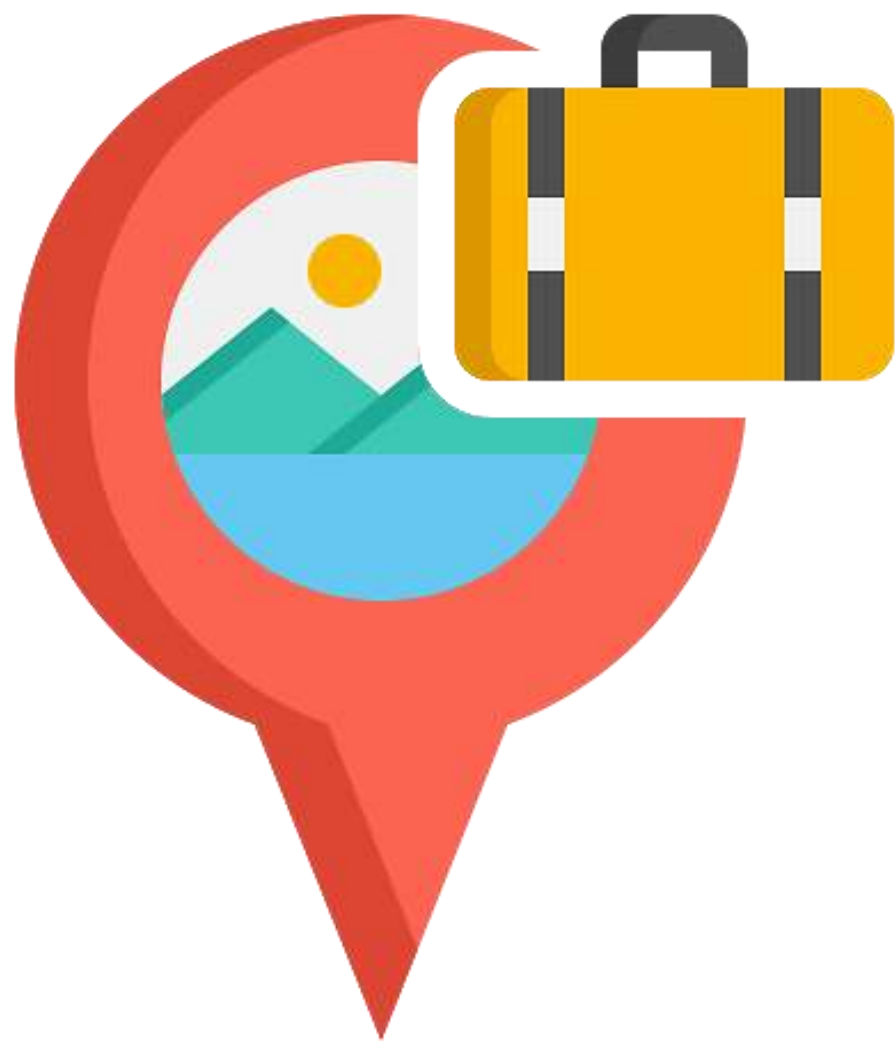


O que é Marketing Turístico?

Cada turista possui um perfil, dessa forma, detém anseios específicos. Cabe às empresas de turismo compreender de forma panorâmica essas necessidades e saber explorar isso da maneira mais acertada possível, a fim de executar ações de divulgação que se conectem com as suas pretensões e os levem a querer viajar.



A demanda turística



Consumidores impactados por produtos ou serviços turísticos que decidem viajar de sua moradia habitual para outras regiões configuram a demanda turística.

São pessoas que saem de onde moram para atender necessidades como cultura, descanso, diversão, entre outros.

Assim, a demanda turística de um produto ou serviço turístico é a quantidade que um grupo deseja e pode comprar.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo



8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

1. Focar na oferta de experiência inesquecíveis

O que o turista quer hoje não é um quarto ou um frigobar abastecido, mas experiências personalizadas de acordo com os seus interesses turísticos.

Ele quer fazer coisas diferentes para enriquecer sua bagagem cultural e viver novas histórias para contar para os amigos e familiares.

Então, quanto melhor a sua empresa de turismo puder atender a essas necessidades, maiores são as chances de sair na frente dos demais competidores.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

2. Mesclar vídeos comerciais com Storytelling

Com forte apelo entre praticamente todos os públicos, conteúdos comerciais em vídeo, quando bem feitos, são capazes de vender por si só.

Isso sem falar que o vídeo é um formato que está super em alta.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

2. Mesclar vídeos comerciais com Storytelling

Até mesmo as redes sociais mais badaladas estão priorizando a sua entrega.

No Facebook e no Instagram, por exemplo, postar vídeo pode significar dobrar o engajamento e alcançar o viajante que ainda está em dúvida sobre qual destino visitar e qual passeio realizar na oportunidade.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

3. Criar um aplicativo mobile (e tornar seu site responsivo caso ainda não seja)

A cada segundo, acontecem mais e mais pesquisas na internet através de dispositivos móveis.

Muitas delas incluem a busca por viagens, voos e hotéis.

Somando a isso, o fato de que já faz tempo que o celular se tornou o principal meio de acesso à internet, é preciso aproveitar as oportunidades do mobile.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

3. Criar um aplicativo mobile (e tornar seu site responsivo caso ainda não seja)

Pense comigo: se a pesquisa do turista começa pelo celular, nada mais justo e inteligente do que oferecer ajuda para ele logo ali.

Para fazer isso, algumas boas dicas são criar um aplicativo mobile para facilitar a experiência dele com a sua empresa de turismo.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Já percebeu que o QR Code vem se destacando como uma forma de facilitar o embarque de passageiros nos aeroportos?

Não é à toa que isso acontece.

Afinal, além de agilizar a entrada dos viajantes na aeronave, a tecnologia também representa um avanço na redução de uso de recursos naturais.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Simple de criar, o QR Code é feito de um código de barras em 2D, que pode ser escaneado pela maioria dos celulares que têm câmera fotográfica.

Quando o turista vira a câmera do smartphone dele para o código, é automaticamente redirecionado para uma página de internet.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Tem um dinheirinho a mais no seu orçamento de marketing digital?

Que tal considerar a ideia de fazer parcerias com influenciadores digitais para poder alavancar ainda mais seus conteúdos de marketing turístico?

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Já conhecidos pelo público, eles têm alto poder de influência – como o próprio nome diz – e ajudam a aproximar potenciais clientes da decisão de compra.

Não é à toa que representam uma estratégia de propaganda que está super em alta.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Agora, não adianta também ficar apenas forçando a barra e tentando vender serviços turísticos sem parar.

É preciso aproveitar outras táticas de marketing turístico, como o storytelling: a arte de contar histórias envolventes que causam conexão entre marca e consumidor.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

Alguns pontos turísticos que estão dentro dos seus serviços turísticos têm algum acontecimento marcante?

Ou algum cliente compartilhou com você a experiência inesquecível que teve ao adquirir seu produto?

Procure compartilhar isso com outras pessoas.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

7. Use as boas práticas de SEO para estar presente nas buscas dos usuários

Ao adotar as boas práticas de SEO (Search Engine Optimization) e otimizar o seu site para motores de busca, o tráfego orgânico tende a aumentar.

Com o tempo, o resultado do seu esforço aparece e você se posiciona no alto do buscador por relevância, sem custos.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

7. Use as boas práticas de SEO para estar presente nas buscas dos usuários

Se não tiver paciência para isso e quiser seguir por outro caminho, é só fazer anúncios do tipo link patrocinado no Google Ads – plataforma de publicidade do Google.

Com a escolha das palavras-chave mais relevantes para o seu público, você pode aparecer para os usuários enquanto tiver verba disponível para isso.

8 estratégias para sua propaganda de viagens e turismo

8. Incluir avaliações e comentários de clientes aos meios de divulgação da empresa de turismo

Como falado lá no início, um comentário negativo de um cliente pode acabar com todo o esforço dedicado à estratégia de marketing turístico.

Para preservar a reputação da sua empresa, procure valorizar cada comentário ou avaliação positiva recebida.

Só não se esqueça de selecionar os melhores deles para usar em seus materiais de divulgação para que atuem como um gatilho de prova social.

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

