

Edmiel Leandro

linkedin.com/in/edmiel-leandro/

Cenário

Rede de hotéis situados em várias cidades do Brasil busca aumentar conversão e taxa de ocupação.

Análise e Pesquisa

Uma rede de hotéis é uma empresa que administra vários hotéis Muitas vezes os hotéis funcionam de maneira independente

Existem vantagens mútuas para o grupo e o hotel

Vantagens para o hotel:

- O proprietário administra tudo em relação a suas instalações sem se preocupar com a captação de clientes em si. Contudo a prestação de um bom serviço é fundamental para ambos.

Vantagens para a Rede:

 O grupo não precisa ser especificamente dono de uma instalação. Pode simplesmente fazer parcerias com proprietários.
 A função da rede é oferecer uma plataforma de reservas completa.

Se a rede e o hotel for do mesmo dono, tornase claro a estratégia de fortalecimento e expansão da marca Conversão é quando a visita em um site de reserva resulta numa venda, ou numa reserva Taxa de ocupação é a quantidade de quartos de determinado hotel que está ocupado

Insights

O setor de hotelaria geralmente se divide em basicamente dois segmentos: turismo/lazer e negócios. Estar presente nas principais cidades do Brasil define muito bem o principal perfil de visitantes dessa rede de hotel.

Turismo geralmente está localizado fora dos grandes centros. Em regiões de praias, montanhas, serras ou pontos de interesse. Já os negócios estão nos grandes centros urbanos. Hotéis focados em negócios estão nas grandes metrópoles e oferecem um tipo específico de serviço

Coisas que um hotel de negócio precisa ter:

Localização Estratégica Precisa ser perto de tudo (ou pelo menos da maioria das coisas).

Estrutura para Eventos Auditório, salas de reunião, buffet... Nunca se sabe quando seu cliente precisará ir até você.

Restaurante e Bar
Depois de um dia inteiro de
trabalho, ninguém merece
comer fast-food. Quem tal
um restaurante 24h?

Café da Manhã Incluso
Todo mundo que tem uma
reunião pela manhã
precisa de um bom café
da manhã, nem que seja
um somente um espresso.

<u>Programas de Fidelidade</u> Afinal, quem viaja tanto precisa ter alguns benefícios. Boa Conectividade
Rede sem fio nos quartos
e no lobby, grátis de
preferência.

Flexibilidade imprevistos podem acontecer, então facilitar o check-in e check-out é essencial.

Desafio

Criar um projeto de uma solução desktop minimalista que ajude a rede de hotéis a alcançar seu objetivo.

Análise e Pesquisa

Uma solução desktop geralmente compreende uma aplicação para área de trabalho

Ao utilizar o desktop podemos assumir o uso de teclado e mouse e monitor landscape As tecnologias que serão utilizadas não foram especificadas

O termo minimalismo remete ao uso apenas essencial dos recursos. No aspecto visual, ao uso de elementos gráficos apenas essenciais ao objetivo da composição.

Insights

Não definir tecnologias ou plataformas nos dá liberdade de utilizar componentes e comportamentos mais comuns a todas as plataformas

Para criar uma interface minimalista, precisamos reduzir a quantidade de cores, saber utilizar a família de fonte e trabalhar bem a hierarquia de informações Nada mais comum a todas as plataformas do que a Web. Criar componentes baseados numa página web parece uma boa para quem precisa de versatilidade e compatibilidade

O uso de teclado e mouse permite o uso de componentes com uma precisão maior, como slides e checkboxes.

Cliente-Foco

Viajante de negócios, sempre viajando para encontrar seus clientes em diversos lugares. Busca hotéis que fiquem próximos do centro, com menor valor, wifi e café da manhã com qualidade

Tempo de permanência: 5 dias

Análise e Pesquisa

O cliente-foco parece ter o perfil executivo que viaja por várias cidades e fazem diversas reuniões em curtos períodos de tempo.

Geralmente os custos da viajem é, inicialmente, por conta do viajante. Só depois há um reembolso por parte da empresa que o envia.

O perfil pode ser de produtores de eventos que viajam por várias cidades ou de representantes comerciais de uma marca ou serviço.

Economia na hospedagem é só uma das muitas que viajantes costumam fazer. Dentre elas custo com alimentação, transporte e outros servicos estão incluso

Insights

A experiência da hospedagem começa no momento em que se procura por um quarto. Então devemos tornar esse momento o mais suave possível.

Nem tudo é somente preço. Hotéis que conheçam o perfil de seu visitante sabem que viajantes de negócios precisam de serviços específicos.

Viajantes experientes conhecem bem os lugares onde vão. Então recomendações em locais que ele sabe que não são atrativos podem comprometer a experiência.

Talvez se o serviço de reserva fornecer um modo de repassar os custos direto para a empresa, aliviaria muito a condução da viajem por parte do clientefoco. Menos um motivo para se preocupar.

Coisas que um viajante negócio procura:

Boas Recomendações
Não adianta ter um bom
preço, mas ficar lá do outro
lado da avenida. O que
economizar na taxa, acaba
gastando no uber.

Avaliações

As vezes o viajante precisa saber de outros viajantes o que eles acharam daquele hotel.

<u>Acomodações</u>

Uma boa cama, arcondicionado e água quente é o mínimo, mas sempre é bom ter mais. Um executivo descansado produz muito mais na manhã seguinte!

Check-in Flexível

As vezes um voo atrasa ou a reunião é adiada. É preciso que o sistema de reserva esteja preparado para este tipo de coisa. Ahh, mesma coisa pro check-out.

Recompensas

Durante os inúmeros voos, o viajante acumula muitas milhas. O que o ajuda muito na hora de tirar férias e fazer aquela viajem (por lazer). Imagina se tivesse algo parecido, mas com hotéis.

Objetivo Final

Atrair o cliente-foco para utilizar os hotéis da rede durante suas viajens a negócio.

Análise e Pesquisa

O cliente-foco está acostumado ao uso de soluções desktop para realizar diversas tarefas.

A plataforma mais comum para este tipo de tarefa continua sendo a web, através de um navegador. Fazer a reserva de um hotel através de um laptop não será um problema.

É preciso entender o que causa a recusa ou a falta de conversão.

O cliente-foco acha mais trabalhoso fazer tarefas complexas (como fazer uma reserva de hotel) por um aplicativo mobile.

Insights

O cliente já está habituado a ferramentas e plataformas de reserva de hotéis. Visto que já viaja constantemente a muito tempo.

Para atrair e garantir a reserva, precisamos oferecer e deixar evidente tudo aquilo que o cliente-foco procura (itens já listados anteriormente). Utilizar padrões de comportamento de plataformas semelhantes é recomendável, pois diminuiria a carga cognitiva do usuário. O ambiente precisa ser familiar.

O estilo minimalista vai nos permitir utilizar de pequenos recursos que nos permitirá chamar a atenção do viajante ao que queremos.

Coisas que devemos fazer para chamar atenção do viajante:

Simplicidade

Deixar os campos o mais fácil e intuitivos possível. Com bastante ajuda e auxílios

Exclusividade
Área ou seção com
recursos exclusivos para o
perfil visitante.

Mapa Interativo

Um mapa vai deixar claro pro viajante o quão distante é o hotel e quanto custa. Pra quem conhece a localidade, é um facilitador de decisões.

Melhor Sugestão

É o item com as melhores condições possíveis. Será destacado em relação aos outros com um estilo único.

O hotel pode aproveitar esse recurso para aumentar sua taxa de ocupação, recomendando e sugerindo descontos para hotéis com uma taxa menor.