

MARKETING DIGITAL HOTELEIRO

Eloiza Gerolin Canello¹; Huesley de Oliveira²; Júlia Esther de Paula Barros³; Marcio Aparecido Lucio⁴

RESUMO

O objetivo ao realizar este projeto é identificar os métodos mais eficientes de marketing digital hoteleiro na plataforma de avaliação Tripadvisor, e a importância da opinião dos clientes. Para alcançar os objetivos, realizamos uma pesquisa aplicada, exploratória e quali-quantitativa. Para conhecer a opinião dos hóspedes e dos hotéis avaliados no Tripadvisor, sobre a eficiência do marketing digital hoteleiro em uma plataforma de avaliação e da sua tamanha importância, foi utilizado como instrumento de coleta de dados dois questionários online e um impresso. Ao final da pesquisa, identificamos que o marketing digital hoteleiro da plataforma de avaliação Tripadvisor influencia na escolha do hóspede e também identificamos que a alta demanda dos hotéis é consideravelmente afetada pela TripAdvisor.

Palavras-chave: Marketing. Marketing Digital Hoteleiro. TripAdvisor.

INTRODUÇÃO

Com a inovação do marketing, um dos setores comerciais que mais evoluiu, foi o setor hoteleiro, afinal ele está diretamente ligado ao marketing, pois para o sucesso de um meio de hospedagem é necessário a satisfação dos clientes, que com o avanço do marketing, a facilidade em conhecer a opinião dos clientes sobre os serviços prestados aumentou consideravelmente.

De acordo com Kotler e Armstrong (2003) marketing é atividade humana dirigida para satisfazer necessidades e desejos por meio de troca. Portanto, o marketing é uma área muito ampla, podendo ser dividido em setores, entre eles estão: gerência de produto, definição de preço, publicidade e vendas.

A área de marketing também é responsável por cuidar do relacionamento com seus clientes, oferecendo um atendimento personalizado e qualificado. De acordo com Slongo; Mussnich (2005) o relacionamento entre vendedores e compradores existe desde que os homens começaram a negociar bens e serviços, no

¹ Estudante do Curso Técnico de Hospedagem integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense, Campus Camboriú. E-mail: elo.canello@gmail.com

² Estudante do Curso Técnico de Hospedagem integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense, Campus Camboriú. E-mail: huesley06@gmail.com

³ Estudante do Curso Técnico de Hospedagem integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense, Campus Camboriú. E-mail: julia_esthe_barros@hotmail.com

⁴ Professor do Instituto Federal Catarinense, Campus Camboriú. E-mail: marcio.lucio@ifc.edu.br

processo inicial de trocas. Hoje, porém, estes relacionamentos adquirem caráter de gestão estratégica. O marketing tem se tornado cada vez mais essencial, pois ele quando realizado com excelência, transmite ao hóspede maior confiança e segurança pelo pacote adquirido, por isso é fundamental cuidar de sua imagem, mantendo-a atualizada com o mercado a fim de atender as expectativas de seus clientes (KOTLER e ARMSTRONG, 2003).

Seu principal objetivo é buscar a satisfação dos clientes e tornar um produto ou uma empresa conhecida no mercado, para que as vendas aumentem. Nos dias atuais, um dos meios de marketing mais utilizado é por meio das plataformas digitais, já que por elas se tem a oportunidade de saber a opinião dos clientes sobre seus produtos e serviços oferecidos, podendo assim realizar mudanças de acordo com o desejo da clientela (GABRIEL, 2010).

Os clientes desempenham o papel fundamental para o marketing, afinal, sem clientes não há para quem vender ou a quem agradar. Os clientes opinam e realizam sugestões on-line, que afetam os próximos usuários, seja na escolha de um destino ou até mesmo nos serviços que serão oferecidos ao próximo visitante pelo meio de hospedagem.

Essas informações on-line geradas pelos internautas são conhecidas como Conteúdo gerado pelo usuário (CGU), uma forma de divulgação boca a boca eletrônica que tem crescido nos últimos anos, acarretando o desenvolvimento de uma série de ferramentas genericamente definidas como mídias sociais on-line (PETRY, 2015, p.6).

TripAdvisor é um dos maiores sites de viagem do mundo que ajuda aos viajantes a se planejarem com base nas dicas, fotos, avaliações e comentários feitos por usuários que já curtiram diversas atrações em um determinado destino (TRIPADVISOR,2018).

Diante do exposto, o projeto visa identificar a influência do marketing digital hoteleiro da plataforma de avaliação Tripadvisor na escolha e opinião dos clientes, pois atualmente eles obtêm produtos de forma instantânea, mas o que diferencia é a forma na qual o produto é apresentado e comercializado, e o marketing está totalmente ligado ao sucesso de uma venda, que pode ser de um produto físico ou até mesmo um serviço prestado, como no caso dos meios de hospedagem.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa abordada é aplicada, exploratória e quali-quantitativa. De acordo com Gil (2011) a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problema mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudo posteriores.

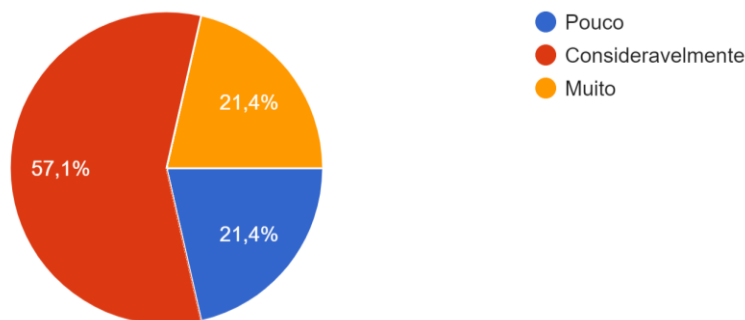
Utilizou-se como instrumento de coleta de dados dois questionários online e um impresso. O primeiro questionário online (questionário hotel) foi enviado via email para os hotéis da cidade de Balneário Camboriú e o outro questionário online (questionário avaliadores) foi enviado para os usuários da plataforma digital TripAdvisor, que avaliaram os hotéis da mesma. O questionário impresso (questionário hóspedes) foi aplicado presencialmente para hóspedes dos meios de hospedagem que se encontram na orla da Praia de Balneário Camboriú, o questionário teve a colaboração e consentimento dos mesmos. Por conta da dificuldade em obter as respostas dos questionários online, optamos por ligar para os hotéis para a aplicação do questionário via telefonema. O questionário dos usuários utilizamos a enquete na rede social Instagram, na enquete perguntamos se as pessoas usavam a plataforma de avaliação, e quem respondeu na enquete que sim, enviamos o questionário para essas elas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Obteve-se 15 respostas dos meios de hospedagens de Balneário Camboriú, 51 respostas dos hóspedes dos meios de hospedagens e 37 respostas dos usuários que utiliza a plataforma de avaliação TripAdvisor.

Como resultados das respostas questionário dos meios de hospedagens, identificou-se que o TripAdvisor, influencia consideravelmente na alta demanda dos meios de hospedagens, conforme Figura 01.

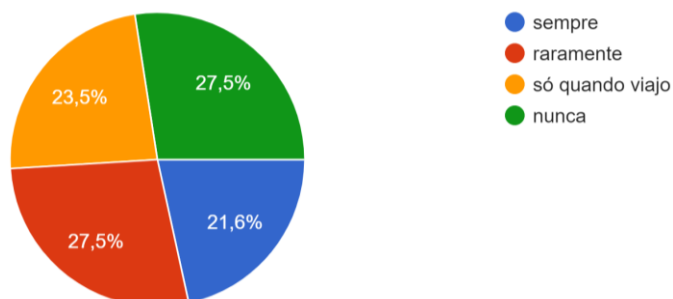
Figura 01 - Influência da plataforma TripAdvisor na demanda dos meios de hospedagens.



Quando questionados sobre a resolução dos problemas citados pelos hóspedes, 93% dos respondentes afirmaram que sempre agem para solucioná-los e o restante respondeu que quase sempre. Quando perguntado sobre a opinião em relação à plataforma TripAdvisor, das 15 respostas, apenas um meio de hospedagem comentou que a plataforma não foi útil para ele, os demais comentaram que era uma ferramenta útil para o meio de hospedagem, pois é uma forma de contato com o cliente final.

Por meio das respostas do questionário dos hóspedes, de acordo com a Figura 02, notou-se que não existe uma frequência de uso, assim demonstrando que as pessoas apenas utilizam as plataformas quando é conveniente. Mesmo com a utilização dividida, a maioria dos hóspedes (75%) acham as plataformas de avaliação relevantes.

Figura 02 - Frequência de utilização das plataformas de avaliação pelos hóspedes



As respostas do questionário aplicado aos usuários da plataforma TripAdvisor demonstraram, que conforme a Figura 03, que o que leva o usuário a escolher o meio de hospedagem é primeiramente o comentário, depois a avaliação por meio de estrela e sequentemente o preço. A Figura 04 apresenta que maioria dos

usuários (83%) se importa igualmente com o preço e com o comentário prestado na plataforma

Figura 03 - Motivo da escolha do meio de hospedagem pelo usuário da plataforma.

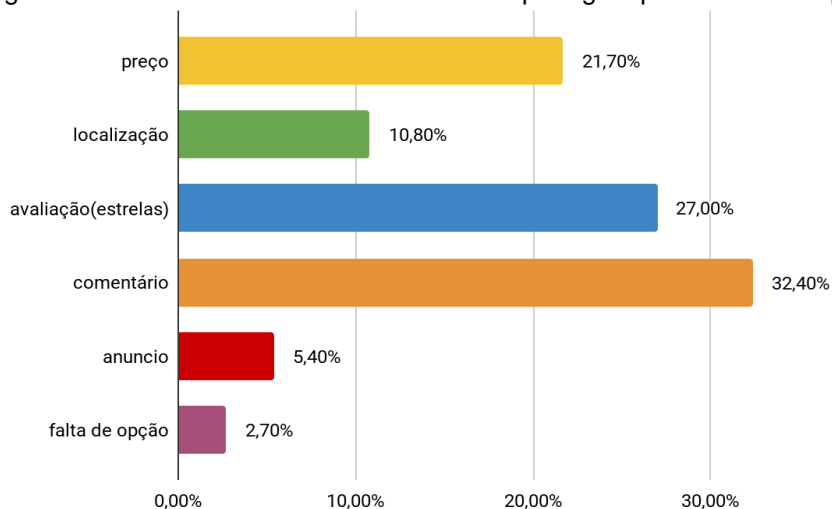
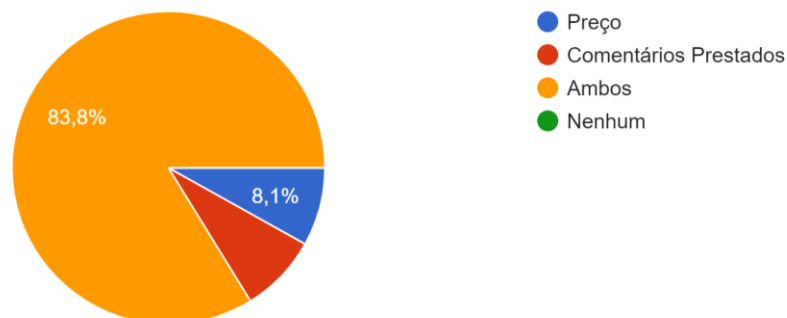


Figura 04 - Importância do preço e comentário prestado sobre o meio de hospedagem para o usuário.



Quando questionados sobre a compatibilidade entre as informações prestada na plataforma e a realidade encontrada no local de hospedagem, 81% dos respondentes consideram compatível.

CONCLUSÕES

Baseado nas respostas, identificou-se que a plataforma de avaliação TripAdvisor tem uma influência na escolha do hóspede com o meio de hospedagem e consequentemente na alta demanda dos meios de hospedagem, essa influência vem por meio de avaliações que os outros usuários postam sobre o meio de hospedagem. Também foi observado que os meios de hospedagem buscam melhorar algum fato,

que eles veem pelos comentários na plataforma de avaliação, essa interação do hóspede com o meio de hospedagem é um dos pontos positivos que o marketing digital pode oferecer, e graças ao marketing digital aumentando, os comércios, não só sendo de turismo vai melhorando, assim oferecendo melhor atendimento a nós, os clientes.

REFERÊNCIAS

GABRIEL, Martha. **Marketing aplicado na era digital**. Conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010. 424p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 200 p.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9.ed. São Paulo: Pearson, 2003. 593 p.

PETRY, Tânia Regina Egert. A percepção dos hóspedes de negócios quanto ao desempenho da qualidade dos prestados nos hotéis de Florianópolis: uma análise a partir do conteúdo gerado no website booking.com. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**. v. 18, n 2, p. 332, mai-ago, 2016. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/8870/4955>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

SLONGO, Luiz Antonio; MUSSNICH, Rafael. Serviços ao cliente e marketing de relacionamento no setor hoteleiro de Porto Alegre. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.9, p. 7-10, jan-mar, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v9n1/v9n1a08.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

TRIPADVISOR. **Sobre o TripAdvisor**. Disponível em <<https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>>. Acesso em 28 jun. 2018