

SEMINÁRIO NACIONAL DE GOVERNANÇA PARA O TURISMO

MARKETING TURÍSTICO: COMO VENDER DESTINOS TURÍSTICOS

EDIÇÃO
CAPITÓLIO
MINAS GERAIS



QUEM CRIA OS DESTINOS ?

E A CVC DÁ UM EMPURRÃO

Destinos já potencializados pela CVC



**PORTO SEGURO
(BA)
1980**



**PORTO DE
GALINHAS (PE)
1983**



**SERRA GAÚCHA
(RS)
1988**



**MARAGOGI (AL)
2000**

O DESTINO PODE SE ESTRUTURAR PARA ATRAIR E FIDELIZAR TURISTAS

- Criar estrutura para receber o turista (harmonizar o local visitado)
- Capacitar para receber melhor
- Envolver a comunidade local
- Oferecer segurança ao turista

Temos que explorar o turismo e não o turista

AINDA BEM QUE EXISTE O SEBRAE



ÓRGÃOS MUNICIPAIS E ESTADUAIS TAMBÉM PODEM APOIAR

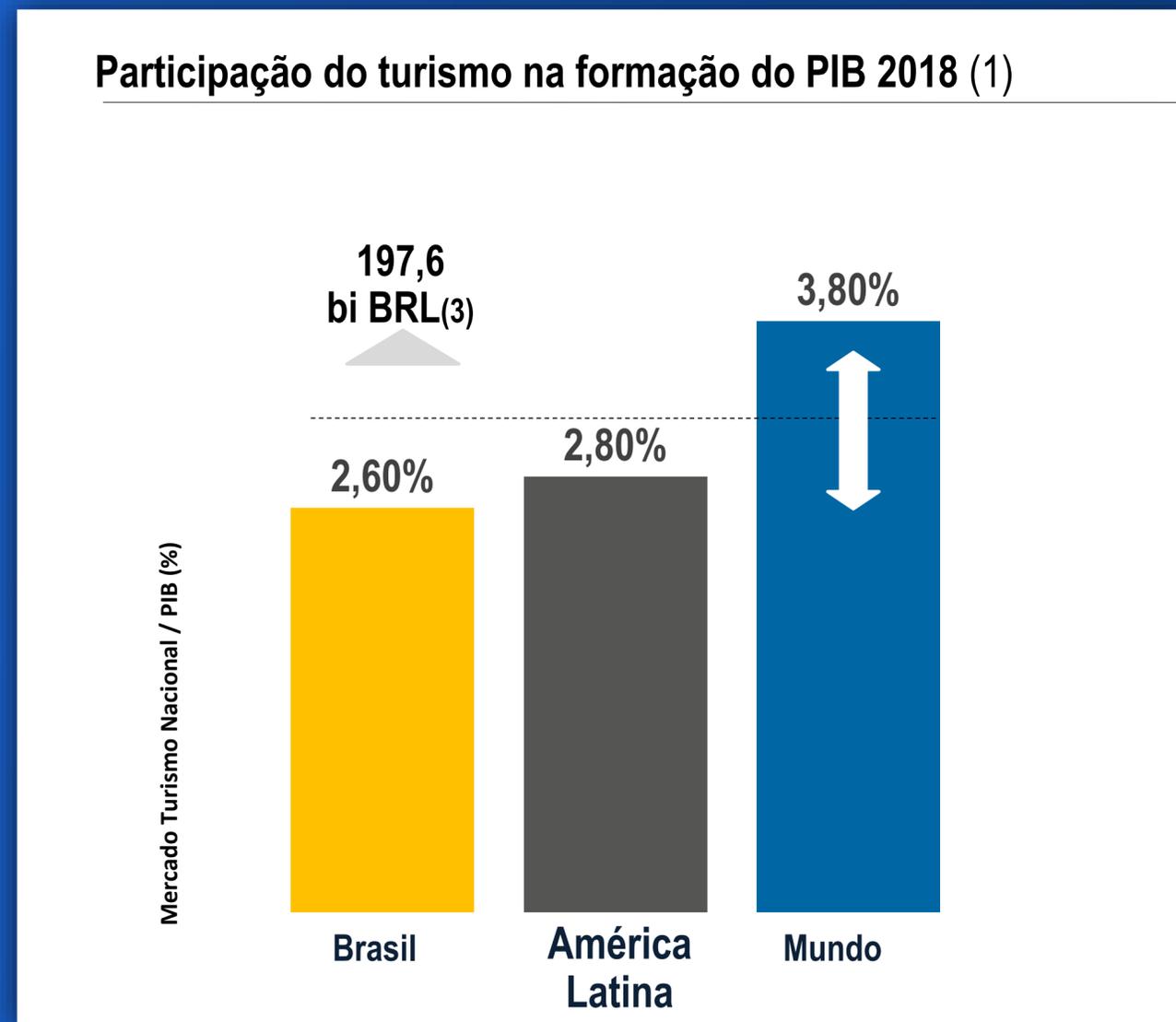
- **Campanhas**
- **Capacitações ao vendedor**
- **Capacitações aos gerentes de viagem**
- **Preparar a infraestrutura do destino**

SÓ O ESFORÇO INTEGRADO É CAPAZ DE
ALAVANCAR O TURISMO EM UM DESTINO



POTENCIAL DO TURISMO NO BRASIL

País com forte poder econômico e baixo consumo do Brasileiro com turismo



Turismo: um dos segmentos com maior potencial de crescimento no Brasil

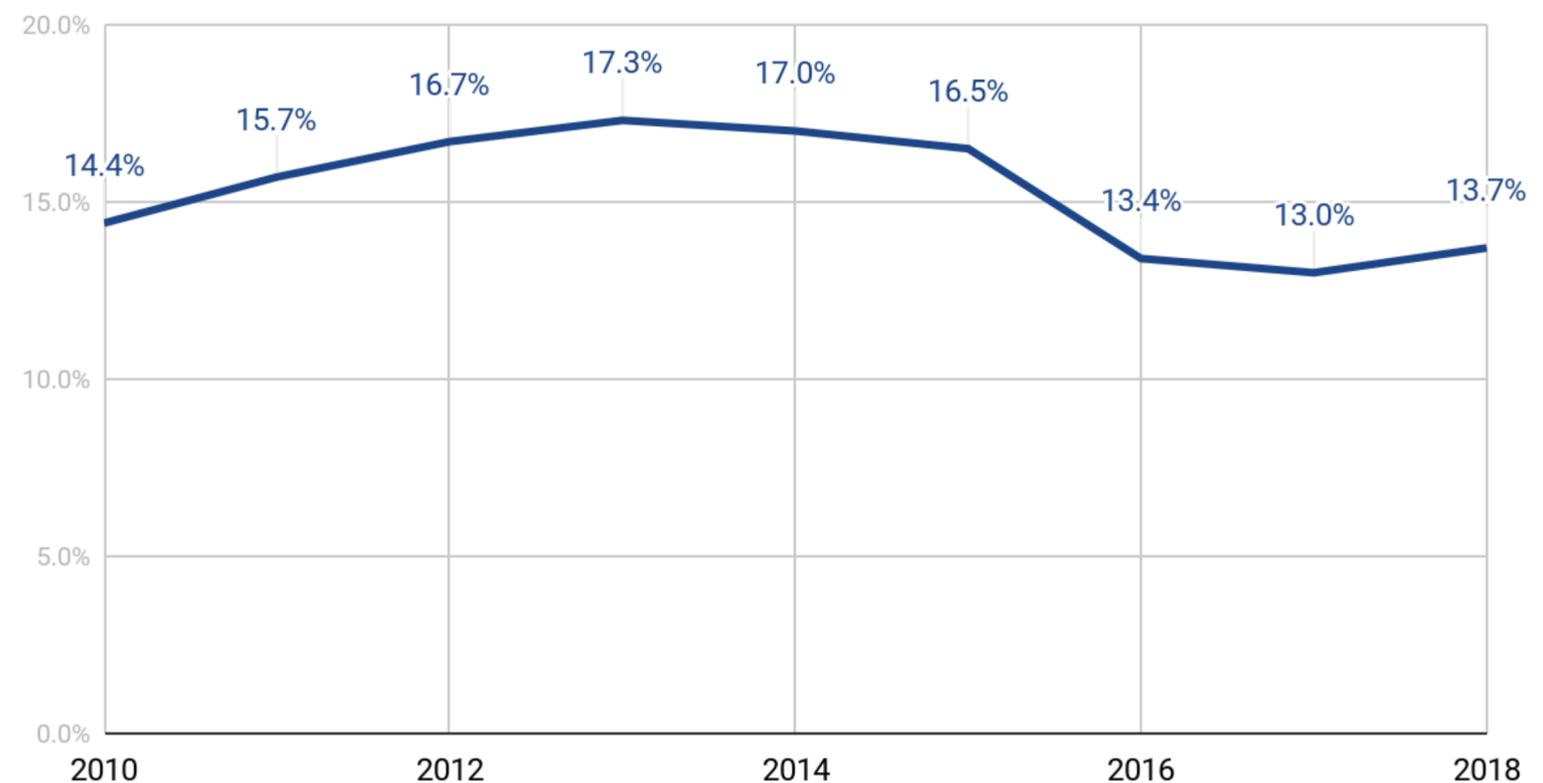
BRASILEIROS VIAJANTES

Viajar de avião no Brasil ainda é para poucos

Somos um país de dimensões continentais, com belezas naturais inigualáveis, com um povo criativo, serviço cordial, mão de obra em abundância, mas o brasileiro "viajante" aéreo ainda é uma pequena parcela da população.

Oportunidade destinos próximos

% de Brasileiros viajantes de avião.

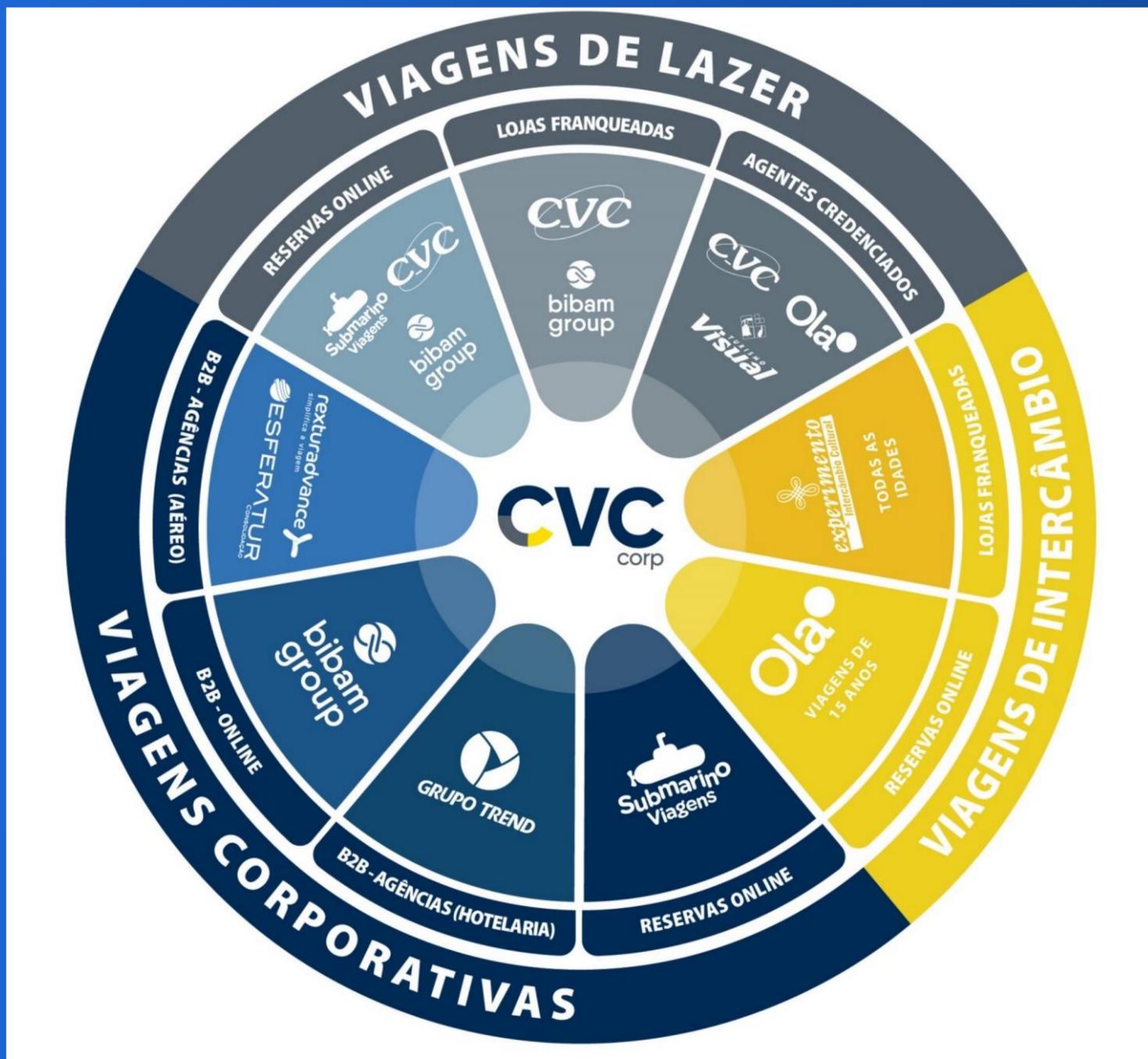


TURISMO RODOVIÁRIO TEM GRANDE POTENCIAL



- ✓ Brasil tem dominância de transporte rodoviário
- ✓ A qualidade dos ônibus no Brasil é excepcional, trazendo conforto
- ✓ Nas buscas do Google nota-se forte aumento da busca por destinos próximos (até 400 Km do local de origem)
- ✓ Com a crise econômica, transporte rodoviário é ótima opção por oferecer menor desembolso

CVC: QUEM SOMOS



Maior operadora e agência de turismo das Américas

Presente no Brasil e Argentina

Detentora de 9 empresas entre elas, Submarino e Experimento



segurança para viajantes



variedade de destinos



conhecimento da equipe



personalização das viagens

4,7MM

de passageiros em viagens nacionais, internacionais e cruzeiros marítimos em 2018.

CVC: NOSSOS NÚMEROS

**NOSSAS MARCAS JUNTAS
MOVIMENTAM**

**13 BILHÕES DE REAIS
em reservas**



+100 ANOS
EXPERIÊNCIA EM VIAGENS



+20 MIL
CLIENTES ATENDIDOS
DIARIAMENTE



+3 MIL
COLABORADORES DIRETOS
E + 8 MIL INDIRETOS



+10 TRIMESTRES*
CONSECUTIVOS DE CRESCIMENTO
EM RESERVAS CONFIRMADAS



+200 MIL
FORNECEDORES DE PRODUTOS
NACIONAIS E INTERNACIONAIS



+1 MIL
DESTINOS DE VIAGEM
(NACIONAL E INTERNACIONAL)

TOP OF MIND

Conhecimento de marca

Marca TOP OF MIND em turismo



15
anos



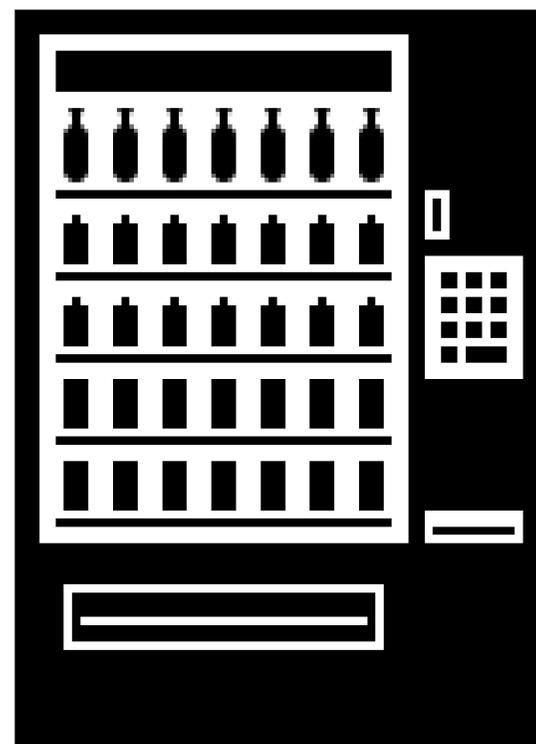
8
anos

Marcas mais valiosas do Brasil em 2019

as MARCAS Mais Valiosas do Brasil						
29	Netshoes	e-commerce	469	469	0%	
30	CVC	Travel Agency	461	464	-1%	
31	Totvs	Information Technology	458	313	46%	

Dentre mais de 500 marcas brasileiras de todas as categorias, CVC esta na 30ª posição, ganhando 4 pontos vs ano anterior. Em turismo, é a primeira em valor de marca

O DIFERENCIAL DA CVC ESTÁ NA INTERAÇÃO HUMANA



Somente a CVC com 1.300 lojas e mais de 6.000 agentes autorizados, podem personalizar as viagens do jeito que as pessoas querem.

AS LOJAS VOLTAM A GANHAR FORÇA

- A valorização dos serviços, relacionamento e experiências continuam trazendo relevância para as lojas físicas.
- As lojas tem que trazer o grande diferencial da marca.



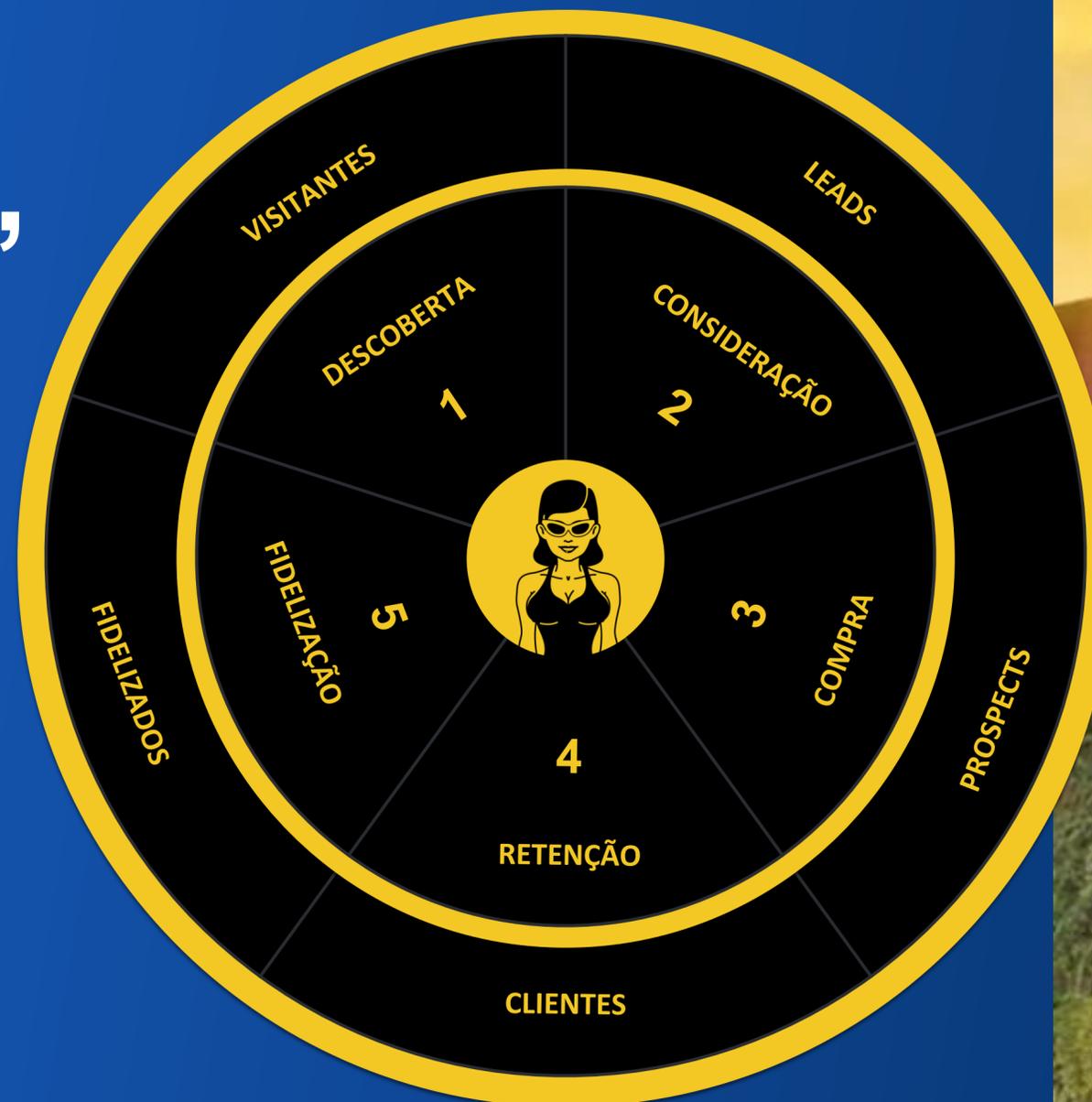
DA INTERNET PARA A LOJA

loja Amazon



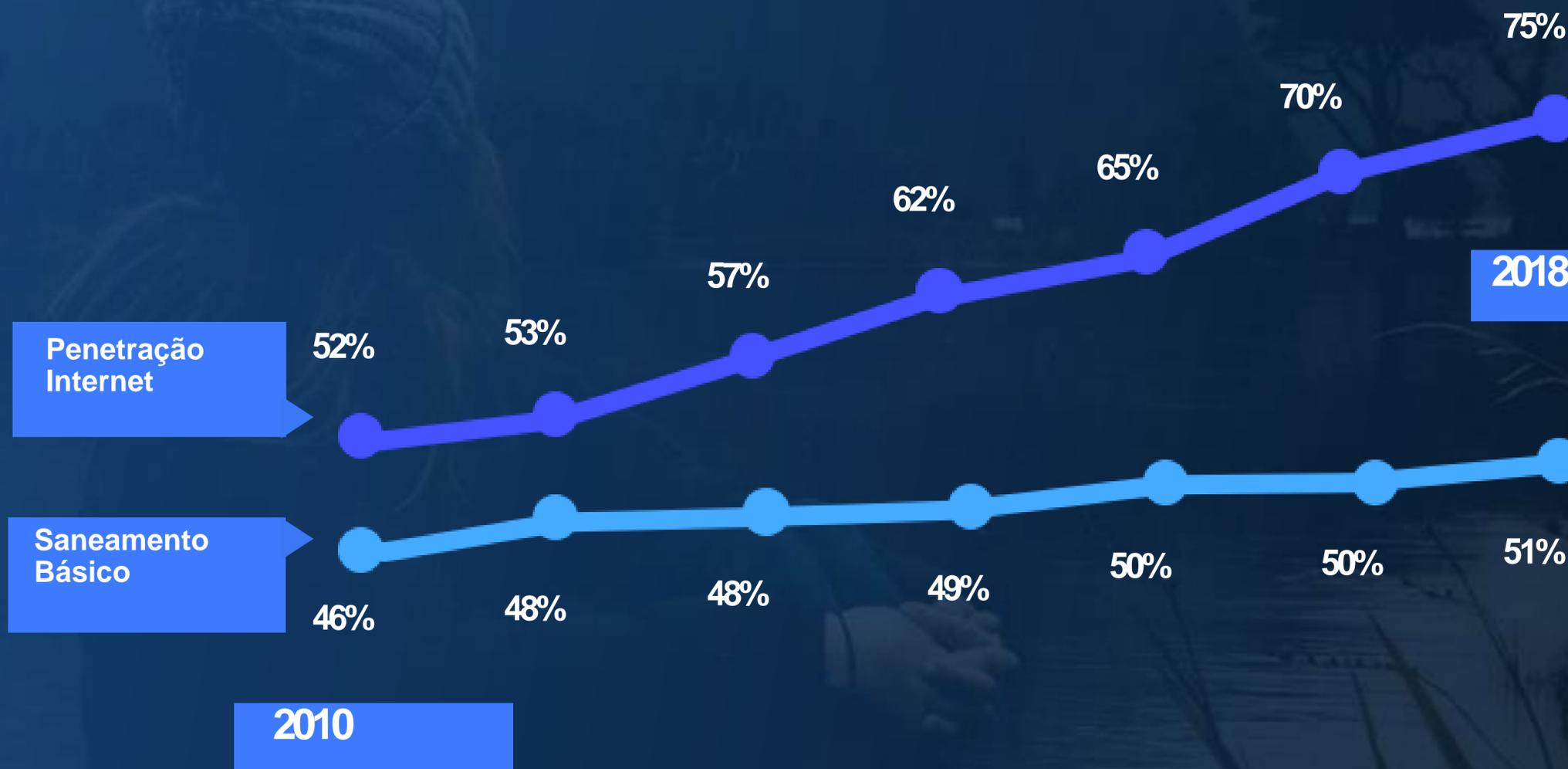
As conquista,
majoritariamente,
continua
acontecendo
dentro da loja

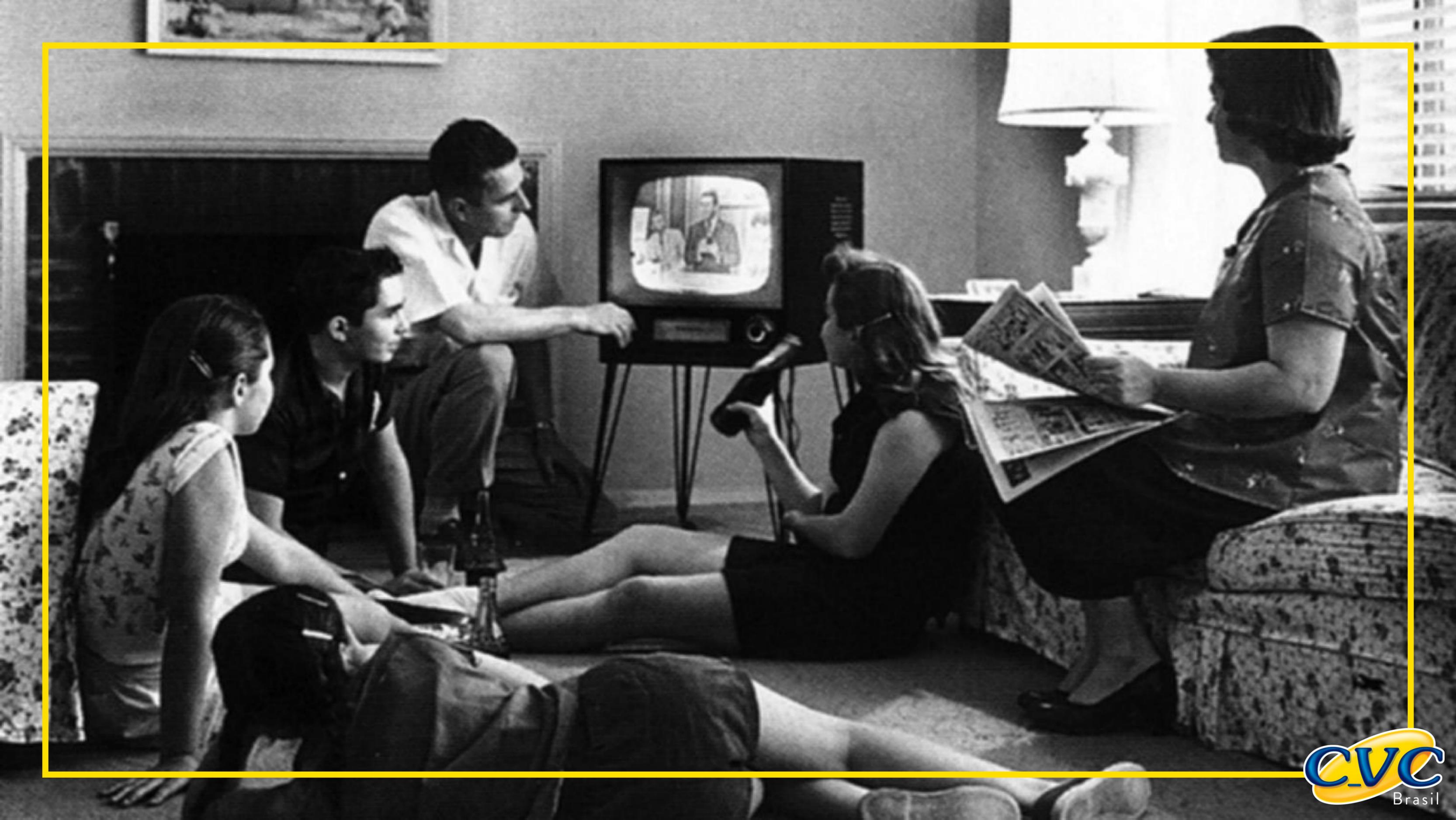
Os destinos precisam
estar presentes dentro
das lojas.



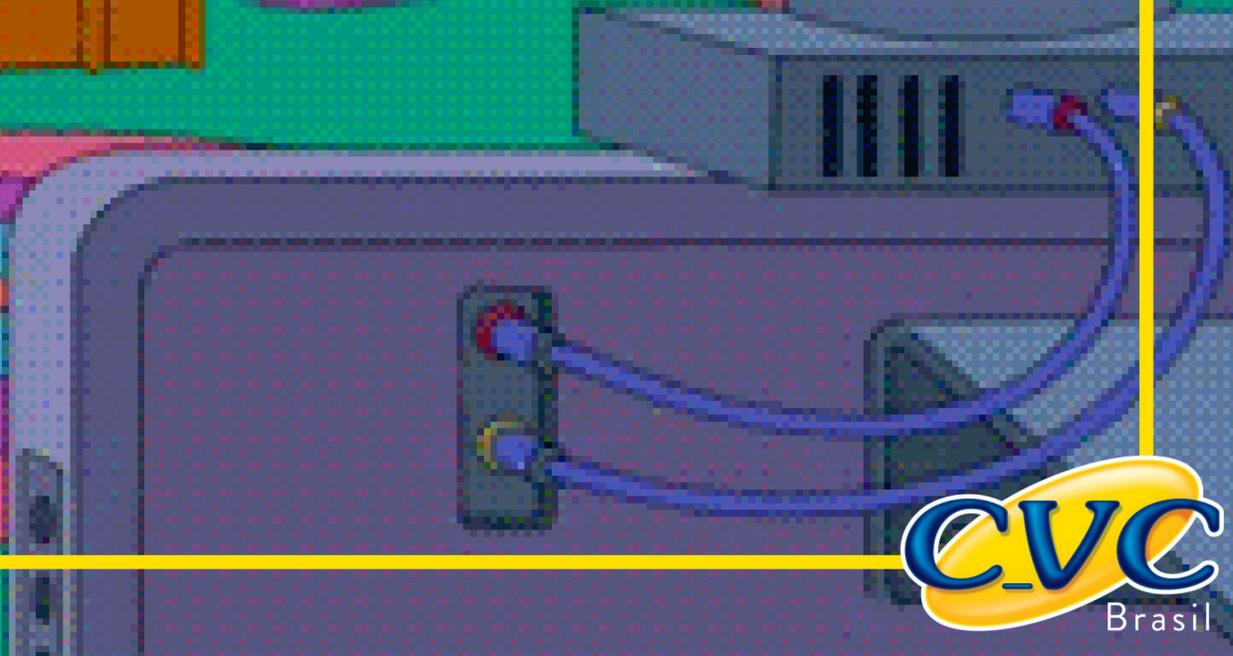
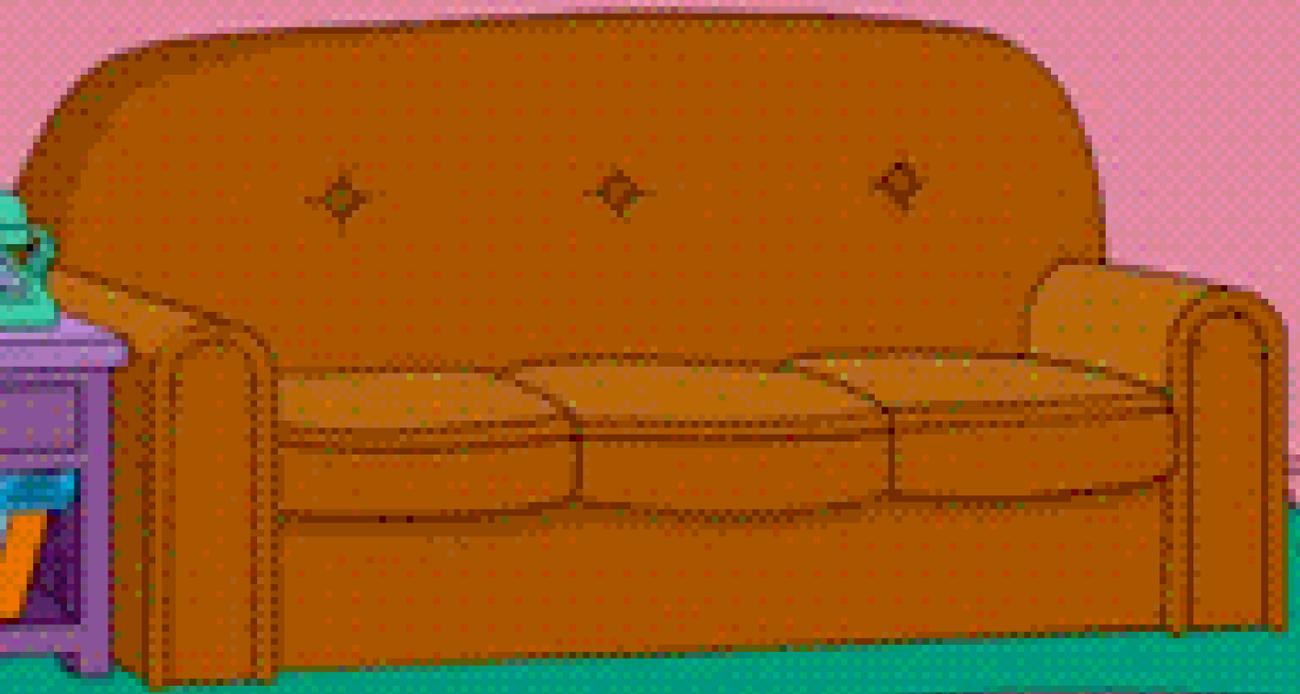
MAS A INTERNET TAMBÉM GANHA FORÇA

Penetração na internet cresce, afetando o modo de consumidor conteúdo, de comprar e das famílias interagirem

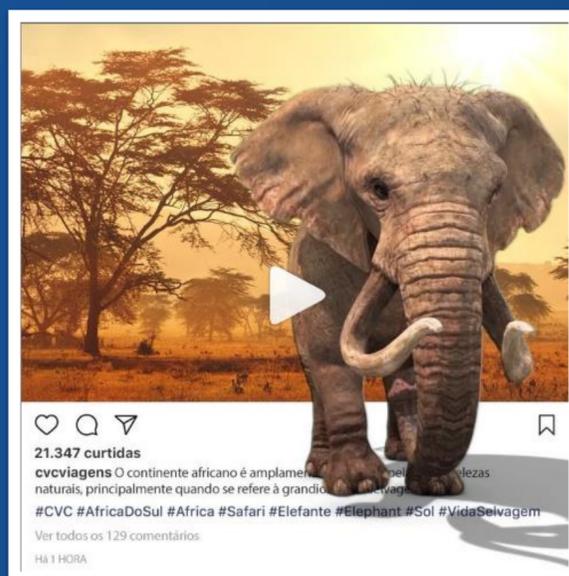
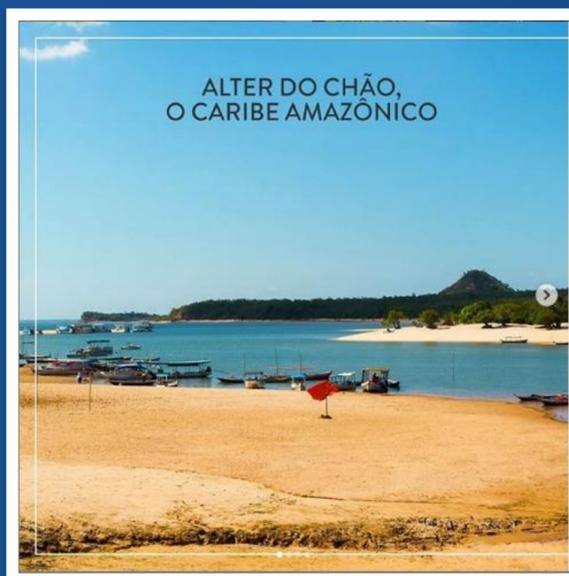




TV
PG
DLV



PRESENÇA CVC NAS REDES SOCIAIS



5MM

de fãs e seguidores
nas nossas redes

400K

média de
interações por mês
(curtidas, comentários,
visualizações e
compartilhamento)



PILARES COMUNICAÇÃO CVC

“Como atrair o cliente”

Institucional - Posts

Capitólio



Cidades Históricas



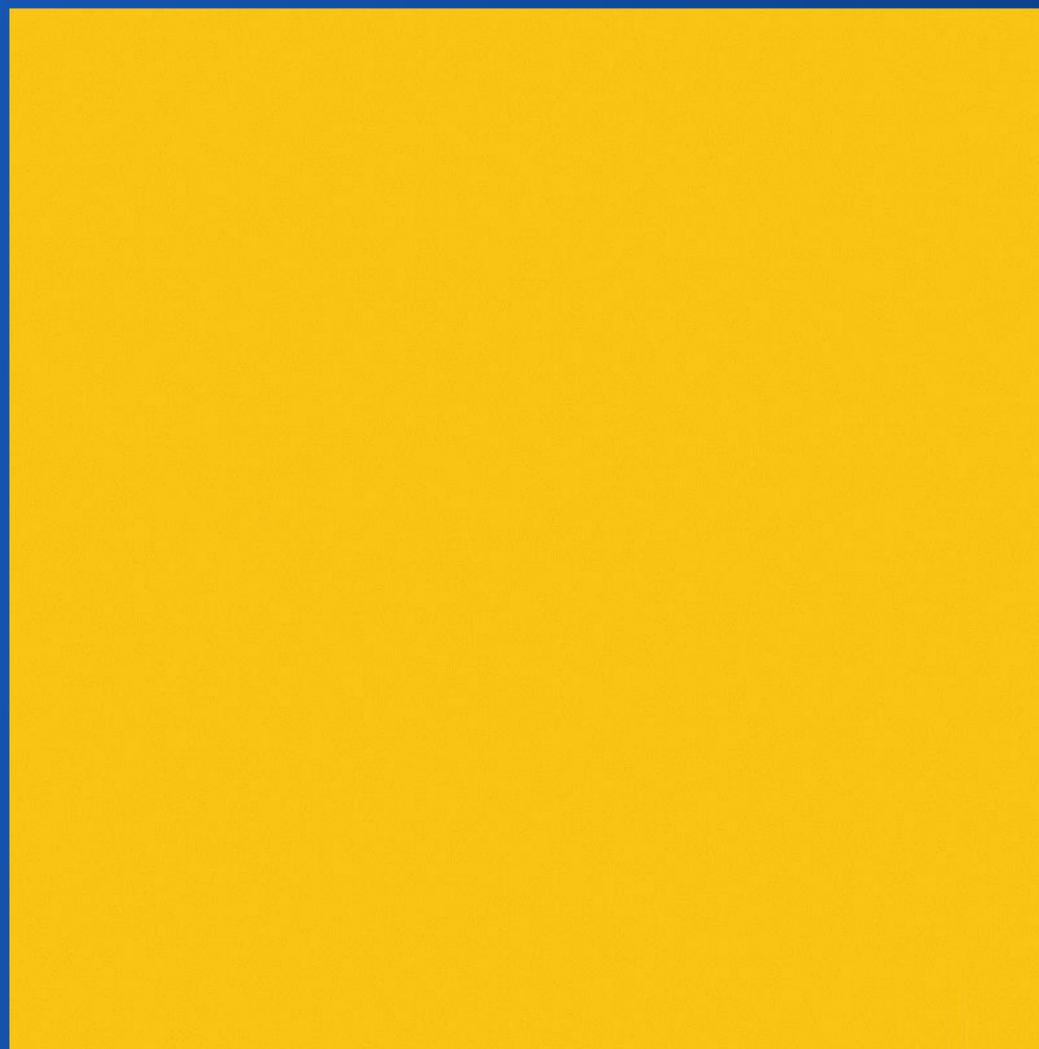
Porto de Galinhas



PILARES COMUNICAÇÃO CVC

“Como atrair o cliente”

Institucional - Posts



PILARES COMUNICAÇÃO CVC

Físico (lojas)

Vitrine



PILARES COMUNICAÇÃO CVC

Completões

CAPITÓLIO

ÁGUAS VERDES-ESMERALDA E CÂNIONS GIGANTES
COMPÕEM ESTA REGIÃO DE MINAS GERAIS

É MELHOR COM A CVC

OS MELHORES
HOTEIS DA CIDADE

DICAS DE PASSEIOS
EXCLUSIVOS

INFORMAÇÕES
PRÁTICAS E ÚTEIS



CVC
Brasil

BENTO GONÇALVES

HISTÓRIAS E VINHOS
É MELHOR COM A CVC

HISTÓRIA, CULTURA
E DEGUSTAÇÃO

DICAS DE PASSEIOS
SURPREENDENTES

INFORMAÇÕES
PRÁTICAS E ÚTEIS



CVC
Brasil

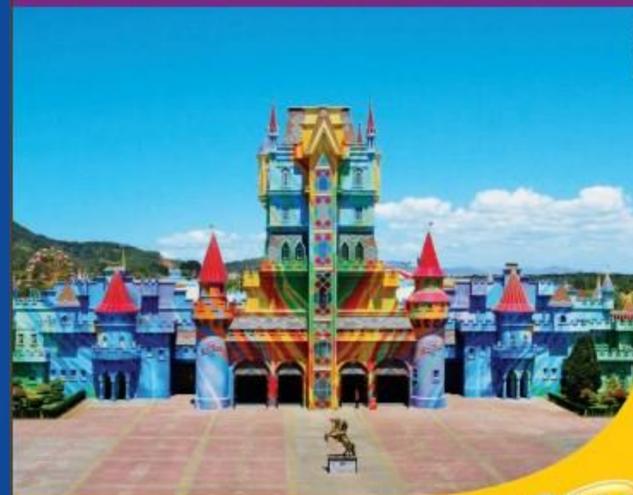
BETO CARRERO WORLD

O MAIOR PARQUE TEMÁTICO DA AMÉRICA LATINA
É MELHOR COM A CVC

DIVERSÃO O ANO TODO
EM SANTA CATARINA

REGIÕES DE
HOSPEDAGEM

ATRAÇÕES PARA
A FAMÍLIA TODA



CVC

SALINAS DO MARAGOGI

RESORT TUDO INCLUÍDO NA COSTA DOS CORAIS
É MELHOR COM A CVC

LAZER E DESCANSO
PARA TODA A FAMÍLIA

RESORT À
BEIRA-MAR

COMIDAS E BEBIDAS
À VONTADE



CVC

PILARES COMUNICAÇÃO CVC

Completões

PORTO SEGURO

TÃO ATRATIVA E PARADISIACA
QUE RECEBE TURISTAS DESDE 1500

É MELHOR COM A CVC

DICAS DE PASSEIOS
EXCLUSIVOS

OS MELHORES
HOTÉIS DA CIDADE

BALADAS E
RESTAURANTES



cvc
Brasil

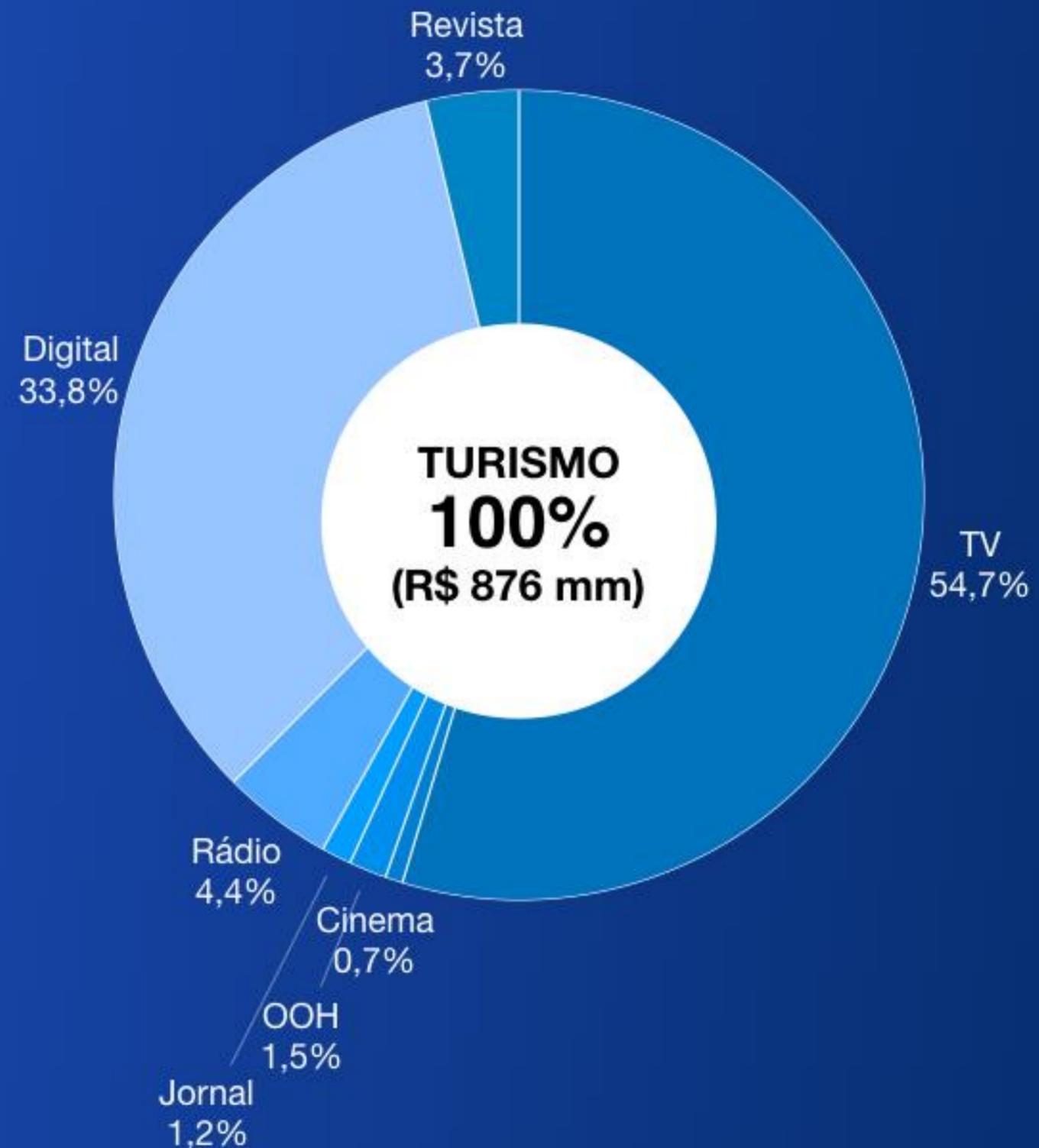


Os materiais agora terão QR Code que podem ser baixados direto pela câmera do celular ou por aplicativo. Além de um cardápio, que será criado, com todos os títulos e seus QR Codes para consulta do vendedor e cliente..

cvc
Brasil

MÍDIA E TURISMO: DISTRIBUIÇÃO ENTRE MEIOS

A comunicação precisa ser uma composição de vários meios, já que o consumidor “passeia” por todos



PARA TERMINAR ... RESUMO PRINCIPAIS MENSAGENS



O BRASIL É UM DOS PAÍSES DO MUNDO COM MAIOR POTENCIAL DE CRESCIMENTO EM TURISMO EM FUNÇÃO DAS VÁRIAS OPÇÕES CULTURAIS E BELEZAS NATURAIS, ASSOCIADO AO AINDA BAIXO INVESTIMENTO DO BRASILEIRO EM TURISMO



O VIAJANTE PESQUISA MUITO ANTES DE VIAJAR, USANDO TODOS OS CANAIS DISPONÍVEIS, ENTRE ELAS INFORMAÇÕES DE AMIGOS, INTERNET, VISITA A LOJAS ... É PRECISO ESTAR PRESENTE



ENTENDER PROFUNDAMENTE O CLIENTE E DESENVOLVER OFERTA RELEVANTE PARA CADA SEGMENTO É ESSENCIAL PARA ATRAIR O CONSUMIDOR



AS VIAGENS GANHAM MUITA RELEVÂNCIA NA VIDA DAS FAMILIAS. CONSUMIDOR BUSCA PRINCIPALMENTE EXPERIÊNCIA. NESTE CONTEXTO, INFRA-ESTRUTURA E SEGURANÇA SÃO CHAVES



A COMUNICAÇÃO PRECISA SER DISTRIBUÍDAS ENTRE VÁRIOS MEIOS PARA IMPACTAR O CONSUMIDOR DURANTE SUA JORNADA DE COMPRA, QUE NO TURISMO É LONGA E COMPLEXA

**A PARCERIA ENTRE CVC,
DESTINOS, HOTELARIA,
GOVERNOS ENTRE OUTROS
TRAZ MUITOS BENEFÍCIOS AO
TURISTA E OPORTUNIDADE DE
NEGÓCIOS A TODOS
ENVOLVIDOS**



**CONTE CONOSCO
PARA VENDER SEU DESTINO!**



OBRIGADO!

CLAITON ARMELIN
CLAITON@CVCCORP.COM.BR

