

Análise de Dados do Resort - Estratégias Baseadas em Insights

Apresentação focada em aumentar ocupação e receita do resort, explorando dados e tendências. O objetivo é apresentar insights e soluções para otimizar o negócio e maximizar o potencial do resort.



por Alessandra Rezende



Objetivo da Análise

1

Aumento de Receita

Identificar oportunidades para aumentar a receita do resort, buscando novas fontes de renda e otimizando a gestão dos recursos existentes.

2

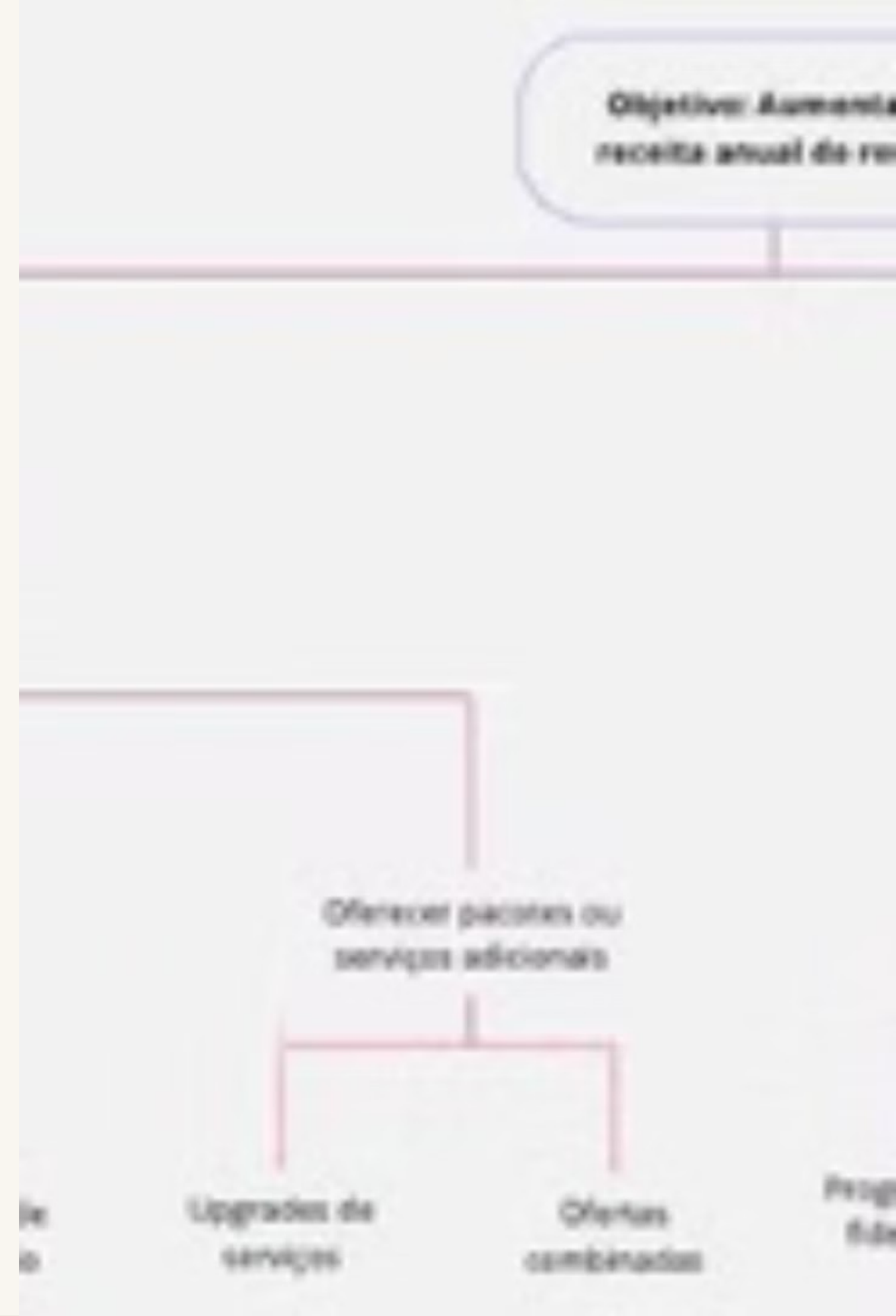
Ocupação Máxima

Compreender as tendências de ocupação do resort, com foco em maximizar a ocupação durante todo o ano, incluindo períodos de baixa temporada.

3

Análise de Dados

Utilizar dados e indicadores chave para identificar padrões, tendências e oportunidades de melhoria na gestão do resort.



Ocupação e Tendências

Alta Temporada

Julho e agosto apresentam picos de ocupação, demonstrando a alta demanda durante a alta temporada.

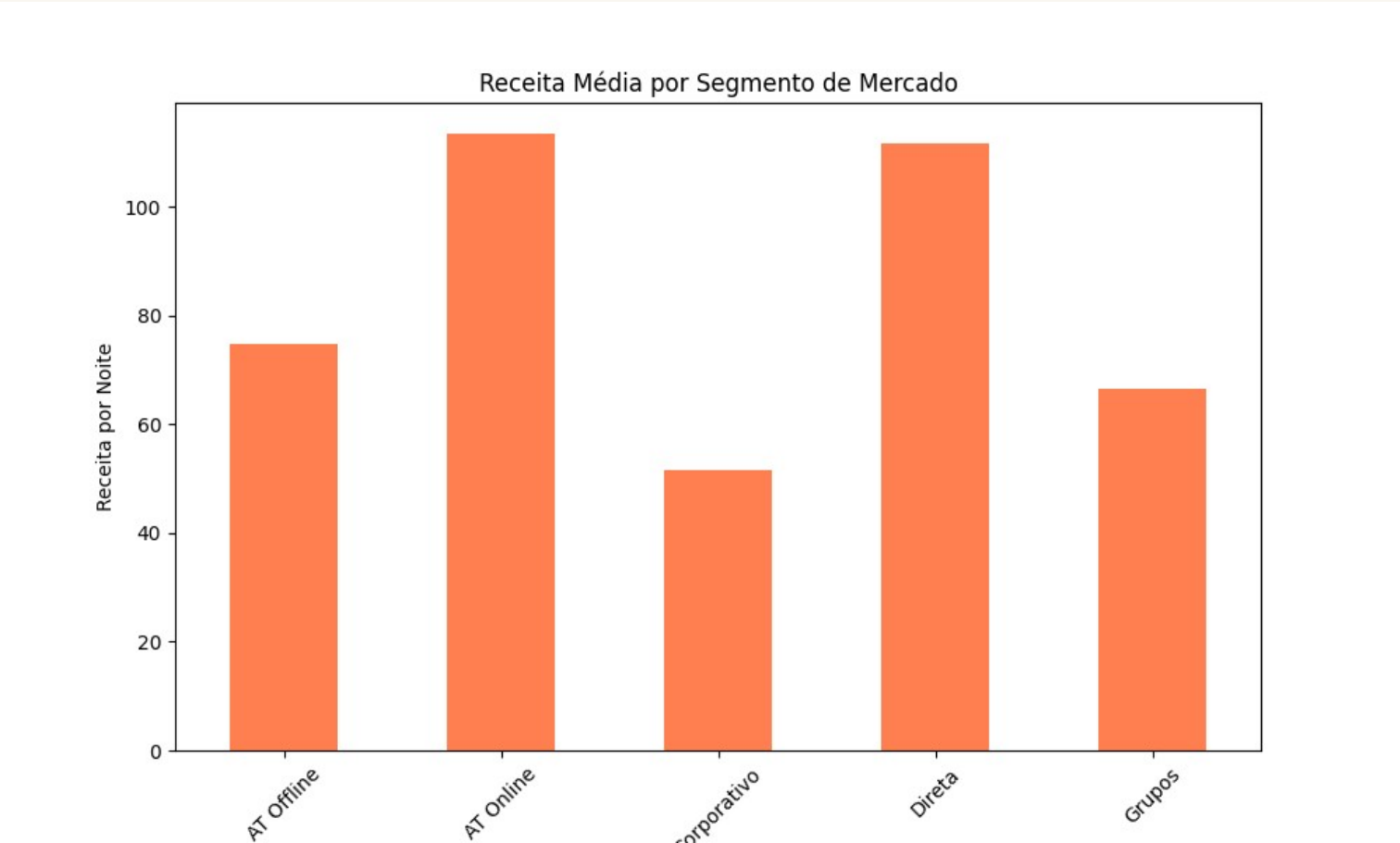
Ocupação Semanal

A ocupação durante a semana é significativamente maior que nos finais de semana, revelando uma oportunidade de atrair um público específico.

Tendências

Analisar as tendências de ocupação ao longo do ano, identificando períodos de alta e baixa demanda para criar estratégias personalizadas.

Receita por Segmento



Segmento	Receita	Potencial
AT Online	Alta	Manter e fortalecer
Direta	Alta	Incentivar reservas diretas
Grupos	Média	Otimizar pacotes e serviços
Corporativo	Baixa	Explorar oportunidades e parcerias

Taxa de Cancelamento e Impacto

1

Grupos

Alta taxa de cancelamento (42,39%) no segmento de grupos.

2

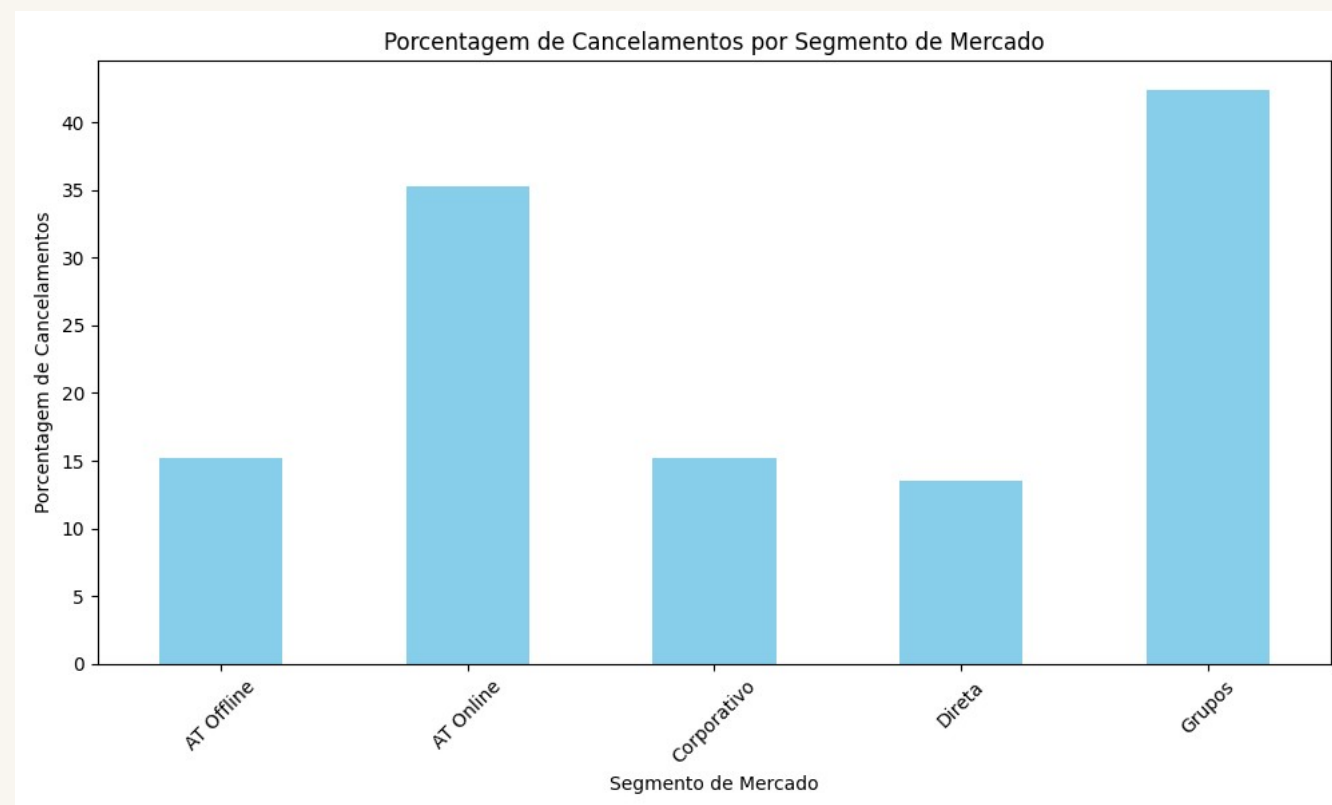
Reservas Antecipadas

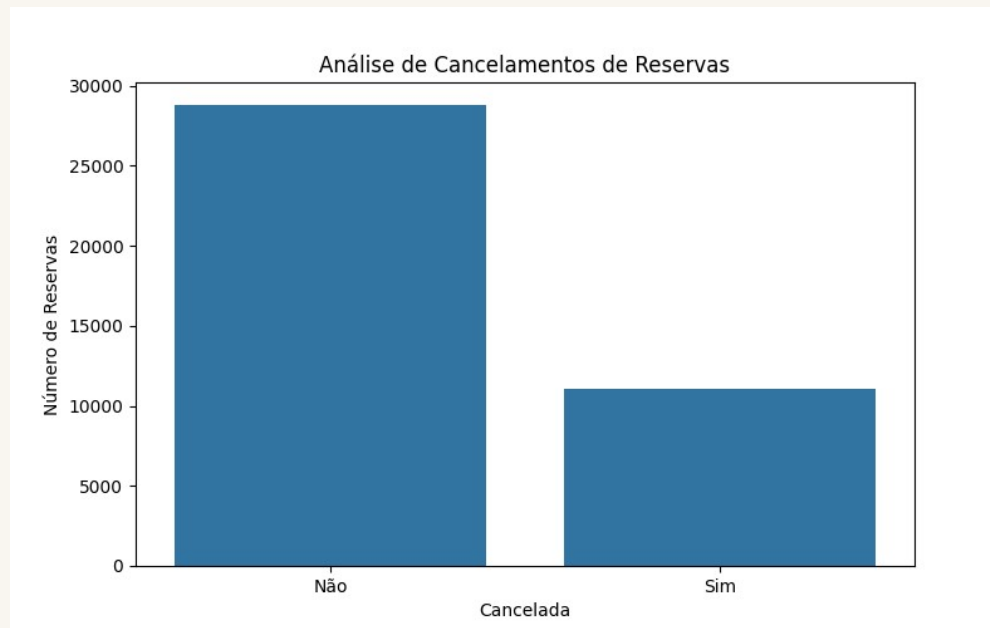
Cancelamentos aumentam com reservas feitas com muita antecedência (91+ dias).

3

Impacto Financeiro

Cancelamentos geram perda de receita e vagas indisponíveis, prejudicando a gestão do resort.





Soluções para Taxa de Cancelamento

Política Flexível

Implementar uma política de cancelamento mais flexível, permitindo alterações e cancelamentos com menos restrições.

Incentivos

Oferecer incentivos para hóspedes que mantêm suas reservas, como descontos, upgrades de quarto ou benefícios exclusivos.

Comunicação Eficaz

Comunicar claramente as políticas de cancelamento e as opções de reembolso aos hóspedes, evitando confusões e frustrações.

Aumentar a Receita e Ocupação

1 Campanhas Sazonais

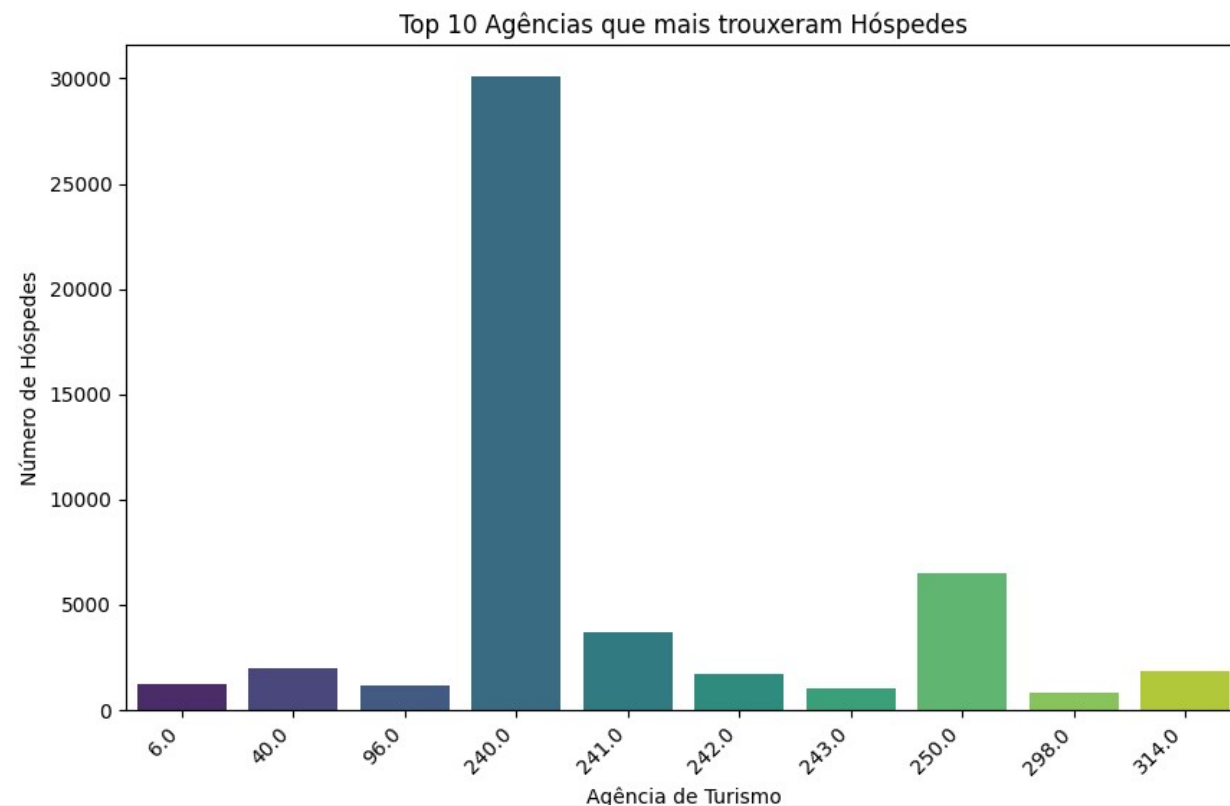
Criar campanhas promocionais para períodos de baixa demanda, como novembro e dezembro, com descontos e pacotes especiais.

2 Parcerias

Fortalecer parcerias com OTAs e influenciadores para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes.

3 Pacotes Promocionais

Oferecer pacotes promocionais que combinem a hospedagem com atrações locais, criando experiências completas para os hóspedes.



Cientes Fidelizados

1. Programa de Fidelidade

Reformular o programa de fidelidade, oferecendo benefícios atrativos como descontos, upgrades e recompensas por frequência.

3. Comunicação Personalizada

Criar uma comunicação personalizada para os clientes fidelizados, reconhecendo sua importância e oferecendo ofertas exclusivas.

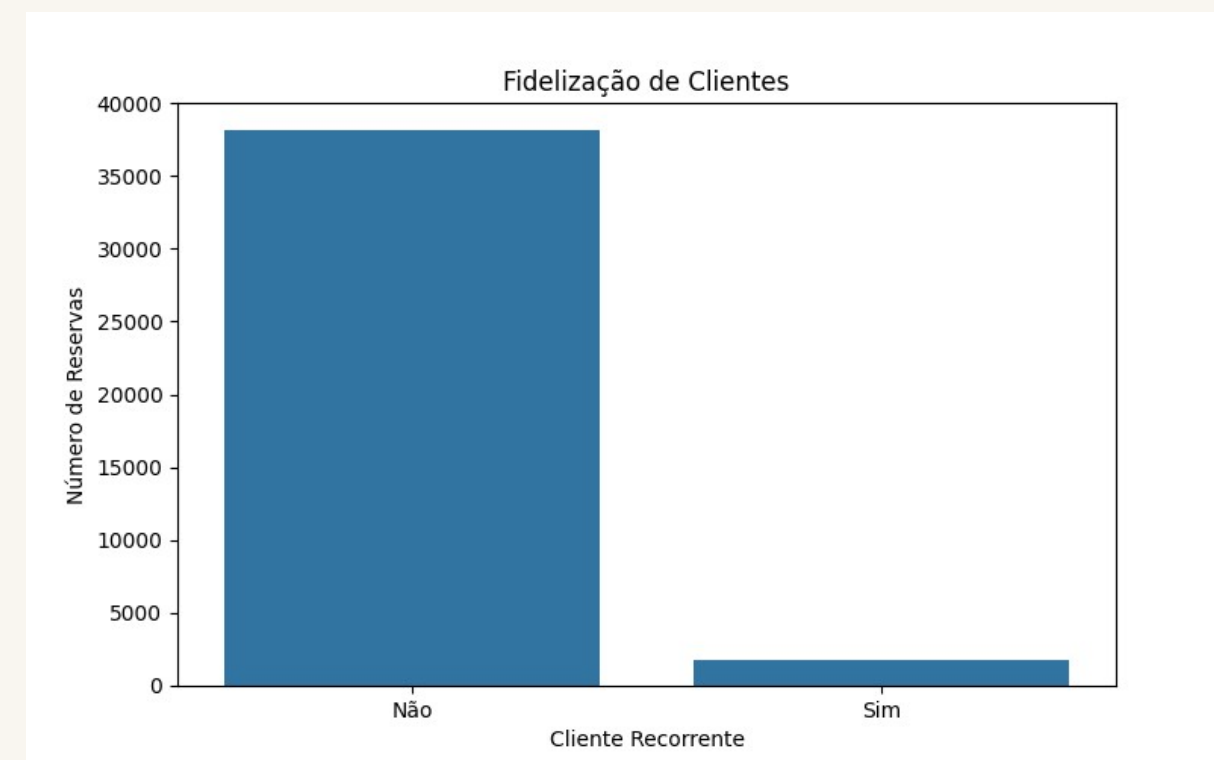
1

2

3

2. Sistema de Pontos

Implementar um sistema de pontos e recompensas, permitindo que os hóspedes acumulem pontos por gastos e troquem por produtos e serviços.





Conclusão e Recomendações

Após analisar os dados de ocupação, receita e cancelamentos do resort, identifiquei algumas ações estratégicas que podem ajudar a aumentar a receita e a ocupação, além de melhorar a experiência dos clientes.

Primeiro, é essencial focar nos canais mais lucrativos, como os segmentos **AT Online** e **Direta**, que apresentam as maiores receitas por reserva. Podemos fortalecer parcerias com plataformas online e criar incentivos para reservas diretas, como descontos exclusivos ou benefícios adicionais.

Segundo, a alta taxa de cancelamentos, especialmente em grupos, precisa ser reduzida. Para isso, sugiro implementar uma política de cancelamento mais flexível e oferecer incentivos para hóspedes que mantêm suas reservas, como upgrades de quarto ou descontos em futuras estadias.

Terceiro, o número de clientes fidelizados é extremamente baixo, com apenas dois registrados. Reformular o programa de fidelidade, introduzindo benefícios claros como descontos, upgrades e recompensas por frequência, pode aumentar a retenção e o engajamento dos hóspedes.

Por fim, recomendo ajustar as estratégias de precificação e marketing para melhor aproveitar a sazonalidade. Por exemplo, campanhas sazonais em períodos de baixa demanda, como novembro e dezembro, e pacotes promocionais para períodos de alta demanda, como julho e agosto.

Com essas ações, o resort pode não apenas maximizar a receita e a ocupação, mas também fortalecer sua relação com os clientes e garantir uma experiência mais satisfatória para os hóspedes.