

PANORAMA DA PESQUISA DO MERCADO

	Nome da Empresa	Slogan da empresa	Ramo da empresa	Serviços oferecidos
Concorrente 01	FancyPlan	"Para um estilo de viagem só seu."	Venda de pacotes de viagens únicos e personalizados.	Pacotes personalizados; Atendimento via chat e telefone; App próprio com cupons ; Compras com até 2 anos de antecedência; Plano de fidelidade (viagem gratuita a cada 2 viagens).
Concorrente 02	Itinerary	"Aqui os seus sonhos viram itinerários."	Venda de pacotes de viagens personalizados.	Pacotes personalizados (roteiros únicos); Atendimento via chat e telefone; Compras com desconto a partir de R\$ 3.000,00 ; Oferece pacotes personalizados para empresas (B2B).
Concorrente 03	Our Flight	"Seu destino, nosso vôo."	Venda de pacotes de viagens personalizados.	Pacotes personalizados (foco em jovens e famílias); Aplicativo próprio para vendas ; Atendimentos via app; Planos de assinatura para clientes frequentes.
TripIdeias	TripIdeias	"Ideias viram experiência"	Venda de pacotes de viagens	Pacotes personalizados e únicos (baseados em

	Nome da Empresa	Slogan da empresa	Ramo da empresa	Serviços oferecidos
		s únicas."	personalizados .	objetivos e ocasiões especiais); Atendimentos oferecidos via chat de WhatsApp e através de ligações .

Análise de Mercado para TripIdeias

O desafio é preencher a pesquisa de mercado para compreender o panorama competitivo da TripIdeias e o problema a ser resolvido.

Abaixo está o preenchimento do formulário com os dados extraídos do material fornecido pela ALURA.

	Nome da Empresa	Slogan da empresa	Ramo da empresa	Serviços oferecidos
Concorrente 01	FancyPlan	"Para um estilo de viagem só seu."	Venda de pacotes de viagens únicos e personalizados .	Pacotes personalizados; Atendimento via chat e telefone; App próprio com cupons ; Compras com até 7 anos de antecedência; Plano de fidelidade (viagem gratuita a cada 6).
Concorrente 02	Itinerary	"Aqui os seus sonhos viram itinerários."	Venda de pacotes de viagens personalizados .	Pacotes personalizados (roteiros únicos); Atendimento via chat e telefone; Compras com desconto a partir de R\$ 3.000,00 ; Oferece pacotes personalizados para

	Nome da Empresa	Slogan da empresa	Ramo da empresa	Serviços oferecidos
				empresas (B2B).
Concorrente 03	Our Flight	"Seu destino, nosso vôo."	Venda de pacotes de viagens personalizados.	Pacotes personalizados (foco em jovens e famílias); Aplicativo próprio para vendas ; Atendimentos via app; Planos de assinatura para clientes frequentes.
TripIdeias	TripIdeias	"Ideias viram experiências únicas."	Venda de pacotes de viagens personalizados.	Pacotes personalizados e únicos (baseados em objetivos e ocasiões especiais); Atendimentos oferecidos via chat de WhatsApp e através de ligações .

Área para Anotar as Conclusões (Respostas aos Questionamentos)

As conclusões abaixo respondem aos questionamentos sobre o mercado e o problema da TripIdeias:

1. Ramo de Atuação da Empresa

A **TripIdeias** atua no ramo de **Venda de pacotes de viagens personalizados**. Este é o mesmo nicho de mercado de todos os seus concorrentes diretos (FancyPlan, Itinerary, Our Flight), o que indica que a personalização é o principal foco do segmento.

2. Maiores Concorrentes

Os maiores concorrentes diretos (baseados no anexo) são: **FancyPlan**, **Itinerary** e **Our Flight**.

3. Ações dos Concorrentes (O que fazem e o que não fazem)

- O que já fazem (Vantagem competitiva da concorrência):**

- Todos oferecem alto nível de **personalização de pacotes**.
- Dois concorrentes (**FancyPlan** e **Our Flight**) já possuem **aplicativos próprios** para vendas/atendimento.
- Os concorrentes oferecem estratégias variadas de fidelização (Plano de Fidelidade na FancyPlan, Planos de Assinatura na Our Flight) e nichos de mercado (Foco B2B na Itinerary, Foco em jovens/famílias na Our Flight).

- O que não fazem (Oportunidades):**

- Nenhum dos concorrentes mencionados explicitamente oferece o **chat de WhatsApp** como canal de atendimento, que é uma ferramenta utilizada pela TripIdeias.
- A concorrência não se destaca com um diferencial principal em **pacotes baseados em objetivos e ocasiões especiais**, o que é o foco da TripIdeias.

4. O que Destaca a TripIdeias

Os principais diferenciais da TripIdeias são:

1. Pacotes personalizados baseados em objetivos e ocasiões especiais das pessoas (ex: lua de mel, viagem de formatura, etc.).

2. O uso do chat de WhatsApp como canal de atendimento, além das ligações.

5. O Problema: Certeza ou Hipótese?

O que foi relatado sobre o problema é uma **Certeza** em termos de diagnóstico:

- **Certeza:** A natureza do serviço (cada viagem é única) leva a um **alto volume de atendimentos simultâneos**.
- **Certeza:** Este volume está causando a necessidade de **agilizar o atendimento**.

A **hipótese** está na solução proposta:

- **Hipótese:** A criação de um novo **aplicativo** é a melhor forma de agilizar o atendimento, permitindo orçamentos e compras mais rápidas.

6. O que a Empresa Sabe, de Fato, Sobre o Problema

A empresa tem certeza de que o modelo de negócios de **alta personalização** está **sobrecregando os canais de atendimento atuais** (WhatsApp e ligações), resultando em uma experiência que precisa ser mais ágil. A meta é **desafogar** o atendimento, permitindo que os clientes **solicitem orçamentos, vejam promoções e comprem** de forma mais autônoma e rápida.

A existência de apps nos concorrentes **FancyPlan** e **Our Flight** confirma a **viabilidade** da solução proposta.

MATRIZ CSD

Certezas (C)	Suposições (S)	Dúvidas (D)
Pacotes de viagem são personalizados e únicos para cada cliente.	O atendimento por chat e telefone/ligação é lento e sobrecrega a equipe.	Qual é o principal gargalo do atendimento atual (ex: tempo gasto em cada cotação, dificuldade de comunicação, falta de ferramentas)?
A TripIdeias atua no ramo de venda de pacotes personalizados , assim como seus 3 principais concorrentes.	Um novo aplicativo é o melhor meio para agilizar a solicitação de orçamentos e compras.	Por que os clientes buscam a TripIdeias no WhatsApp/ligação em vez de preencher um formulário no site (se houver)?
A concorrência (FancyPlan e Our Flight) já utiliza aplicativos próprios para vendas/atendimento.	O cliente ideal da TripIdeias está disposto a usar um aplicativo para solicitar e gerenciar a compra de um serviço de alto valor e personalizado .	Quais funcionalidades os clientes mais valorizam nos aplicativos dos concorrentes (FancyPlan/Our Flight)?
O objetivo da empresa é agilizar o atendimento e permitir que os clientes peçam orçamentos e comprem	A falta de promoções visíveis é um fator que atrasa a decisão de compra.	O volume de atendimentos simultâneos é resultado da demand real ou de um processo

Certezas (C)	Suposições (S)	Dúvidas (D)
mais rapidamente.		ineficiente?
O diferencial da TripIdeias é a personalização baseada em objetivos e ocasiões especiais .	O maior valor que o aplicativo pode entregar é a autonomia para o cliente fechar a compra sem intervenção humana.	O que a concorrência (Itinerary) que atende B2B faz para agilizar o atendimento de grandes volumes?