



Estratégias de Marketing que podem alavancar os negócios de Agências de Turismo

Charlise Borges Silveira
Universidade La Salle

Silvana Lehn (Orientadora)

Tipo do trabalho

Comunicação oral e Pôster

Tema

Ciência Socialmente Aplicada - Gestão e Negócios

Palavras-chave

Estratégia de marketing, Relacionamento, Inovações.

OBJETIVO

Entender os canais de venda e procura dos serviços oferecidos; Identificar o perfil do consumidor final, seus desejos, suas necessidades; Buscar por maiores inovações, no campo do turismo.

MATERIAL

Com as novas tendências, a importância do Marketing para o profissional de turismo tem crescido consideravelmente nos últimos anos. Com o conteúdo desenvolvido, entenderemos as diferentes formas de impactar os clientes ou fornecedores no intuito de alavancar o movimento de turistas na região desejada. O estudo poderá contribuir para estudantes da área de Marketing ou Turismo, contribuindo assim, para sua compreensão do conteúdo estudado.

METODOLOGIA

A pesquisa acontecerá na empresa Brocker Turismo, com as diretoras da organização e os responsáveis pelo setor de Marketing, tendo em vista a compreensão da visão utilizada para melhorar as escolhas de estratégias de Marketing a ser seguida, visando atingir um amplo público alvo. Sendo executada no primeiro semestre, do ano de 2019. A pesquisa será de modo qualitativa, visando o entendimento no setor de Marketing da empresa, e busca por melhorias. A pesquisa será exploratória; explicativa; com objetivo de explorar o Marketing realizado na empresa estudada, para obter melhor compreensão de quais estratégias utilizar para atingir seu público alvo. A pesquisa será estudo de caso, procurando entender os motivos que leva a empresa escolher pelas determinadas estratégia de Marketing. Será necessário utilizar a pesquisa bibliográfica, entrevistas com profundidade com os colegas de Marketing e gestores da empresa. Através de estudo de caso, análise dos resultados das entrevistas iremos compreender o assunto abordado, e sugerir melhorias para empresa estudada.



RESULTADOS

Através da pesquisa por profundidade, com os colaboradores que possuem experiência a mais de dez anos na área de Marketing e Publicidade, que contribuem no setor de Marketing da empresa pesquisada, obteve-se as informações dos canais de vendas que a empresa trabalha em formato B2B e B2C, com atendimento a operadoras de turismo que vendem seus serviços através de um portal de atendimento, a organização também foca no atendimento ao cliente final disponibilizando os serviços em sites, mídias sociais, facebook, instagram, linkedin, twitter, blog e afins. Com as novas tendências tecnológicas, as mesmas que trazem novos clientes para a empresa, já impactaram negativamente o setor, ao ser exposto a insatisfações com os serviços realizados em sua viagem o cliente libera nas mídias sociais. A empresa busca reverter estas situações antes do cliente sair da cidade, e voltar para sua terra de origem, pois sanando sua insatisfação antes do retorno evita o boca-boca negativo com seus amigos mais próximos, resultando em captar este cliente de volta para a empresa. O setor comercial da empresa busca sempre um bom relacionamento com as operadoras que vendem os serviços de turismo, o setor de qualidade busca ter contato com os cliente insatisfeito durante a sua viagem com o intuito de bem recebê-lo e acolhê-lo. A empresa busca sempre por passeios diferenciados, novas frotas para melhor atender, busca por aprimorar o conhecimento dos colaboradores que possuem atendimento direto com o cliente final. A empresa apresenta sempre novidades, tarifas exclusivas, mantendo relacionamento em capacitações, viagens corporativas e também fazendo com que a experiência deles seja a melhor possível. Durante uma viagem o consumidor cria muitas expectativas, e precisamos nos esforçar ao máximo para cumprir todas. Interagindo e fornecendo as informações atuais do que o turista pode realizar de passeios na Serra, a empresa busca por inovações como o Aplicativo interativo que pode ser baixado tanto em celulares com sistema Android quanto em aparelhos com IOS, para conseguir se relacionar de modo mais claro com o cliente. O foco não é no produto e sim no relacionamento com o cliente. A empresa busca avaliar pontualmente o seu público-alvo, compreende as tendências de cada tribo, seus comportamentos e afins. No turismo, o comportamento do consumidor muda muito rápido com as novas tendências de mercado. É necessário estar atentos diariamente para entendê-los e acompanhar estes processos. Os profissionais estão sempre em contato com novidades e inovações, parcerias com blogueiros, melhorando no loja online e sites, interagindo e informando nossos clientes nas mídias sociais e assim atingir os melhores resultados esperados. A empresa busca por incentivar seus colaboradores do setor de Marketing, para estarem sempre participando de cursos e capacitações relacionados a marketing, marketing digital e afins, esperando estar sempre à frente dos concorrentes com a diferenciação.

CONCLUSÃO

O estudo está analisando as estratégias de Marketing utilizadas na empresa Brocker Turismo, localizada na Serra Gaúcha, para isto, realizou-se entrevistas por profundidade com três colaboradores do setor de marketing da agência, foram investigados sobre as estratégias de marketing externo, interativo e de gestão do relacionamento aplicadas com operadoras e clientes



finais; e sobre as estratégias de marketing que mais contribuem para a vantagem competitiva no setor de Turismo. Os resultados apontaram que a empresa se preocupa muito com um bom relacionamento com seus clientes e operadoras que ofertam seus serviços, com o intuito de causar sensação de prazer e de boas experiências a estas pessoas, tendo qualidade nos serviços oferecidos, treinamento com os colaboradores para ter sempre um bom atendimento frente ao consumidor final, aperfeiçoamento constante com os responsáveis pelo setor de Marketing, buscando sempre novas tendências, para se destacar em diferenciações a frente da concorrência.