



Como utilizar novas estratégias de Marketing Digital e suas ferramentas para agências de viagens.¹

Jhonatan Henrique Costa NEVES²

Bruna ALMEIDA³

Faculdade Laboro, MA

RESUMO

O constante crescimento do turismo no Brasil mesmo em período de pandemia do Coronavírus tem feito as empresas de viagens buscarem soluções para se diferenciar e aumentar suas vendas frente às suas concorrentes, utilizando-se de novas ferramentas do Marketing Digital.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação; Marketing Digital; Turismo.

A atividade turística no Brasil vem apresentando uma constante expansão se comparado a antes da pandemia do Coronavírus. De acordo com dados da Pesquisa Mensal de Serviços, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em dezembro de 2021 o país apresentou um crescimento de 30,7% em receitas provenientes de empresas do ramo. Desta forma, as agências de viagens e serviços de turismo têm enfrentado grande concorrência e cada vez mais buscam formas de se diferenciar, conquistar clientes e vender mais viagens.

Neste contexto, se dá o uso do Marketing Digital, que segundo Limeira (2010, p. 10) é: “o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida”. A internet tem sido responsável por grande parte das estratégias utilizadas por essas empresas, já que ela permite que os próprios usuários encontrem seus destinos e passeios.

Os dados da pesquisa Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil, promovido pela Resultados Digitais, Mundo do Marketing, Rock Content e Vendas B2B realizada em 2019, diz que cerca de 94% das empresas já adotam o Marketing Digital como estratégia, mas que ainda sim existem melhorias a serem implementadas.

¹ Trabalho apresentado para a disciplina de Produção e Inovação Científica da Faculdade Laboro realizada no dia 05 de março de 2022

² Aluno do MBA em Marketing e Gestão da Comunicação Digital, e-mail: johonn.kf@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade Laboro. Mestra em Comunicação. e-mail: professorabruna.almeida@gmail.com



O que chega ao tema desta pesquisa: Como utilizar novas estratégias de Marketing Digital e suas ferramentas para agências de viagens.

É possível identificar que essas empresas utilizam o Marketing Digital de forma básica, sem muitas ferramentas e com pouco conhecimento dos seus resultados. Segundo a definição de Torres (2010, p. 7):

“O marketing digital é o conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas à Internet e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto coerente e eficaz de ações que criam um contato permanente de sua empresa com seus clientes.”. (Torres, 2010, p. 7).

Portanto, faz-se necessário a utilização em conjunto de novas ferramentas do Marketing Digital pelas empresas. Após análise das ferramentas mais utilizadas e que melhor se encaixam ao segmento de viagens, apresentamos algumas que podem ser utilizadas: A criação de um site visualmente bonito e responsivo, que apresente os serviços oferecidos, informações reais sobre a empresa, bem como provas da qualidade do serviço, contendo depoimentos e fotos de outros clientes, e caminhos que incentivem o cliente a ir direto à compra, com botões e chamadas para ação; Utilizar as redes sociais de forma estratégica, criando séries de vídeos que apresentem dicas de destinos, passeios e outros assuntos relevantes para engajar o público que quer viajar; Investir em e-mail marketing para estabelecer um relacionamento mais próximo do público e aumentar as chances de compra, garantindo o envio de e-mails com dicas e ofertas; Por fim, a geração de leads por meio de anúncios pagos no Facebook Ads e Google Ads para atingir outras pessoas que tenham interesse em adquirir os serviços da empresa.

Essas soluções, se aplicadas de forma certa, constante e de qualidade, têm a finalidade de diferenciar, gerar novos clientes e aumentar as vendas das agências de viagens. Por tanto, devem ser utilizadas mensalmente, sempre verificando e melhorando os seus resultados.

REFERÊNCIAS



LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil. Resultados Digitais, Mundo do Marketing, Rock Content, Vendas B2B, 2019. Disponível em: <<http://www.rdstation.com/resources/wp-content/uploads/sites/3/2019/06/Maturidade-do-Marketing-Digital-e-Vendas-no-Brasil.pdf>>. Acesso em 05 de março de 2022.

Pesquisa Mensal de Serviços. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2419/pms_2021_dez.pdf>. Acesso em 05 de março de 2022.

TORRES, Claudio. **Guia prático de marketing na internet para pequenas empresas**, 2010.

24 Ferramentas De Marketing Digital Que Irão Acelerar Seus Resultados. 21RZ- Comunicação e Marketing, 2020. Disponível em: <<https://21brz.com.br/ferramentas-de-marketing-digital/ferramentas-marketing-digital/>>. Acesso em 05 de março de 2022.