



Alumia

Inteligência Turística
de Mato Grosso do Sul



Crédito: Acervo FUNDTUR / Local: Pantanal

na sua **estratégia** **de marketing**

A Alumia é uma Plataforma de Inteligência Turística do Mato Grosso do Sul, composta por cinco módulos, a qual permite comparar, compreender e analisar o cenário do Turismo através de uma ampla gama de fontes e perspectivas.

Uma vez lançada, o maior desafio é envolver os empresários e gestores do estado, demonstrando a eles como utilizar os dados e informações da Alumia no seu dia a dia e no processo de tomada de decisão, a exemplo das questões relacionadas ao marketing turístico.

Para o estabelecimento de um plano de marketing e elaboração de uma estratégia de posicionamento, é necessário considerar uma série de dados, informações e intenções, não só do negócio, mas também dos clientes e do mercado.

Visando auxiliar os empresários na identificação e utilização dos dados da Alumia nesse processo, este relatório técnico irá apresentar como os dados da Alumia podem contribuir para a criação da sua estratégia de marketing. Ele é dividido em três temáticas: estratégias para público, estratégia para produto e estratégia para comercialização.

Cabe ressaltar que essas não são as únicas estratégias que podem advir do uso dos dados e informações da Alumia, visando o desenvolvimento de cada plano, e tampouco que são suficientes para esgotar a aplicação dos dados no marketing. No entanto, são os primeiros passos para o desenvolvimento do marketing e processos usuais já realizados pelos empresários muitas vezes utilizando-se da intuição; por essa razão, foram selecionadas para apresentação neste relatório.



Estratégia de público

Uma etapa importante, e usualmente a primeira, no processo de criação de uma estratégia, ou até uma campanha de marketing, é se pensar no público. Dito de outro modo, é preciso compreender qual é o perfil de cliente que se deseja alcançar com a ação idealizada.

Dentre as mais variadas perspectivas de público, o gestor pode observar nos seus dados internos quais os públicos que ele atende com maior eficiência, com quais possui mais sucesso nas vendas ou quais deixam os melhores feedbacks e avaliações.

Para o caso de não possuir informações organizadas e com volume relevante nesse sentido, pode observar qual perfil do público que visita o destino que está inserido. Há uma riqueza grande de dados, nessa perspectiva, na Alumia.

No módulo Informações Gerais – Atividade turística no painel do Perfil do Turista Série Histórica, você encontrará dados detalhados sobre preferências e motivações, e, ainda, dados sociogeográficos, como faixa etária, renda média, nível de escolaridade, dentre outros. Também poderá identificar os acompanhantes e características importantes da viagem, como onde ficaram hospedados, como chegaram ao destino e demais detalhes. Caso você esteja interessado no perfil de Bonito, sugerimos analisar o painel Perfil do Turista Atual, uma vez que oferece dados atualizados, e inclusive pode ser uma boa estratégia a comparação com períodos anteriores.



#FICAADICA

Os filtros são acumulativos, basta você segurar o CTRL. Então, caso queira conhecer o perfil das famílias que ficaram hospedadas em hotel, basta clicar em Família, no gráfico de acompanhantes, segurar o CTRL e clicar em hotel no gráfico de Meio de Hospedagem.

Na Alumia, também é possível conhecer as principais origens do público, uma informação que está refletida na pesquisa de perfil. Vale registrar que, no painel da Movimentação Total, do Módulo Aéreo, esse dado é o mais completo, considerando este modo de transporte. Assim como no Módulo Informações Gerais – Movimentação Terrestre, estão compilados esses dados do modo rodoviário para Campo Grande, com a divisão das linhas tradicionais e fretamento.



Colocando em prática

Vamos imaginar, por exemplo, que nossa função é elaborar uma *campanha de marketing* para uma *atração turística* na Região de *Bonito-Serra da Bodoquena*. Para tanto, precisamos saber:

Qual a origem do visitante?

Qual a faixa etária?

Qual é o perfil do público, ou seja, quem são os acompanhantes da viagem?

Qual a capacidade de compra, ou seja, qual a renda média?

É possível encontrar todas essas informações no **Painel Perfil do Turista série histórica, e Perfil do Turista Atual**, para o caso de *Bonito*. Neste caso, como a *modalidade aérea* é relevante, pode-se complementar as origens a partir do **Painel Movimentação total**, no Módulo aéreo.

Como chegar aos painéis

Perfil do Turista série histórica, e Perfil do Turista Atual

No menu superior do seu navegador clique em **Área Pública**

Acesse o módulo **Informações Gerais**



Informações Gerais

Apresenta dados de fontes oficiais como IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), STI (Sistema de Tráfego Internacional), CADASTUR (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos), dentre outros. Estes dados são complementados pelas pesquisas realizadas pelo Observatório de Turismo do Mato Grosso do Sul e seus parceiros. Por fim, serão consolidados os principais indicadores turísticos relacionados do estado.



→ Módulo Aéreo

Alojamento

Q Motores de Busca

Redes Sociais

Informações Gerais

Escolha **Atividades Turísticas**



Informações Gerais - Atividade Turística

Socioeconômico

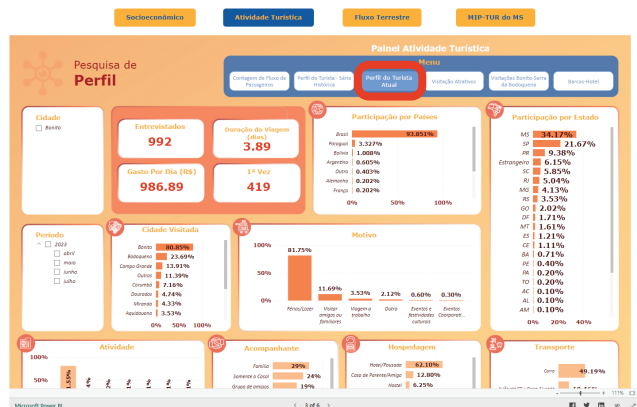
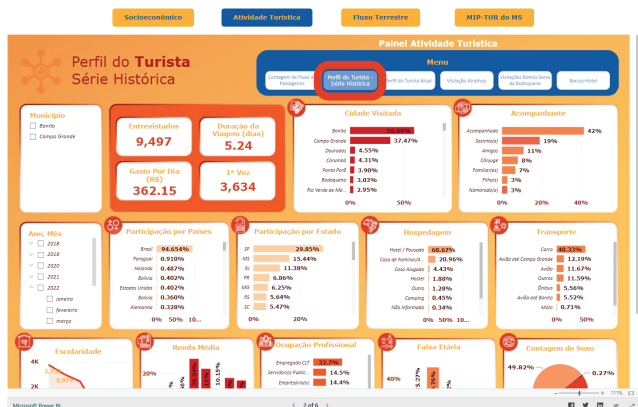
Atividade Turística

Fluxo Terrestre

MIP-TUR do MS

Clique na aba **Painel Perfil do Turista série histórica** no menu no topo do painel

Clique na aba **Painel Perfil do Turista Atual** no menu no topo do painel



Encontrando Bonito no painel **Painel Movimentação total**

No menu superior do seu navegador clique em **Área Exclusiva**

Acesse o módulo **Aéreo**

Módulo Aéreo

A partir dos dados da ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) e da IATA (International Air Transport Association), reúnem-se informações sobre a malha aérea do estado de Mato Grosso do Sul. Será possível analisar os voos ativos, ticket médio, principais origens, bem como informações do comportamento de compra das viagens por via aérea, como antecedência da compra, volume de passageiros por viagens, análises preditivas, dentre outros.



Módulo Aéreo

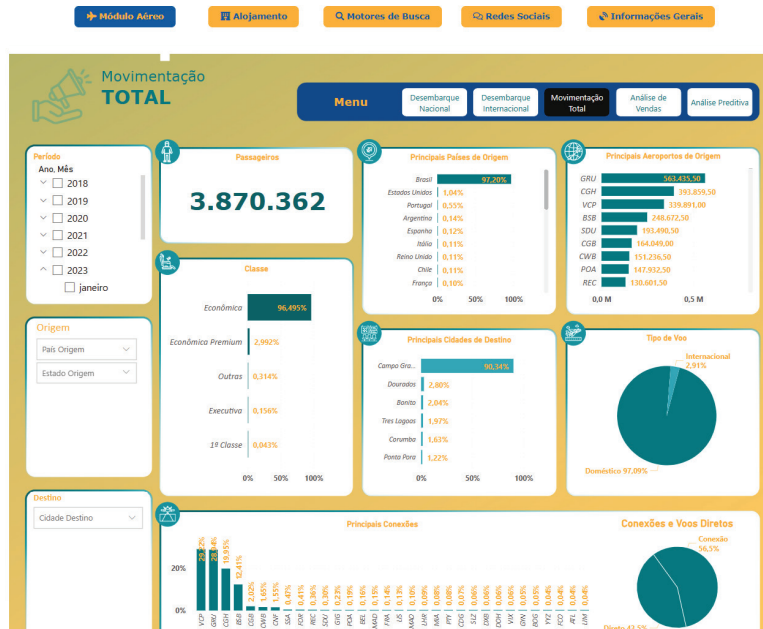
Alojamento

Motores de Busca

Redes Sociais

Informações Gerais

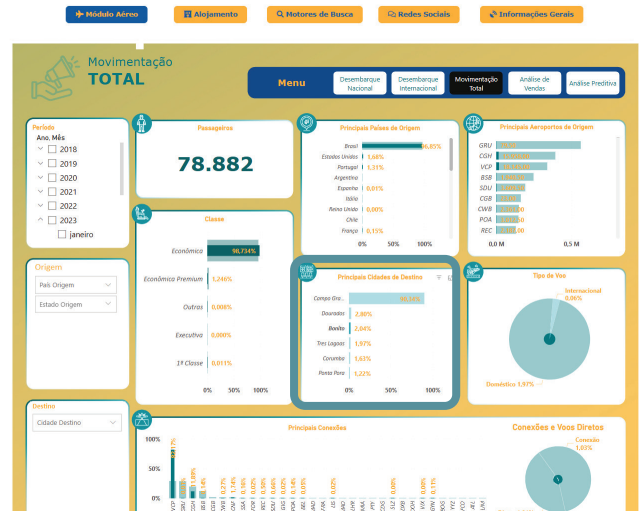
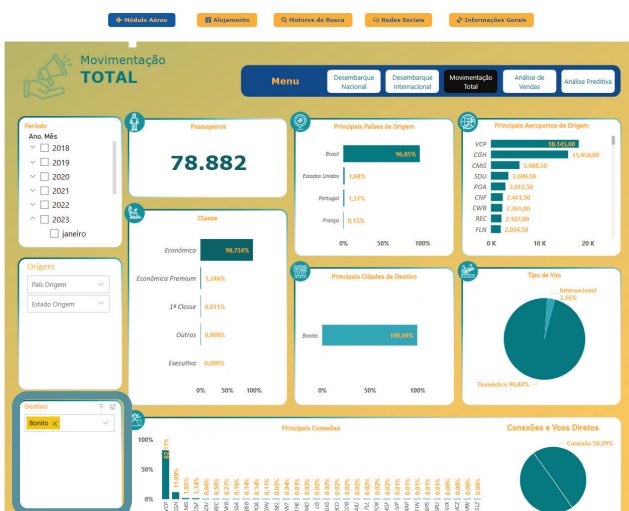
Clique na aba **Movimentação Total** dentro do **Menu** no topo do painel



Selecione **Bonito**

Pelo filtro **Destino**

dentro do gráfico **Principais Cidades de Destino**





Estratégia de produto

Uma vez definido o público que se quer alcançar com a estratégia de marketing, ou com a campanha de divulgação, surge a questão: qual produto promover para esse nicho?



#FICAADICA

Essas mesmas informações são extremamente úteis no momento de considerar uma expansão, um investimento, ou a diversificação do seus produtos. Isso porque permitem compreender as preferências e necessidades dos viajantes com relação ao produto turístico para a região.

Assim como as informações de perfil, você encontrará dados extremamente ricos no Painel de Perfil do turista, uma vez que lá você obterá dados de motivação, preferências da viagem e demais aspectos relacionados.

No Módulo Informações Gerais – Atividade Turística, no painel de atrações, identifica-se qual a preferência de atividade a ser realizada na região de Bonito-Serra da Bodoquena.

No Módulo Redes Sociais, poderá identificar quais atrativos são mencionados nas redes sociais, inclusive aqueles mais promovidos pela concorrência ao selecionar as postagens com a tag “Marketing”. Já no Módulo Motores de busca, painel Termos Relacionados, encontrará quais são as principais buscas realizadas pelos potenciais clientes no Google, e, assim, poderá, na sua estratégia de comunicação, responder às questões e necessidades dos turistas.

Ainda, no Módulo Aéreo, no painel Análise de Vendas, é possível encontrar um detalhe relevante para a compreensão do produto turístico: o tempo de permanência. E no painel de Movimentação total há a possibilidade de analisar os destinos das cidades de origem que estão sendo trabalhadas.



Colocando em prática

Neste exemplo, **somos uma agência de viagens**, que precisa **selecionar** algumas **experiências** que serão divulgadas para o **próximo feriado**. O público alvo já foi definido, pretende-se alcançar **casais do estado de São Paulo**.

Assim, surgem como questões:

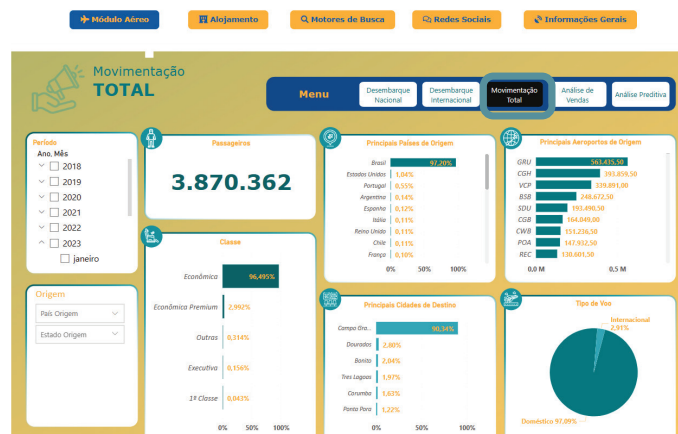
Quais cidades promover?
Quais segmentos e atrações inserir nos roteiros?
Qual duração do roteiro?

Na análise da **Movimentação Total**, identificamos que os viajantes de São Paulo, em sua maioria, viajam com destino a Campo Grande; um quantitativo relevante diretamente para Bonito; e, ainda, uma movimentação para Dourados e Ponta Porã.

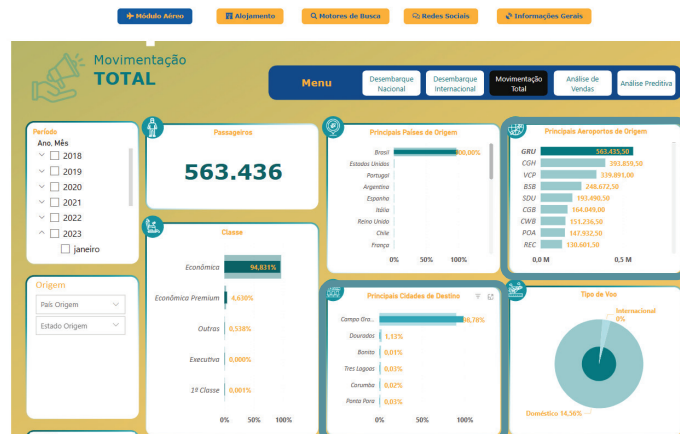
No menu superior do seu navegador clique em **Área Exclusiva**

Acesse o módulo **Aéreo**

Clique na aba **Movimentação Total**
dentro do **Menu** no topo do painel



Faça a seleção de **Aeroporto de Origem** e veja a correspondência em **Principais Cidades de Destino**



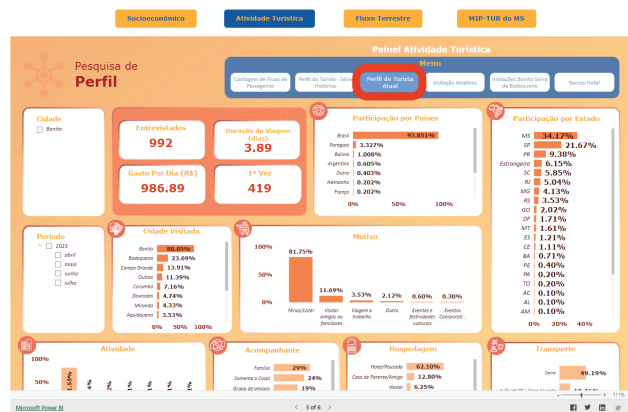
De forma complementar, no perfil do **Turista atual**, notamos que **14,49%** do turistas de São Paulo utilizaram como transporte avião até Campo Grande + carro; já **10,14%** foram de avião até Campo Grande + van.

No menu superior do seu navegador clique em **Área Pública**

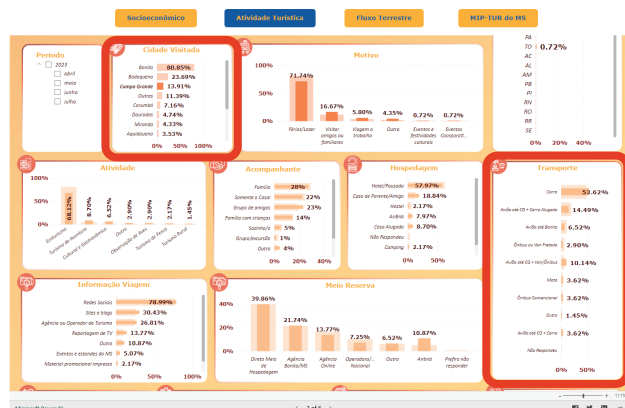
Acesse o módulo **Informações Gerais**

Escolha **Atividades Turísticas**

Painel Perfil do Turista Atual



Selecione a opção em **Cidade Visitada** e veja os dados no gráfico em **Transporte**



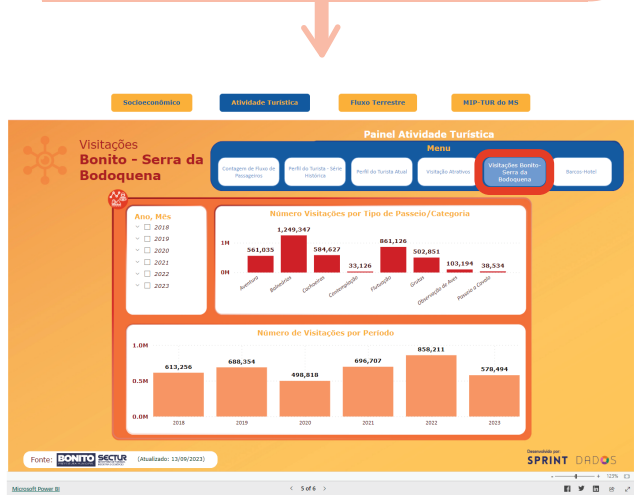
Identificamos no **Perfil do Turista** que as principais motivações do paulista para visitar o estado é férias/lazer, e que os segmentos mais buscados são ecoturismo, turismo de aventura. Nas **Atrações Turísticas**, identificamos que as top atividades realizadas na região de Bonito-Serra da Bodoquena são nos Balneários e nas Grutas.

No menu superior do seu navegador clique em **Área Pública**

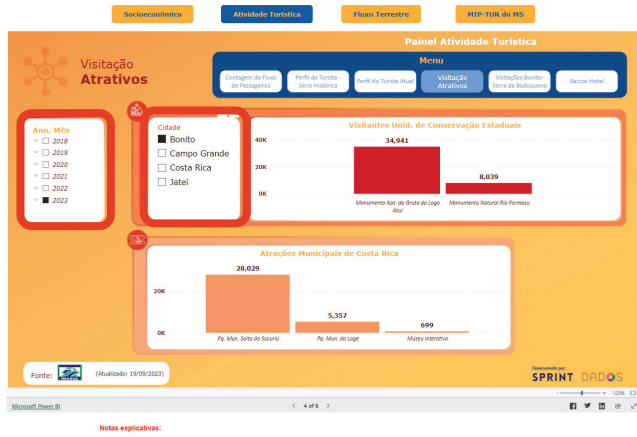
Acesse o módulo **Informações Gerais**

Escolha **Atividades Turísticas**

No Menu superior do painel selecione **Visitações Bonito-Serra da Bodoquena**



Utilize os filtros **Ano, Mês e Cidade** para visualizar os resultados





Estratégia de mercado

Uma vez estabelecido o público e o produto, ou seja para quem e o que será promovido, chega-se o momento de definir, confirmar os valores e como fazer essa mensagem chegar aos potenciais turistas. A essa análise e planejamento chamamos de estratégia de mercado, que se trata de como a marca/governo/empresa irá se posicionar no mercado de forma competitiva.

Estabelecer uma estratégia de mercado de forma competitiva pode ser um processo bem complexo com inúmeras variáveis, que passam pela tipologia de negócio, o setor que está inserido, o segmento que atua, a percepção de valor que o público tem do seu produto, e ainda o ambiente competitivo em que se está inserido.

Na Alumia, há um conjunto robusto de dados que irá contribuir para a compreensão do mercado em que está inserido.



#FICAADICA

Selecione a temática e o conjunto de perguntas que deseja obter dados para responder, a fim de simplificar o processo de análise e torná-lo mais eficiente.

Com relação ao preço: no módulo Alojamento, painel de Tarifas média, estão em detalhe os valores aplicados pelos empreendimentos de hospedagem do estado, por tipologia, cidade e categoria.

No módulo Aéreo, painel Análise de Vendas, pode-se identificar a tarifa média para a passagem, por origem e destino, período da viagens e voos diretos. No painel Análise Preditiva, poderá fazer essa mesma análise, entretanto para viagens a futuro. Já no Módulo Informações Gerais – Atividade Turística, painel Perfil do Turista é possível observar o gasto médio do turista no destino.

De posse de todos esses dados, seguramente poderá traçar a sua estratégia de precificação com muito mais segurança e buscando se posicionar no mercado de forma competitiva.

Com relação aos canais de venda, no Painel Perfil do Turista, poderá ver quais são as principais fontes de informação e de compra dos turistas que já visitaram o destino. Por sua vez, no módulo redes sociais, é possível observar qual rede possui mais impacto, que tipo de comunicação está sendo realizada pelos seus competidores, assim como os dias e horários de maior impacto para o destino.

Caso queira conhecer a oferta turística e os seus competidores diretos, poderá consultar o Módulo Informações Gerais – Socioeconômico, bem como observar o Cadastur e o painel de empresas. Para o setor de hospedagem, esses dados estarão melhor descritos no Módulo Alojamento painel visão geral, ou no painel ocupação hoteleira, em cujas seções são apresentados os dados do inventário da oferta turística. Ainda, pode analisar as questões de sustentabilidade e reputação dos empreendimentos nos respectivos painéis.



Colocando em prática

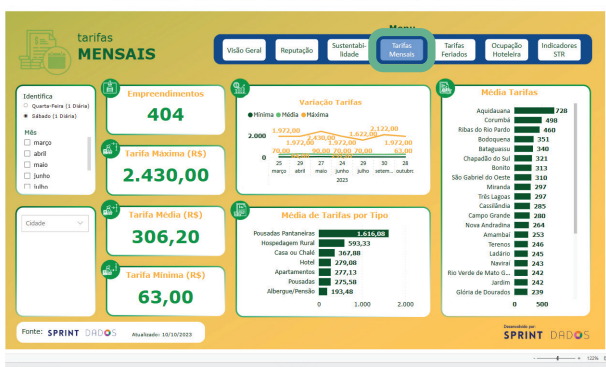
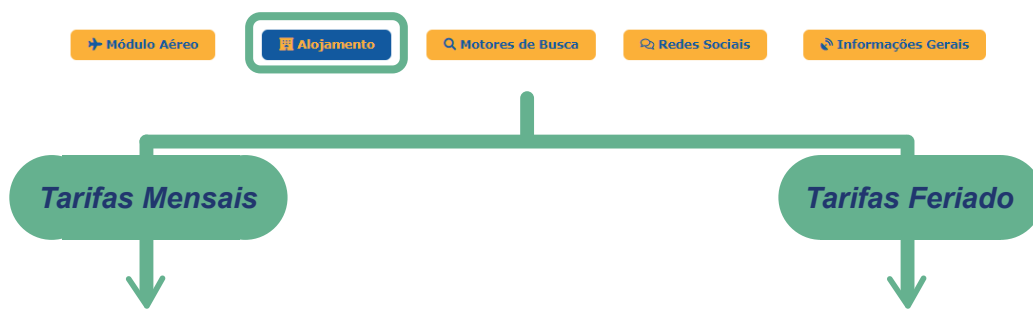
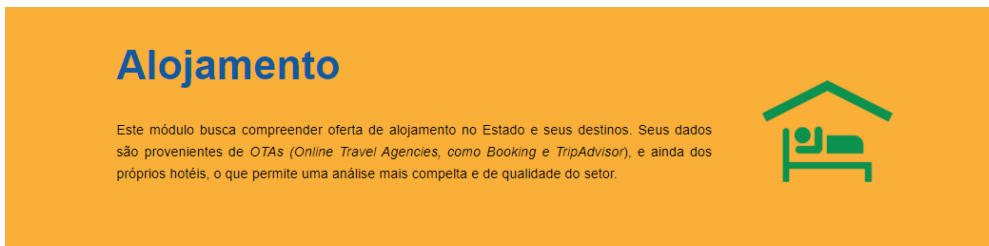
Agora vamos traçar uma estratégia de posicionamento de mercado para uma pousada pantaneira na região do Pantanal em que surgem as seguintes perguntas:

- Qual preço aplicar?
- Quais os meus diferenciais?
- O que os turistas valorizam mais?

Uma vez que estamos analisando o setor de hospedagem, todas as informações podem ser encontradas no **Módulo Alojamento**. Os **painéis Tarifas Mensais e Tarifas Feriados** nos permitirão compreender os preços dos competidores.

No menu superior do seu navegador clique em **Área Exclusiva**

Acesse o módulo **Alojamento**



No painel de **Sustentabilidade**, podemos compreender o **envolvimento dos seus competidores com relação à temática**; e identificar como é possível nos diferenciarmos.

No menu superior do seu navegador clique em **Área Exclusiva**

Acesse o módulo **Alojamento**

Sustentabilidade

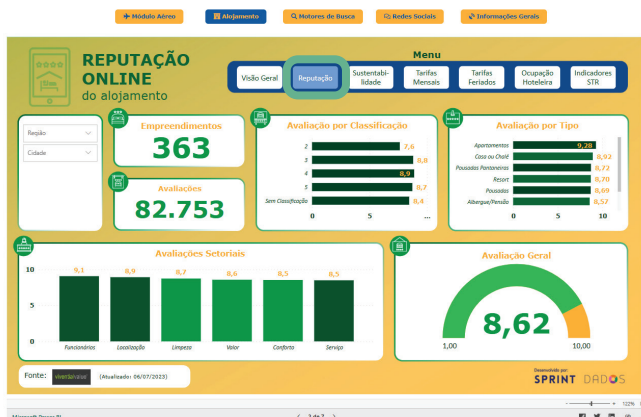


No painel **Reputação**, podemos observar as avaliações realizadas pelos visitantes. Note que onde as **notas são mais baixas**, tende a ser os aspectos onde os **turistas são mais exigentes**. Aproveite os seus pontos fortes, e as fraquezas dos competidores para se diferenciar no mercado.

No menu superior do seu navegador clique em **Área Exclusiva**

Acesse o módulo **Alojamento**

Reputação





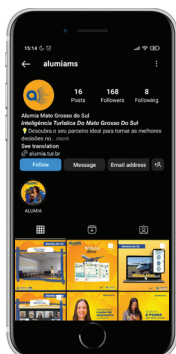
Conclusão



Inserir dados no processo de decisão é fundamental para se alcançar o máximo potencial. A Alumia está repleta de dados que podem te auxiliar a compreender o mercado e identificar como se posicionar de maneira estratégica e competitiva.

Convidamos a conhecer os demais materiais de suporte que apresentam os módulos da Alumia. Os infográficos apresentam os principais indicadores disponíveis em cada um deles, enquanto os Relatórios técnicos apresentam mais da metodologia e forma de utilização.

Você sabia que a Alumia está no Instagram? Semanalmente são postadas atualizações, dados e dicas no perfil [@alumiams](#). Siga-nos por lá para ser o primeiro a saber e tirar melhor proveito dos dados e informações geradas pela Alumia.



Convidamos todos a se cadastrar na Alumia, navegar pelos painéis interativos, fazer os recortes de seu interesse e, principalmente, aplicar este conhecimento nas estratégias de posicionamento de mercado de cada empreendimento.

Alumia

Inteligência Turística
de Mato Grosso do Sul



Realização

Desenvolvimento:

SPRINT DADOS