



## Experiência do cliente nas agências e operadoras de viagem

### Como criar uma jornada de encantamento que vá muito além do destino

Criar diferenciação e encantamento à primeira vista. As experiências desempenham um papel crucial na construção de relacionamentos de longo prazo com os clientes e na sua fidelização e preferência de compra.

Quando uma empresa se esforça para reduzir os potenciais atritos, superar expectativas e oferecer experiências memoráveis, ela cria um vínculo mais forte e duradouro, o que se torna benéfico tanto para a empresa quanto para os clientes.

Uma pesquisa internacional da PWC, incluindo o Brasil, mostrou que:

- 73% das pessoas entrevistadas apontaram a experiência do cliente como um fator importante nas suas decisões de compra;
- 43% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por maior comodidade;
- 42% pagariam mais por uma experiência amigável e acolhedora.





## Experiências no setor de viagens

No setor de viagens, onde muitas opções estão disponíveis, a capacidade de oferecer experiências únicas e sob medida pode diferenciar uma empresa da concorrência e ajudar o consumidor em suas escolhas e vivências de turismo.

Cientes satisfeitos tendem a permanecer fiéis e recomendar empresas de viagens que ofereçam uma relação de confiança e entregas especiais.

Na perspectiva de agências e operadoras, é possível:

**ir além da venda de uma experiência turística**

criar uma conexão sólida com os clientes por meio de uma jornada inesquecivelmente positiva de compra, desde o planejamento da viagem até o retorno para casa.

**atrelar a perspectiva de experiência do consumidor ao processo de venda**

criar uma jornada mais centrada no público-alvo, aumentando as chances de converter leads em clientes satisfeitos e fidelizados.

## Fidelização por emoção

Experiências emocionalmente envolventes como uma viagem têm um impacto duradouro na memória do ser humano. Quando uma agência ou operadora cria uma experiência que faz o cliente sentir-se especial e conectado ao destino, ela gera encantamento e vontade de repetir aquela vivência.

Para ser capaz de oferecer experiências que realmente mexam com os clientes, há que se compreender as necessidades e preferências individuais de cada um, ao mesmo tempo em que se cria uma narrativa cativante que mostre ao longo do funil de vendas o quanto outros viajantes do mesmo perfil amaram aquele destino.

A chave para construir essas histórias de sucesso é criar uma experiência de venda profundamente envolvente e autêntica que transporte os clientes para embarcar na viagem antes mesmo da compra da passagem.

Mais do nunca, é o momento de usar a tecnologia e criar jornadas multissensoriais, que permitam que os clientes se envolvam mais profundamente com a experiência da potencial próxima viagem.

**IA (inteligência artificial)  
RV (realidade virtual)  
RA (realidade aumentada)**

é possível criar experiências de compra de viagens altamente personalizadas, convenientes e cativantes.

Confira neste conteúdo como implementar experiências especiais em toda a jornada de compra dos clientes de agências e operadoras de turismo.



## Construindo a jornada do cliente nas agências e operadoras de viagem

A jornada do cliente refere-se às etapas pelas quais um consumidor passa desde o momento em que reconhece uma necessidade ou desejo até a efetivação da compra de um produto ou serviço.

Por meio de uma construção estratégica desse caminho a ser percorrido pelo cliente no seu processo de escolha e compra de um destino, agências e operadoras de viagens conseguem proporcionar uma experiência mais personalizada e eficaz de venda.

Com a força de processos comerciais bem pensados, ferramentas de engajamento e depoimentos de clientes satisfeitos é possível construir um ambiente que empolgue e gere segurança na escolha.

Quando os clientes se sentem emocionalmente conectados aos destinos por meio de experiências positivas de experimentação e testemunhos reais, é provável que eles reservem não apenas aquela viagem, mas, também, futuros destinos, tornando-se clientes leais e embaixadores da marca.





# Elementos fundamentais a criação de experiências memoráveis



## CONHEÇA O CLIENTE

---

### Pesquisa e perfis de clientes

Realize pesquisas de mercado e desenvolva perfis detalhados de seus clientes-alvo. Isso ajudará você a entender quais são os interesses, preferências e comportamentos de compra.

### Segmentação da base atual

Divida a base de clientes em segmentos com base em critérios como idade, interesses de viagem, orçamento, histórico de compra etc. Isso permitirá direcionar as estratégias de *marketing* de forma mais eficaz.



## MAPEIE A JORNADA DO CONSUMIDOR

---

### Identifique as etapas da jornada

Identifique os diferentes momentos que os clientes vivenciam antes de fazer uma compra de viagem, como as etapas de conscientização, consideração e decisão do destino.

### Pontos de contato

Mapeie todos os pontos de contato que um cliente pode ter com sua agência ou operadora durante a jornada, incluindo loja, redes sociais, *site*, *chat*, *e-mail marketing*, WhatsApp, telefone, entre outros.

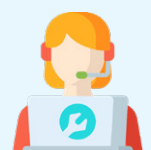


## PERSONALIZE A COMUNICAÇÃO

---

### Conteúdo relevante

Crie conteúdo personalizado para cada estágio da jornada do consumidor. Por exemplo, no estágio de conscientização, forneça informações gerais sobre destinos; na consideração, destaque pacotes específicos e experiências positivas de outros viajantes; na decisão, ofereça informações detalhadas para garantir a reserva e condições especiais para fechar o negócio.



## OFEREÇA SUPORTE E INFORMAÇÕES

---

### Atendimento ao cliente

Esteja disponível para responder a perguntas e fornecer suporte ao cliente em tempo real, seja por telefone, chat ao vivo ou *e-mail*.

## Experiências positivas em toda a jornada

Ao longo da jornada de busca, partida e retorno de um destino, são várias as oportunidades que as agências e operadoras de viagens têm para oferecer experiências positivas que melhoram o atendimento e a vivência turística de seus clientes.



### Antes da viagem

#### 1. Consultoria individualizada

Antes de efetuar uma reserva, ofereça consultoria individual e personalizada para entender as necessidades e interesses do cliente.

#### 2. Consultores especializados

Tenha suporte de consultores de viagens especializados em diferentes tipos de destinos e experiências para fornecer orientações precisas.

#### 3. Pesquisa detalhada

Realize pesquisas aprofundadas sobre destinos e opções de viagem para garantir que o cliente receba informações corretas e atualizadas.

#### 4. Oferta personalizada

Ofereça pacotes sob medida aos clientes, com escolhas que levem em consideração suas expectativas e orçamento.

Considere as necessidades individuais dos clientes ao planejar as experiências, como restrições de locomoção ou suas preferências alimentares ou restrições dietéticas.

#### 5. Orçamento transparente

Forneça orçamentos detalhados, descrevendo claramente o que está incluído no pacote de viagem e o que não está.

#### 6. Política de cancelamento e reembolso

Seja transparente sobre as políticas de cancelamento e reembolso para que os clientes saibam o que esperar em caso de imprevistos.

#### 7. Informações pré-viagem

Envie informações úteis sobre o destino, incluindo dicas de viagem, informações sobre vistos, requisitos de saúde e outras informações importantes.

#### 8. QR Codes ou aplicativos

Use QR codes ou aplicativos para fornecer informações adicionais sobre os produtos aos clientes. Isso pode incluir vídeos, artigos ou detalhes técnicos.

## Durante a viagem

### 1. Assistência 24 horas

Forneça um número de telefone de emergência disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, para auxiliar os clientes em caso de problemas durante a viagem.

### 2. Detalhes personalizados

Adicione toques pessoais aos pacotes de viagem, como cartões de boas-vindas ou pequenos presentes.

### 3. Guias locais experientes

Disponibilize guias locais experientes que possam enriquecer a experiência do cliente, compartilhando informações sobre a cultura, história e pontos turísticos locais.

### 4. Experiências exclusivas

Agende atividades e excursões exclusivas para os clientes, como jantares em restaurantes locais, aulas de culinária ou encontros com comunidades locais.

### 5. Atualizações em tempo real

Mantenha os clientes informados sobre quaisquer alterações de itinerário, condições climáticas ou eventos imprevistos que possam afetar sua viagem.

### 6. Feedback contínuo

Colete *feedback* dos clientes durante a viagem para garantir que suas expectativas estejam sendo atendidas e fazer ajustes, se necessário.

## Após a viagem

### 1. Acompanhamento pós-viagem

Entre em contato após a viagem para checar se o cliente retornou bem e teve todas as suas necessidades atendidas.

### 2. Agradecimento pessoal

Envie uma mensagem personalizada após a viagem, mostrando agradecimento pela confiança do cliente e prontidão para ajudar com o próximo destino.

### 3. Solicitação de *feedback* ao cliente

Peça aos clientes que compartilhem suas experiências e comentários sobre a viagem para avaliar o desempenho da agência e identificar áreas de melhoria.

### 4. Programas de fidelidade

Ofereça programas de fidelidade ou descontos exclusivos para clientes que retornam, incentivando a lealdade à empresa. Implemente programas e parcerias que recompensem clientes que procuram sua agência ou operadora para futuras viagens.

### 5. Ofertas para futuras viagens

Mantenha os clientes informados sobre promoções e ofertas especiais para futuras viagens, mantendo o relacionamento pós-venda.

### 6. Feedback interno

Ouçá a equipe de vendas e atendimento ao cliente para obter insights sobre a jornada do consumidor e fazer melhorias contínuas.



## A tecnologia a favor da melhor experiência

Como em tantos segmentos, a tecnologia já está totalmente inserida como vetor de transformação.

No segmento de turismo, as plataformas digitais, os aplicativos, a IA (inteligência artificial) e a RA (realidade aumentada) vêm transformando e melhorando a experiência de quem viaja e de quem vende produtos e serviços turístico.

Em diferentes perspectivas, agências e operadoras de viagem ganham mais agilidade e encantamento de clientes por meio da tecnologia.

Por sua vez, clientes tomam decisões mais assertivas às suas expectativas e vivem uma experiência positiva em toda a sua jornada.

## Tecnologias de IA, RV e RA expandem a jornada de compras de um pacote ou produto turístico

As tecnologias de inteligência artificial (IA), realidade virtual (RV) e realidade aumentada (RA) têm um enorme potencial para expandir e otimizar a jornada de compra e venda de um produto turístico.

A seguir estão algumas maneiras pelas quais essas tecnologias podem ser aplicadas.



### Inteligência artificial (IA)

#### 1. Personalização da oferta

Utilize IA para analisar o comportamento passado do cliente, suas preferências e histórico de viagens para criar pacotes personalizados que atendam às suas necessidades específicas.

#### 2. Precificação dinâmica

A IA pode ajustar automaticamente os preços com base na demanda, disponibilidade e outros fatores, garantindo que os clientes obtenham os preços compatíveis com seu comportamento de busca.

### 3. Recomendações inteligentes

Use algoritmos de recomendação para sugerir acomodações, atividades e itinerários com base no perfil do cliente, tornando a pesquisa de viagens mais eficiente.

### 4. Análise de sentimento

Monitore as redes sociais e as avaliações dos clientes para medir o sentimento em relação à sua empresa e aos destinos que você oferece. A IA pode ajudar a identificar tendências e áreas que precisam de atenção.

### 5. Chatbots de reservas

Permita que os clientes façam reservas diretamente por meio de *chatbots* alimentados por IA simplificando o processo de reserva. Eles oferecem aos seus clientes respostas automáticas para as perguntas mais comuns.

Os *chatbots* apresentam várias vantagens essenciais para um *e-commerce*, especialmente em termos de custo reduzido e disponibilidade contínua de atendimento, uma vez que são baseados em inteligência artificial e podem funcionar 24 horas por dia, sete dias por semana.



## Realidade virtual (VR)

---

A tecnologia de realidade virtual (VR) envolve o uso de um headset VR, que exibe imagens 3D ao usuário, proporcionando a sensação de estar em um ambiente digital.

Sensores de movimento rastreiam os movimentos da cabeça e, em alguns casos, do corpo, permitindo que o usuário olhe ao redor e se mova no ambiente virtual.

A adição de áudio 3D e controladores também contribuem para uma experiência impactante, permitindo que os usuários explorem, interajam e vivenciem ambientes virtuais de forma imersiva.



## Realidade aumentada (RA)

---

A RA pode ser uma boa aliada na criação de espaços de experimentação e experiências mais divertidas para atrair e envolver os clientes em uma agência ou operadora de viagens.

O foco da RA não é substituir totalmente o ambiente do usuário como na VR, mas melhorar a perspectiva de entendimento do resultado esperado por meio de sobreposições.

### 1. Visualização de destinos

Ofereça experiências de realidade virtual que permitam aos clientes “viajar” para destinos antes de tomar uma decisão de compra. Explore a capacidade de usar RA para mostrar virtualmente os destinos que o cliente está considerando visitar. Isso pode incluir passeios virtuais por cidades, praias ou locais de interesse.



## 2. Experimentação virtual

Permita que os clientes experimentem virtualmente atividades ou experiências de viagem, como, por exemplo, testar diferentes classes de quartos de hotel ou até experimentar algo mais radical, como a vivência um passeio de balão de ar quente.

## 3. Navegação melhorada

Utilize RA para fornecer mapas e direções interativas que ajudem os clientes a se orientarem em destinos desconhecidos.

## 4. Tradução em tempo real

Ofereça tradução em tempo real por meio de RA, facilitando a comunicação em destinos onde o idioma pode ser uma barreira.

## 5. Realidade aumentada em documentação de viagem

Use RA para tornar documentos de viagem, como itinerários e guias, mais interativos e informativos.

## 6. Realidade aumentada em experiências locais

Durante a viagem, permita que os clientes usem RA para obter informações adicionais sobre locais turísticos, obras de arte, marcos históricos, etc.

## 7. Publicidade e promoções interativas

Utilize RA em campanhas publicitárias e promoções para criar experiências imersivas que envolvam os clientes e os incentivem a explorar os produtos turísticos.



## Loja como ponto de partida da viagem

Ao aplicar elementos de design em agências e operadoras de viagem para contar histórias por trás de cada destino, é possível criar um ambiente que contribua para promover experiências únicas e envolventes para os clientes, acelerando o processo de decisão e de compra de um produto turístico.

### 1. Telas de vídeo

Tenha telas de projeção que exibam imagens de destinos, viagens e experiências.

Use vídeos para contar histórias sobre as vivências que os clientes podem ter ao visitar esses lugares.

### 2. Vitrines dinâmicas

Use vitrines dinâmicas que mudam periodicamente para contar histórias diferentes. Por exemplo, em uma temporada você pode destacar destinos de praia e na próxima temporada focar em destinos de aventura. Isso mantém a loja interessante de se visitar.

### 3. Exposições temáticas

Crie exposições temáticas em sua agência ou operadora de viagem para destacar produtos ou destinos específicos.

Use elementos de design, como banners, gráficos e decoração, que comuniquem a atmosfera e a cultura dos lugares que você oferece.

### 4. Mapas interativos

Tenha mapas interativos em sua loja que permitam aos clientes explorar os destinos disponíveis. Quando um cliente toca em um destino no mapa, podem aparecer na tela informações sobre a história, cultura e atrações locais.

### 5. Decoração inspirada no destino

Decore a loja com elementos que remetam aos destinos que você vende. Isso pode incluir arte, esculturas, móveis e decoração inspirados na cultura local.

Use cores e materiais que estejam associados aos destinos que você oferece. Por exemplo, se você vende viagens para o Caribe, use tons de azul e móveis de madeira que lembrem praias tropicais.

### 6. Experiência de outro viajante

#### ■ Histórias de viagem

Tenha material visual com histórias reais de viagem de clientes que compraram pacotes da sua agência. Isso ajuda a criar empatia e inspiração para os futuros viajantes.

#### ■ Feedback e interatividade

Crie oportunidades para os clientes compartilharem suas próprias histórias de viagem e *feedback*. Isso pode ser feito por meio de murais de comentários, quadros interativos ou mesmo conteúdos compartilhados em redes sociais.

#### ■ Vivências e dicas

Convide viajantes experientes para compartilhar suas histórias e dicas de viagem com os clientes.





## Estimulando a experimentação e a sensorialidade

### Eventos e workshops interativos

Monte ações interativas com os clientes que os ajudem a conhecer mais sobre o destino e a despertar o desejo de programar a próxima viagem.

#### ■ Eventos temáticos

Organize encontros temáticos relacionados a destinos específicos, com apresentações, comida, bebida e música típica.

#### ■ Aulas de culinária

Ofereça aulas de culinária com chefs locais ou culinárias para ensinar aos clientes pratos autênticos de diferentes destinos.

#### ■ Oficinas de planejamento de viagem

Realize workshops onde os clientes podem aprender a planejar suas próprias viagens, com dicas e orientações sobre algum destino específico.

### Experiências sensoriais e gastronômicas

Integre elementos sensoriais, como música, aromas e degustações de comida, que estejam relacionados aos destinos em destaque naquele momento. Isso cria uma experiência sensorial que conecta os clientes emocionalmente aos lugares.

#### ■ Aromas e sabores

Use aromas e degustações para transportar os clientes para os destinos que você está promovendo.

Ofereça comidas e bebidas típicas de destinos específicos. Isso permite que os clientes experimentem a cultura culinária do local.

#### ■ Elementos táteis

Disponibilize amostras de tecidos, materiais ou artesanato local para que os clientes possam tocar e sentir.

### ■ Artistas e performances

Contrate artistas locais para apresentações de música, dança ou outras performances relacionadas a destinos específicos.

## Experiência com diversão garantida

A gamificação é uma ótima forma de envolver os clientes por meio de experiências divertidas de interação com produtos e serviços turísticos. Ela é usada para motivar, engajar e incentivar a participação das pessoas em diversas atividades.

Com a gamificação é possível aproveitar os aspectos divertidos e envolventes dos jogos, como competição, recompensas e desafios, para gerar maior conexão com a marca.

### ■ Caça ao tesouro

Crie um jogo de caça ao tesouro na loja ou ambiente on-line, onde os clientes precisam encontrar informações sobre destinos e atividades. Quanto mais pistas forem encontradas, maior a recompensa.

### ■ Quiz de viagem

Organize *quizzes* interativos sobre geografia, cultura e destinos de viagem.

Ofereça prêmios atrativos para incentivar a participação.



A busca por viver experiências está em alta. As pessoas estão dispostas a investir e até pagar mais caro pela oportunidade de uma vivência única e pensada para ser perfeita nos mínimos detalhes.

Além de seu portfólio tradicional, agências e operadoras de viagens podem aumentar suas receitas incentivando cada vez mais o turismo de experiência. Existe uma ampla variedade de experiências que podem ser oferecidas a diferentes perfis de consumidores, dependendo dos interesses, orçamento e preferências de cada cliente.

A chave é entender bem o público-alvo, suas necessidades e hábitos, e adaptar as ofertas de viagem de acordo com perfil de cada cliente. Busque conhecer seus viajantes e usar ferramentas de IA para descobrir e promover de forma direcionada as experiências com maior poder de atração.



## Tipos de experiências que podem ser ofertadas

### Pacotes de viagem temáticos

Crie pacotes de viagem com temas específicos, como aventura, cultura, gastronomia, história, ecoturismo, esportes, entre outros.

### Viagens de aventura

Para os mais aventureiros, ofereça experiências como trekking em montanhas, rafting, safáris, escalada, mergulho, etc.

### Cruzeiros

Venda pacotes de cruzeiros para destinos tropicais, cidades costeiras ou cruzeiros temáticos, como cruzeiros de música ou cruzeiros gastronômicos.

### Viagens culturais

Explore a cultura local, oferecendo passeios que incluem visitas a museus, festivais, espetáculos e encontros com artistas locais.

### Viagens de luxo

Ofereça experiências de viagem de alto nível, incluindo estadias em hotéis de luxo, jantares gourmet, transporte privado e atividades exclusivas.

### Viagens de lua de mel

Crie pacotes românticos que incluam estadias em resorts de praia, passeios românticos e experiências personalizadas para casais.

### Viagens em família

Desenvolva pacotes adequados para famílias com atividades que agradem a todas as idades, como parques temáticos, praias familiares e programas de aventura.

### Viagens gastronômicas

Para os amantes da comida, ofereça viagens focadas na culinária local, incluindo aulas de culinária, degustações e visitas a restaurantes renomados.

### Viagens de bem-estar

Promova viagens de relaxamento e rejuvenescimento, com estadias em spas, retiros de ioga, meditação e atividades relacionadas à saúde.

### Viagens de estudo e educação

Crie programas educacionais que permitam aos viajantes aprender sobre história, arte, ciência ou idiomas em locais relevantes.

### Viagens esportivas

Para entusiastas de esportes, organize viagens para eventos esportivos, como copas do mundo, maratonas ou torneios de golfe.

### Viagens de voluntariado e férias solidárias

Ofereça oportunidades para os clientes se envolverem em projetos de voluntariado em comunidades necessitadas ou projetos de conservação.

### Viagens de negócios

Para viajantes a negócios, forneça serviços como reservas de hotéis, transporte executivo e organização de reuniões.

### Viagens de aventura em grupo

Organize viagens em grupo para pessoas com interesses semelhantes, como grupos de ciclistas, motociclistas, escaladores, caminhantes ou amantes da natureza.

### Viagens de comemoração

Ajude os clientes a celebrar ocasiões especiais, como aniversários, aniversários e despedidas de solteiro, com experiências personalizadas.

### Viagens de cruzeiro fluvial

Além dos cruzeiros oceânicos, ofereça viagens relaxantes em rios, explorando cidades ribeirinhas.

### Viagens de caça e pesca

Para entusiastas da caça e pesca, ofereça pacotes que incluam acomodações em locais propícios a essas atividades.

### Viagens de aventura off-road

Para os amantes de veículos todo-terreno, ofereça aventuras off-road em desertos, montanhas e florestas.

### Viagens de relocação

Ajude as pessoas a planejar e executar mudanças internacionais, incluindo toda a logística de realocação.

## Invista em experiências envolventes



### Construa jornadas multissensoriais

Quando os consumidores experimentam uma jornada de sensações bem planejada, eles, não apenas, absorvem informações, mas, também, vivenciam emoções e memórias que ficam associadas a uma marca ou produto.

Crie experiências imersivas que combinem vários sentidos, como um evento temático que inclua música, iluminação, degustações de comida e elementos táteis para proporcionar uma experiência rica em sensações que tocam profundamente as emoções dos participantes.

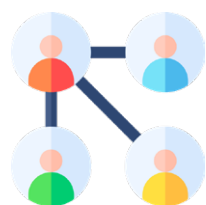
Essas conexões emocionais, quando positivas, resultam em vendas e fidelização com clientes que promovem e defendem suas marcas cativas.



### Monte narrativas e histórias cativantes

Use a narrativa para envolver os consumidores emocionalmente.

Conte histórias que ressoem com seus valores e interesses, conectando a experiência ao seu contexto pessoal. Isso pode ser feito por meio de guias turísticos, vídeos ou apresentações interativas.



### Gere interatividade e interação social

Incentive a interação social durante a experiência. As conexões com outras pessoas, muitas vezes, geram emoções positivas e duradouras.

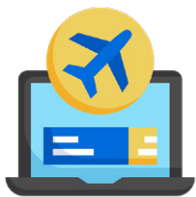
Promova atividades práticas que envolvam os clientes, como aulas de culinária, degustações de vinhos, aulas de dança ou workshops de artesanato local. Isso permite que os clientes socializem em um clima positivo e participem ativamente da cultura do destino.



### Bole experiências exclusivas e divertidas

Invista na montagem de um ambiente interativo e envolvente, que permita aos clientes explorar, aprender e se divertir enquanto consideram suas opções de viagem. Essas experiências aumentam o engajamento do cliente e tem o poder de gerar vendas mais expressivas.

# Invista na transformação digital



## Tenha reservas *online*

Ofereça a opção de reservas *online* para simplificar o processo de compra.

Certifique-se de que seu *site* seja fácil de navegar, que tenha um carregamento rápido de páginas, responsivo ao mobile e que o processo de reserva seja intuitivo.

Avalie a criação de um aplicativo próprio. Para ganhar visibilidade, inclua seu perfil em plataformas conhecidas e bem avaliadas pelos clientes.



## Busque automatização de *marketing*

Use ferramentas de automação de *marketing* para enviar mensagens personalizadas com base nas ações e interesses do cliente. É possível construir uma comunicação 100% direcionada, incluindo nome, informações de viagens passadas, interesses atuais e recomendações com alto *match*, isto é, com encaixe perfeito de interesses.



## Lembre-se do *analytics*

Aproveite as ferramentas de análise para rastrear o comportamento do cliente em seu site e campanhas de *marketing*. Isso ajudará a identificar áreas de melhoria e a afinar cada vez mais a abordagem.



## Promova demos

Mostre aos clientes como usar aplicativos e ferramentas *online* para planejar suas viagens.

Faça tutoriais com demos de aplicativos e ferramentas de planejamento de viagens que podem ser úteis ao cliente para enriquecer e facilitar sua viagem.

Faça uma curadoria das melhores opções de aplicativos e busque parcerias com *startups* para desenvolver soluções personalizadas.



## Fontes

<https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>

<https://blog.opinionbox.com/tendencias-de-customer-experience/>

<https://www.cnnbrasil.com.br/forum-opinio/a-melhora-na-experiencia-do-cliente-como-impulsionador-no-setor-de-turismo/>

<https://agentenot>

[https://www.ibm.com/br-pt/consulting/experience?utm\\_content=SRCWW&p1=Search&p4=43-700075050939891&p5=p&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXOEb3g0TOdhzvXwzjf](https://www.ibm.com/br-pt/consulting/experience?utm_content=SRCWW&p1=Search&p4=43-700075050939891&p5=p&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXOEb3g0TOdhzvXwzjf)

[https://www.ibm.com/br-pt/consulting/experience?utm\\_content=SRCWW&p1=Search&p4=43-700075050939891&p5=p&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXOEb3g0TOdhzvXwzjfJZS3kXUx9tbuDNrOShGxit09W7Bg7A\\_ZvvlxoxC-XsQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.ibm.com/br-pt/consulting/experience?utm_content=SRCWW&p1=Search&p4=43-700075050939891&p5=p&gclid=CjwKCAjwxaanBhBQEiwA84TVXOEb3g0TOdhzvXwzjfJZS3kXUx9tbuDNrOShGxit09W7Bg7A_ZvvlxoxC-XsQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

<https://t360consultoria.com/experiencia-do-cliente-cx/>

<https://limbersoftware.com.br/blog/como-atrair-mais-visitantes-ao-seu-atrativo-turistico/>

<https://www.paytour.com.br/blog/dicas-para-melhorar-a-experiencia-do-cliente-em-seu-negocio-de-turismo/>

<https://www.cnnbrasil.com.br/forum-opinio/a-melhora-na-experiencia-do-cliente-como-impulsionador-no-setor-de-turismo/>

<https://www.revfine.com/pt/experiencia-do-cliente-industria-de-viagens/>

<https://blog.panrotas.com.br/mktdestinos/2023/03/13/experiencia-do-cliente-e-tecnologia-em-viagens/>

<https://blog.moblix.com.br/como-melhorar-a-experiencia-do-cliente-em-seu-site-de-viagens/>

<https://www.revfine.com/pt/vr-hotel-tour/>

<https://www.revfine.com/pt/industria-de-viagens-de-realidade-virtual/>

<https://www.revfine.com/pt/industria-de-viagens-de-realidade-aumentada/>



## AÇÕES RECOMENDADAS



A ideia por trás da experiência sensorial, em resumo, é criar uma atmosfera perfeita para impulsionar as vendas e a conexão com os clientes. A estratégia pode ter como objetivo estimular um ou mais sentidos, conforme o perfil do cliente e da empresa. Ao desenvolver uma estratégia de estímulo sensorial, o objetivo é passar uma mensagem mais aprofundada para o consumidor. Isso vai permitir despertar sensações como aconchego, bem-estar e impulso positivo, criando um ambiente favorável para fechar a venda.



Priorizar oportunidades que levem os colaboradores a passarem mais tempo auxiliando e interagindo com os consumidores pode ajudar as marcas a criarem conexões mais autênticas. Um dos benefícios do contato cliente-funcionário é a capacidade que isso gera de coletar ideias que ajudam a melhorar os serviços oferecidos pela empresa. A tendência é que cada vez mais as instituições invistam em treinamentos que ensinem aos funcionários a importância de surpreender os clientes.



As empresas têm se preocupado em encontrar maneiras de oferecer experiências imersivas aos seus clientes como método de captura de tempo de qualidade. Poder tratar os compradores cada vez mais como convidados, oferecendo momentos prazerosos, é ir além do tradicional e buscar um relacionamento mais íntimo com eles.



O atendimento personalizado ajuda as empresas a vender mais e melhor, pois melhora a experiência do cliente, que pode ser fidelizado e até virar uma pessoa promotora da sua marca. Para isso, é preciso oferecer um atendimento humanizado, diversificar os canais de atendimento, ter um histórico de dados sobre cada cliente, oferecer exclusividades e contar com a tecnologia para melhorar a experiência do cliente.



Os hábitos de consumo do futuro são moldados por uma variedade de fatores como: avanços tecnológicos, mudanças sociais, preocupação com questões ambientais e com questões econômicas. Diante de tanta transformação, é fundamental compreender comportamentos, estilos de vida e mudanças socioculturais globais que impactarão as economias, para, então, tomar decisões assertivas agora, que reduzam riscos e mantenham a competitividade. Para ter acesso ao panorama sobre as principais tendências de comportamento de consumo para 2024 e saber mais sobre os sentimentos responsáveis por nortear as escolhas dos clientes, [clique aqui](#) e saiba mais.



Entre em contato pelo 0800 570 0800 e agende atendimento na unidade do Sebrae mais próxima de você e saiba como contratar essas soluções para melhorar a competitividade da sua empresa.

## Relatório de Inteligência

Gerência de Conhecimento e Competitividade  
Gerente: Margareth de Sousa G. Carvalho  
Gestora do Programa Sebrae Inteligência de Mercado: Mara Godoy  
Conteudista: Simone Andretti  
Revisão: Tainá Arruda  
Diagramação: Sigla

Entre em contato com o  
Sebrae: **0800 570 0800**

## TURISMO

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.