



MAIL JORNAIS CARROS CASAS EMPREGO HOTÉIS VOUCHER BLOGS PROMOS WOMANIZE • TUDO



CADERNOS ESPECIAIS

MARKETEER CONTENTS   



Novos padrões no marketing turístico geradores de confiança – que conselhos?

Por **Marketeer** em **08:30, 3 Fev, 2021**

Por Sónia Nogueira, docente e coordenadora de Marketing do 1.º ciclo da Universidade Portucalense

O turismo foi, desde sempre, o grande catalisador da economia. No actual contexto pandémico, as quedas abruptas sofridas no sector provocadas pelo confinamento, pelo fecho das fronteiras e pela redução na confiança dos turistas vem demonstrar isto mesmo

com os consequentes impactos económicos, sociais e financeiros daí decorrentes.

Importa agora reconquistar a confiança dos consumidores para que, no pós-vacina Covid-19, posamos retomar de novo e em força. O marketing turístico será a ferramenta de apoio neste percurso.

Conhecer os novos desejos, interesses e necessidades dos turistas será crucial para que possam ser desenvolvidas novas soluções e ofertas muito mais focadas na experiência proporcionada, na confiança e na segurança. As empresas de sucesso serão aquelas capazes de construir relações de troca win-win seguindo caminhos distintos dos da concorrência, lançando novos produtos e mostrando capacidade de personalizar outras ofertas já existentes adaptando-as a um contexto mais restrito ou familiar que será uma tendência nos próximos tempos em turismo.

O foco dos turistas mudou e o foco das empresas tem de ser também adaptado passando mais por estratégias de oferta de experiências únicas e diferenciadoras com uma base cultural e de aprendizagem num contacto de proximidade com os destinos. O turista quer histórias reais e emotivas para contar aos seus amigos, para partilhar nas suas redes sociais, quer “stories” felizes e marcantes que vão arrecadar muitos “likes”.

O mindset de vendas em turismo encaminha-se para um misto de vídeos demonstrativos (num estilo moderno de “test drive”) das experiências com storytelling num forte apelo aos públicos digitais (“call-to-action”) e potenciador da geração de conteúdos por parte do próprio turista. O marketing turístico precisa de se despedir da promoção das excursões em grupo, standardizadas e monótonas, repetidas vezes sem conta. O novo turista quer apelos via mobile a que possa aceder em qualquer lugar, QR codes que lhe expliquem os sítios que tem à frente, quer repetir as experiências que viu o seu “digital influencer” preferido fazer e quer partilhar a sua própria aventura nos mesmos espaços influenciando outros.

Os marketeers em turismo devem apostar em bloggers para a alavancagem dos seus conteúdos, para a promoção de destinos, de empresas, de produtos turísticos. Devem contar histórias envolventes que dizem algo a quem as vê e que geram, por isso mesmo, confiança, envolvimento e apetência à compra. Tudo isto, aliado ao potencial do Marketing Digital e SEO (Search Engine Optimization), com uma optimização dos sites para motores de busca que conduzirá ao tão desejado aumento do tráfego orgânico. A confiança sai também reforçada quando apostamos na partilha de comentários e avaliações de outros turistas. Assim, é fundamental apostar na reputação das empresas e marcas em turismo, procurando valorizar cada comentário ou avaliação positiva recebida. Um novo ou potencial comprador dos serviços quando se depara com uma avaliação positiva sobre os seus serviços sentirá muito mais confiança e procurará mais informações criando logo um vínculo com a empresa.

Estas serão as estratégias de marketing turístico para quem quer acompanhar os movimentos e as tendências de um mercado em constante turbulência.

pub

Para si

Links patrocinados por taboola

Tem crédito habitação? Poupe até 650€/ano. Simule grátis.

Seguro de Vida

Descobre as melhores apostas desportivas

Bet.pt

Mais emocionante. Mais Rápida. Entre na Melhor Experiência de Apostas.

Betano.pt

Em casa mas a mesma emoção. Apostar.

Placard.pt

Mantém-te em Segurança e Aprende Inglês 100% online.

Curso de Inglês

Avaliação financeira grátis. Peça já a sua!

Financial Liberty

Consegui comprar umas sapatilhas Lidl. Sou uma sortuda ou fui enganada?

Vinhos Pouca Roupa agora também são vegan

Bolt Food cria categoria dedicada ao Ano Novo Chinês com descontos

📌 MULTIPUBLICAÇÕES



McDonald's e Starbucks integram teste da moeda digital da China



Atenção à colocação de máscaras em crianças



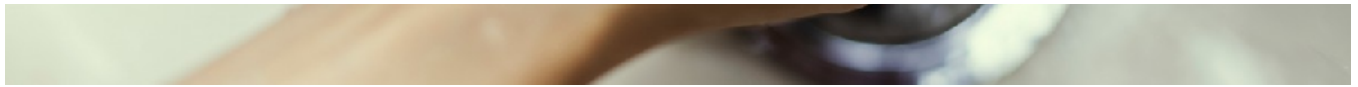


Hotéis da Sonae Capital preparam retoma a partir de 15 de Maio



Carlos Alexandre ordenou à NOS, Eurobic e Efacec que bloqueiem direitos de Isabel dos Santos





O que pesquisam os internautas no Google em tempo de COVID-19?



10 mudanças para melhorar a sua vida aos 50 anos



Como evitar emoções negativas e comportamentos tóxicos durante o isolamento?



Governo suspende venda de automóveis (exceto online)

© 2021 – Marketeer. Todos os direitos reservados.

Produzido por: Neurónio Criativo