



DESAFIO
UNIVERSITÁRIO
DE TURISMO

CASE



Case: Considerando jovens adultos (24-35) que possuem múltiplos perfis, quais variáveis o Instaviagem poderia utilizar para entender melhor os desejos desse público, e qual é o destino mais indicado para cada personalidade?

Sobre o Instaviagem

O Instaviagem foi lançado em maio de 2017 com um novo conceito de agência de viagem online para oferecer experiências de viagens autênticas e completamente personalizadas para revolucionar o turismo brasileiro. É a primeira agência especializada em viagens personalizadas para “destinos surpresa” do Brasil. Em apenas um ano, organizaram mais de 1.000 viagens e obtiveram um dos maiores níveis de satisfação do mercado de turismo, tornando-se agência de destaque em todo o cenário nacional com menções honrosas por veículos como Rede Globo, Rede Bandeirantes, Estadão e Abril.

O grande sucesso obtido com as “viagens surpresas” gerou grande demanda para a realização de novos roteiros personalizados. Também consolidaram-se em outros mercados ao oferecer pacotes de alto padrão para clientes que desejam fazer viagens excepcionais e exclusivas, passando a ofertar viagens exclusivas de lua de mel, por exemplo.

Como funciona o planejamento das viagens:

Primeiramente, os interessados em viajar com o Instaviagem respondem um formulário no site, baseados em variáveis importantes para entender o perfil de cada um, pois sabe-se que cada viajante possui um estilo e seu próprio ciclo de tempo, através disso a agência consegue planejar viagens totalmente individuais. Ao responder o questionário, o interessado assinala os seus gostos, e partir de seus interesses as próximas perguntas vão mudando, criando novas variáveis e se adequando à pessoa em questão. Uma das primeiras perguntas para compreender o turista é “Quem está indo viajar?”, onde as categorias são: Viajante Solo, Casal, Família ou Amigos. Para que não haja a repetição de um destino, também pergunta-se quais destinos o turista já conheceu.

Após a análise, os especialistas conversam pessoalmente com cada viajante para interpretar melhor suas motivações, interesses e assim organizam uma experiência diferenciada e completamente inesquecível.

É interessante que a reserva seja realizada com considerável antecedência, para que os especialistas tenham mais tempo de encontrar as melhores opções de passeios e hospedagem. O período mínimo de antecedência é de 7 dias da data de partida, em pacotes na modalidade ônibus e carro, e de 25 dias na modalidade de avião. Os especialistas gastam um bom tempo para avaliar o perfil, escolher o destino surpresa, fazer as reservas e montar o roteiro.

No questionário deve-se informar quantas horas o cliente está disposto a viajar da cidade de partida e, com base nessa informação e o perfil de viagem, os especialistas escolhem o destino surpresa que melhor se encaixa ao perfil e ocasião.

Todas as acomodações são selecionadas cuidadosamente por especialistas de viagem, levando em conta as avaliações dos demais viajantes e incluindo café da manhã. Todas as hospedagens das categorias de hotéis/pousadas possuem avaliação mínima de 4.0 (de 5.0) no TripAdvisor e 8.0 (de 10.0) no Booking.com. Cada uma das hospedagens possui seu charme, personalidade e história própria. Não importa o pacote ou lugar de destino, não deixam o cliente hospedado em lugares indesejáveis.

Assim que o viajante efetuar o pagamento da reserva, é enviado um link para a página pessoal do Instaviagem que pode ser acessado a qualquer momento para acompanhar o status da viagem. Semanas antes da partida, o cliente receberá uma série de dicas misteriosas sobre o destino surpresa e algumas instruções. Dois dias antes da partida, o cliente finalmente desvendará o destino surpresa e receberá o roteiro completo. O roteiro será feito por um dos especialistas de viagem e contará com todas as informações e detalhes sobre o destino, transporte, itinerário, recomendações de atividades, passeios e restaurantes, além de todas as reservas e vouchers de viagem.

Caso haja menores de 18 anos, eles apenas poderão viajar acompanhados com um responsável maior de idade e com autorização assinada pelos pais ou responsáveis legais.

Todos os pacotes incluem um roteiro personalizado para o seu destino, 2 ou mais diárias de hospedagem e 1 passeio/atividade inclusa. A escolha do tipo de atividade será de acordo com as preferências do viajante. Alguns exemplos de atividade incluem visitas a museus, tours, trilhas guiadas, atividades na natureza, entre outros tipos de passeios. Os pacotes com transporte de ônibus também incluem as passagens de ônibus de ida e volta entre a cidade de partida e o destino final. Os pacotes com transporte de avião também incluem as passagens de avião de ida e volta entre a cidade de partida e o destino final. **Os principais fatores a se considerar são a data e o local de partida.**

O que é persona?

Persona é o perfil detalhado de um cliente, um personagem fictício que representa um público-alvo.

O persona retrata as características comuns dos clientes considerados **ideais** pela empresa. A criação de um ou mais personas tem como objetivo conhecer melhor para quem são direcionadas as mensagens dentro de uma estratégia.

A definição dos personas ajuda a equipe a saber quais conteúdos são relevantes para seu público-alvo, quais os melhores canais de comunicação com esse público, qual o design mais apropriado de um site, quais os tipos de ofertas que lhe interessa etc.

Um persona exige precisão, dando um rosto específico ao público que será alvo de uma estratégia de promoção, pois é uma **representação realista de quem é o cliente ideal** para determinada atividade. A descrição de um persona costuma incluir seus objetivos de vida, seus desejos, suas habilidades e suas limitações. É pensando na imagem desse personagem concreto que a empresa traçará suas estratégias.

Como uma persona é criada?

A criação do protótipo do cliente ideal não pode ser feita com base apenas em suposições, imaginação ou palpites. É necessário ter precisão na definição das personas e, para isso, os responsáveis do departamento precisam utilizar ferramentas que lhes permitam **levantar e analisar dados** relevantes sobre seu público. Alguns exemplos de ferramentas para a coleta de dados são:

- Pesquisas por meio de formulários virtuais
- Coleta sistematizada de dados da base de clientes
- Entrevistas pessoais com clientes

As entrevistas com os clientes são uma das ferramentas mais importantes para conhecer mais detalhes sobre o público-alvo da campanha. Nelas, é importante não perder tempo com características que não têm impacto no perfil de consumo do potencial cliente, optando, em vez disso, por conhecer seus objetivos pessoais e profissionais, suas dificuldades e aspirações.

Análise dos dados

Depois que os dados são reunidos, é preciso encontrar os **pontos em comum** entre esses clientes, por exemplo, quais são as reclamações, os sonhos e os problemas mais citados entre os entrevistados.

É a partir dessa análise que é possível compor as personas que melhor representam o alvo da marca e criar estratégias específicas para atingir cada um deles.

Embora o desenho da persona seja baseado em estudos e pesquisas, é ao colocar em prática uma estratégia voltada para ela que será possível descobrir se sua definição foi suficientemente precisa.

Dados sobre o Instaviagem:

- **Mais de mil viajantes**
- **Mais de 100 destinos**
- **Avaliação média de 4.7/5**
- **Mais de 89 mil curtidas no Facebook**
- **Mais de 58 mil seguidores no Instagram**

Proposta e orientação: A partir das informações acima e do conhecimento que o grupo tem sobre as áreas de turismo, lazer e hotelaria, uma solução deve ser proposta para o seguinte case: **Considerando jovens adultos (24-35) que possuem múltiplos perfis, quais variáveis o Instaviagem poderia utilizar para entender melhor os desejos desse público, e qual é o destino mais indicado para cada personalidade?**

Breve explicação: O público alvo predominante do Instaviagem são jovens adultos (24-35 anos), porém eles possuem muitos perfis que necessitam de uma pesquisa aprofundada. A proposta do case seria, a partir desse público alvo, criar personas para entender melhor os desejos deles, e assim fazer uma pesquisa e planejamento de alguns destinos que combinem com suas personalidades. Para isso, é preciso se aprofundar no público alvo principal do Instaviagem: jovens adultos de 24 a 35 anos, fazendo um levantamento de diferentes destinos turísticos e montando roteiros de acordo com as personas criadas. **Cada resolução deve possuir no mínimo 5 personas e consequentemente 5 destinos, é primordial considerar o descobrimento de novos lugares e fugir dos clichês relacionados a esse público ou às viagens no geral.**

A proposta de solução deve contemplar os seguintes itens abaixo:

- Objetivo
- Estratégia
- Ações
- Orçamento
- Cronograma de ações

Orientações gerais:

- Utilizar fonte Times New Roman, tamanho 12, espaçamento 1,5 entrelinhas;

- O tamanho final do documento deve conter no mínimo 10 páginas e no máximo 15 páginas;
- O documento deverá ser entregue em formato PDF;
- A resolução do caso não deve conter os nomes dos participantes nem o nome da faculdade;
- Os grupos podem acessar o site do Instaviagem para consulta
- A consulta a outros materiais é permitida, mas não obrigatória;
- É proibido contatar diretamente o Instaviagem.
- Cada resolução deve possuir no mínimo 5 personas e conseqüentemente 5 destinos, preze por destinos “novos” que fogem de clichês.
- Atente-se às variáveis que fornecem dados acerca do perfil do viajante