

# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



O Boletim XI tem o propósito de apresentar as principais tendências do Turismo no período pós-pandemia, segundo diversos especialistas. O ano de 2020 foi atípico para o setor, por conta da pandemia e todos os processos desencadeados, a partir da necessidade de mudança de comportamento da sociedade. A recuperação tem sido gradual e lenta e muitas alternativas de manter a economia têm sido propostas e testadas, a partir das medidas restritivas, tão necessárias para manutenção da saúde da humanidade.

Devemos fazer a seguinte reflexão: Como fica a atividade em 2021 e como podemos nos preparar para tantas mudanças, como: passaporte sanitário digital, exigências de testes, regras governamentais e das companhias aéreas que mudam do dia para a noite, dentre outros? Ações necessárias e que dificultam a retomada da confiança, por parte dos viajantes. É evidente que todas essas incertezas inibem um planejamento mais assertivo, tomada de decisões dos empresários e gestores do turismo. A seguir apresentamos opiniões diversas e tendências:

**As principais tendências do turismo pós-pandemia segundo especialistas ouvidos pelo G1 são:**



Uso de máscara deverá ser obrigatório num primeiro momento;



Disponibilização de álcool gel em aeronaves, hotéis e restaurantes será mantida;



Comprovante de vacinação ou resultado de teste para Covid será obrigatório;



Maior digitalização dos serviços;



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



Destinos regionais deverão ser os mais buscados pelos turistas;



Os chamados “mochilões” deverão ser substituídos por roteiros mais curtos;



Espaços ao ar livre deverão atrair mais público que os locais fechados

A PhocusWright e a Sojern fizeram recentemente uma pesquisa com clientes no mundo todo, para compreender as principais tendências do turismo em 2021.

#### Tendência do Turismo #1: A insegurança continua

Estamos “na boca” da alta temporada e é necessário lembrar que mesmo os viajantes mais experientes ainda não estão totalmente seguros para programar viagens nesse momento. Até aqueles que marcavam viagem de última hora, ainda estão cautelosos para escolher um destino de férias e planejar sua viagem.

Os viajantes querem saber o que está funcionando e como as empresas estão operando, para decidirem se estão dispostos a embarcar ou não. A piscina do hotel está aberta? Como é o café da manhã? Como será a experiência nos restaurantes ao longo da viagem? As praias estão aglomeradas?



Transmitir segurança e confiança nos canais digitais é decisivo para recuperar a demanda. E esse é um trabalho conjunto, não só de um hotel isolado, mas por parte de toda a cadeia: hotéis, pousadas, restaurantes, bares, receptivos e etc.



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



#### Tendência do Turismo #2: Higienização é chave

A higienização dos ambientes continua um fator chave na decisão dos viajantes. Essa tendência de viagem permanece em 2021 e tudo indica que ficará nos próximos anos. Uma vez que adquirimos hábitos de higiene, não voltamos atrás.

O viajante pós-Covid está muito exigente em relação aos procedimentos de higienização.

Além de aumentar os cuidados com a limpeza, os fornecedores de serviços turísticos (hotéis, pousadas, restaurantes, atrativos, receptivos e etc) precisam mostrar o que estão fazendo para manter os hóspedes seguros. Como estão aplicando os protocolos e como os viajantes devem se comportar. Precisam se comunicar muito bem em todos os seus canais: sites, redes sociais, email marketing, etc.



#### Tendência do Turismo #3: O digital não tem volta

Estar presente nas plataformas certas, no timing certo. Essa é a nova estratégia digital das marcas de turismo. A pandemia acelerou em meses a digitalização que estava em curso e que chegaria ao longo dos próximos anos.

O mundo todo está mais digital, usando as redes sociais mais intensamente e, em geral, pelo celular. Segundo dados da Sojern, houve aumento das reservas feitas pelo celular, em todas as categorias de viagem.

Qual é a sua estratégia digital? Como se comunica com a sua audiência? Consegue passar os seus diferenciais?



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



#### Tendência do Turismo #4: Conexão criativa

Os viajantes estão mais conectados e digitalizados que nunca. Todas as empresas e os destinos turísticos que não davam a devida importância para o marketing digital, correram para virtual e, como consequência, hoje a competição pela atenção do potencial cliente é ainda maior.

Assim, uma das tendências do turismo em 2021 é a conexão criativa, ou seja, entender o que realmente tem valor para cada perfil de cliente. E a partir daí lançar campanhas que criem conexões e gerem segurança a esses viajantes, que buscam experiências e estão sedentos por inspiração.



#### Tendência do Turismo #5: Reconexão com clientes

Em geral, os empresários de turismo fazem bastante esforço (e com razão) para atrair novos clientes. Via de regra, as empresas se esquecem de manter relacionamento com seus clientes, mesmo sabendo que é mais fácil vender para um cliente antigo do que para um consumidor que ainda não conhece a sua marca.

O turista que planeja uma viagem durante a pandemia, tende a buscar destinos e hotéis que já conhece, porque representam menos risco.

Aproveite essa oportunidade para se comunicar com seus clientes, informando como sua empresa está operando, as adequações feitas para atender aos novos protocolos e transmita segurança.



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



#### Tendência do Turismo #6: Promoções e campanhas publicitárias

O estudo da Sojern e Phocuswright revela que grande parte dos viajantes tiveram seus orçamentos reduzidos e que os descontos são o principal motivo para reservar diretamente os fornecedores.

Campanhas publicitárias online são muito bem vindas para mostrar promoções, descontos, bônus e etc. Elas podem dar aquele “empurrãozinho” que o viajante está precisando.

Sempre prefiro as promoções que dão bônus a aquelas que oferecem desconto. Exemplo, na compra de x diárias o cliente ganha ingresso para o atrativo tal ou desconto na diária extra.

O Instagram é uma ferramenta incrível para esse tipo de campanha.



#### Tendência do Turismo #7: Flexibilidade é determinante

Outra tendência do turismo em 2021 é a flexibilidade. O viajante pós-Covid quer ter a certeza de que poderá cancelar, alterar ou remarcar sua viagem.

Diante do cenário incerto, fica difícil programar uma viagem para daqui 4 ou 5 meses. Assim, os dados da pesquisa comprovam que ter política de cancelamento flexível é determinante para todas as empresas do setor de turismo. Cerca de 70% dos turistas entrevistados informaram que só reservariam uma viagem com opções de reserva flexível.

Este ano foi duro para o setor de turismo, mas muitas empresas conseguiram adaptar seus portfólios de serviços e investiram pesado no digital. Grande parte dessas mudanças, tanto no comportamento do consumidor, como em relação ao uso das novas tecnologias, não tem volta. Sei que está batido, mas não custa repetir: não são os mais fortes e nem os mais tradicionais que vencerão essa crise, mas sim aqueles que souberem se adaptar para melhor atender o “novo” viajante 4.0.



# Boletim XI Panorama da Retomada do Turismo em Goiás 2021



A Matcher Travel Business Opportunities por meio de Jeanine Pires apresenta 5 novas ideias que podem mudar no turismo:

## 1. TURISMO OU TRABALHO HÍBRIDO



Se há alguma tempo falávamos que as viagens a negócios eram estendidas para lazer (pleasure: business + leisure), agora as viagens devem se confundir com objetivos combinados e aumentar sua duração. Cada viajante e lugar tem suas especificidades, encontrar aquela de nosso negócio é crucial para inovar e fazer negócios de novas formas. Vale lembrar que somente medir a temperatura e o distanciamento social podem não ser suficientes em nosso negócio. É preciso comunicar de forma frequente, permanente e objetiva com novos e antigos clientes para mostrar como eles podem ficar seguros em nossos ambientes. Conquistar confiança.

## 2. LAZER, NEGÓCIOS E EVENTOS



Os modelos de negócios precisam se adaptar em cada segmento de atuação, isso está ligado ao tema 1. acima. Viagens a negócios estão sendo repensadas e devem assumir novos contornos com prioridades das empresas e seus orçamentos. As viagens a lazer, poderão ser mais frequentes ou assumir formatos combinados com trabalho em novas modalidades e períodos de tempo. E os eventos, com as opções presencial, on-line e híbrido devem se acomodar a depender do tipo de setor, necessidades e diversos públicos-alvo. Não podemos continuar pensando e agindo da mesma forma nas motivações de viagens.

### 3. SUPER SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA



Pode ser que esse seja o maior desafio da indústria de hospitalidade. Além das mudanças de comportamento que esses tempos trazem, ter informações e compreender dados geográficos e socioeconômicos, somados à subjetividade das necessidades de cada viajante, pode ser a chave para resgatar a confiança. Fortalecer estratégias de inteligência comercial e de marketing é uma tarefa diária que cada um pode desenvolver com seus bancos de dados e opções de big data disponíveis no mercado.



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



#### 4. CONEXÃO PESSOAL



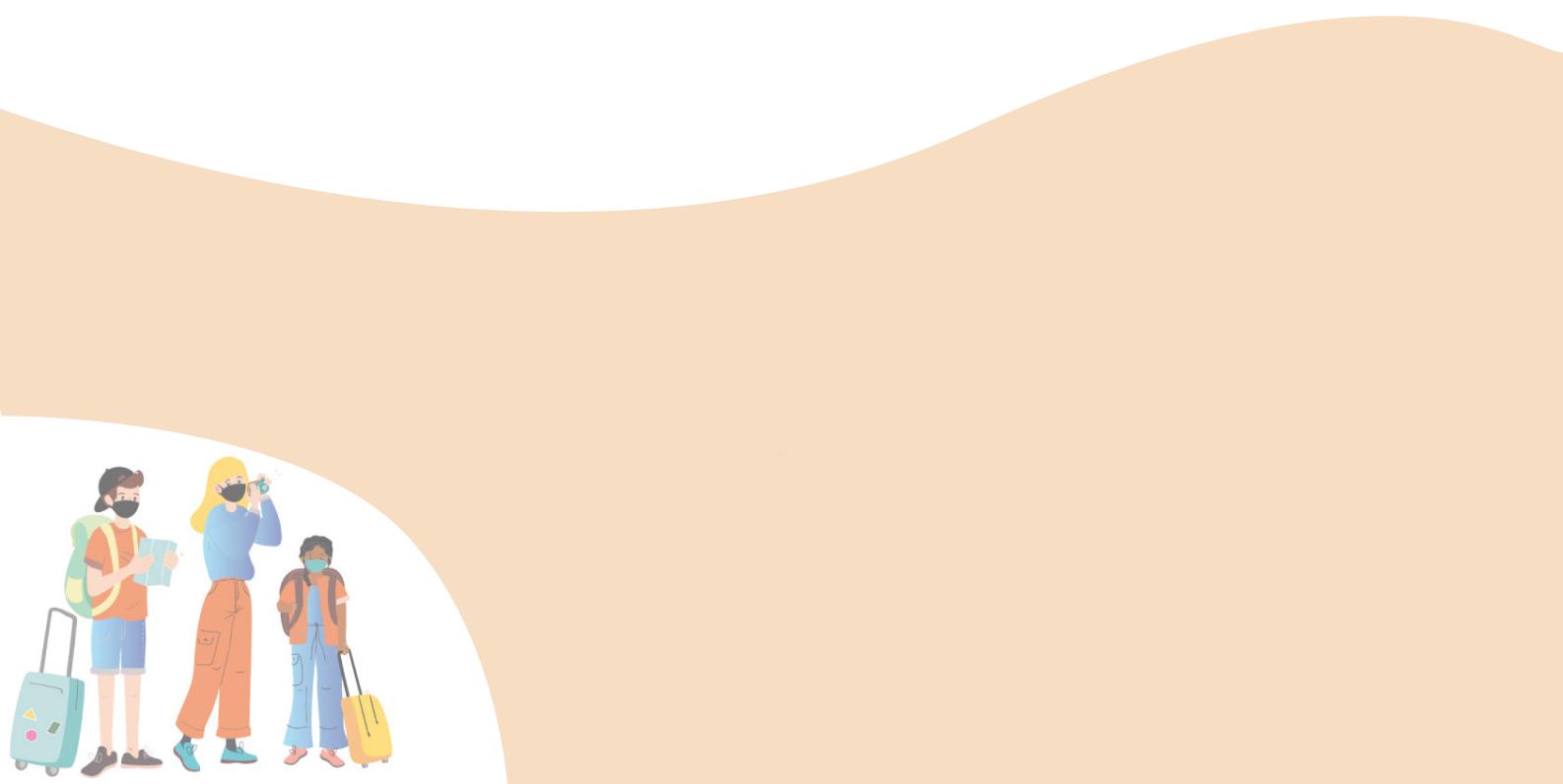
Provavelmente os momentos mais celebrados da vida das pessoas são casamentos, nascimentos, formaturas e viagens. Bem, certamente as viagens terão esse caráter de liberdade, afinal o isolamento forçado não é bem uma característica da natureza humana. Temos um desafio de continuar a nos comunicarmos com nossos clientes para resgatar, conquistar a confiança nas viagens; de fortalecer laços de relacionamento; de oferecer empatia e mostrar que viajar pode ser seguro com medidas eficazes.

#### 5. SEM TOQUE COM TOQUE HUMANO



O máximo de pontos de relacionamento com o cliente que possam ser “sem toque” em todas as etapas de sua jornada certamente trará mais confiança para o turismo. E tem mais, além de investir em tecnologias para uma jornada segura do viajante, precisamos nos reinventar para mostrar nossos diferenciais e fortalecer laços emocionais no relacionamento com o consumidor. Combinar serviços “sem toque” com o desejo por interação e calor humano certamente vai preencher lacunas importantes para esse período diferente que vivemos.

Sem dúvida a recuperação não é um processo linear e precisamos de ações mais efetivas para combater o vírus e manter uma população saudável (vacinação em massa). O fato é que poucos setores da economia foram tão afetados pela pandemia com o novo coronavírus como o de turismo. Ao contrário do varejo, que acelerou a digitalização para vender mesmo com as lojas fechadas, uma viagem não realizada nunca mais é recuperada.



# Boletim XI

## Panorama da Retomada do Turismo em Goiás

### 2021



#### Referências

<https://www.travelmatcher.com.br/pt/sem-categoria/5-novas-ideias-do-que-pode-mudar-no-turismo/>

<https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2021/04/28/5-novas-ideias-do-que-pode-mudar-no-turismo/>

<https://agentenoturismo.com.br/2020/11/17/7-tendencias-do-turismo-em-2021/>

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/08/mascaras-passaporte-de-vacina-digitalizacao-o-que-esperar-da-retomada-do-turismo-pos-pandemia.ghtml>



Data da pesquisa: 04/06/2021