

Marketing de Destinos: Diferencias inovadores

Gustavo da Cruz

Email: gusdacruz@hotmail.com

Twitter: [@gusdacruz](https://twitter.com/gusdacruz)

O que é posicionamento?

- ✓ Tomar posição ou situar-se frente a demanda
- ✓ Criar percepção diferenciada da empresa
- ✓ Oferecer significativo benefício aos clientes



Lugar na mente do consumidor

Situação clara, distinta e desejável

Porque estar na mente do cliente?

- ➔ Volume enorme de propaganda
- ➔ Amplitude de produtos disponíveis

Número de propaganda está cada vez maior!

❖ *TV, Web, Jornal, E-mail, Radio, Revistas, etc.*

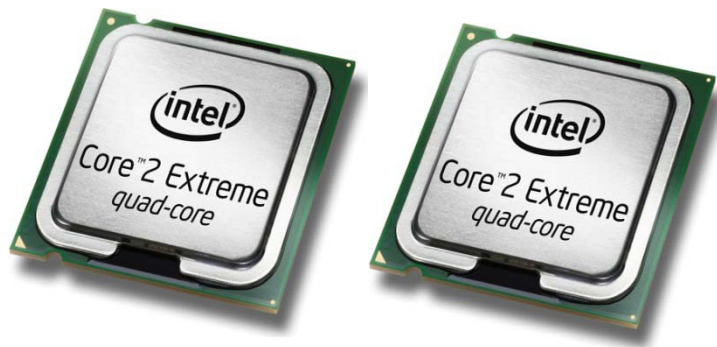
Enorme amplitude de produtos disponíveis!

❖ <i>Ex: Hotéis em Ilhéus</i>	+ 200
<i>Hotéis na Bahia</i>	+ 2.500
<i>Hotéis no Brasil</i>	+ 18.000

Consumidor vai **conhecer e gravar** o nome do seu hotel?



Situar-se na mente do cliente



Marca de Refrigerante?
Marca de Companhia Aérea?
Marca de Jornal impresso?

Marca de Emissora de TV?
Marca de Computador?
Marca de *Fastfood*?

“Uma vez que a mente esteja formada é quase impossível modificá-la” *Jack Trout*

Melhor forma de posicionar-se?

➔ Ser o primeiro a fixar-se na mente!

1^o beijo na boca?

2^o beijo na boca?

➔ Retenção do nome

➔ Preferência de compra

➔ Facilidade para compra

➔ Impulso de compra

➔ Ser o 1^o ajuda a tornar produto em um termo genérico



Produtos com significados genéricos:

Palha de aço?



Bandagem?



Laminas?

Gillette

Minibar?



Fotocópia?





Rio de Janeiro

1° destino que "apareceu" no mercado internacional

Se você não conseguiu ser o primeiro no seu setor....



... há algumas ações a serem trabalhadas!

Estratégias a serem escolhidas:

1. Possua um benefício
2. Seja o nº 01
3. Seja o nº 02 com orgulho
4. Seja o preferido
5. Seja o moderno
6. Seja o barato
7. Seja o específico

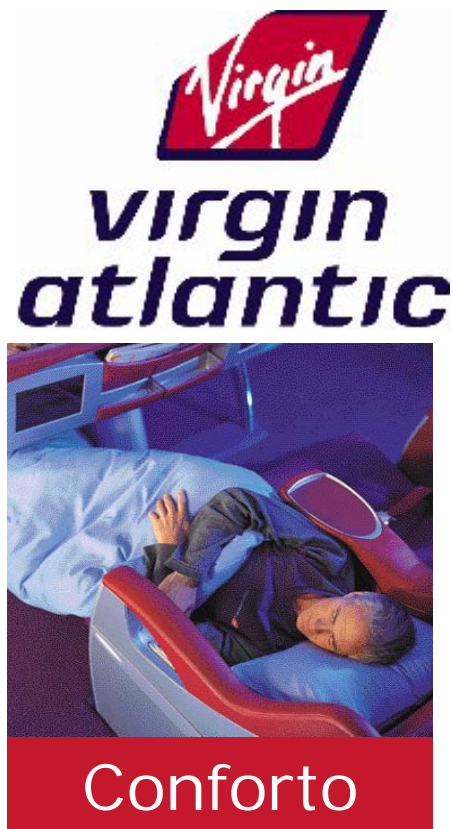


Posicionamento de
Mercado:

Ser diferente!

Ação 01: Possua um atributo!

Desenvolva um característica peculiar que somente você tem!



➔ Mc Donald: **Rápido!**

➔ Burger King: **No seu tempo!**

Estratégia 01: Possua um atributo!

⇒ Possibilidades:



- ✓ Tamanho
- ✓ Relevante
- ✓ Saudável
- ✓ Personalizado
- ✓ Agilidade
- ✓ Conveniência
- ✓ Garantia
- ✓ Funcionalidade
- ✓ Exclusividade
- ✓ Emoção
- ✓ Design
- ✓ Lugar

**Quando começar a pensar..., a mente
"traz" rapidamente a informação**



Exclusividade



Tamanho



Design

Exclusividade

CATCH
THE
ADVENTURE

BELIZE



*Mother Nature's
best kept secret*



Belize
a face pouco conhecida do
Caribe



Republica Dominicana



Lugar
Bahia?



100% PURE
newzealand.com

Emoção

New Zealand
Tour & Travel





Guayabo, Central Valley

Where to stay



Tours and Operators



Welcome to the official site of Costa Rica

In Costa Rica the visitor can enjoy lovely tropical beaches, the grandest adventures, the wonders of nature, scintillating culture, all the necessary components of an ideal vacation. No wonder, then, that thousands of tourists have made Costa Rica their top travel choice.

testimonials

Did you know?

Weather

Exchange rate

Seven Stars and Stripes Awards Tabacón Spa Seven Stars

News & Articles



Sustainability



Ação 02: Seja o nº 01!

As pessoas tendem a associar maior com melhor!

- ❖ **Go!** - "Carro mais vendido!"
- ❖ **Accor** - "Maior rede de hotéis no Brasil!"
- ❖ **Hertz** - "Número um em alugueis de carro!"

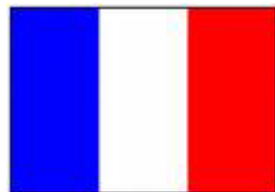
Seja líder em algum aspecto!

Exemplo acadêmico: Alunos que não tem notas mais altas da sala, mas são:

Mais esforçado - Mais criativo - Mais participativo

E sua empresa ou destino, é nº 1 no que?





França: 1° Ranking internacional

Ação 03: Seja o 2^o com orgulho!



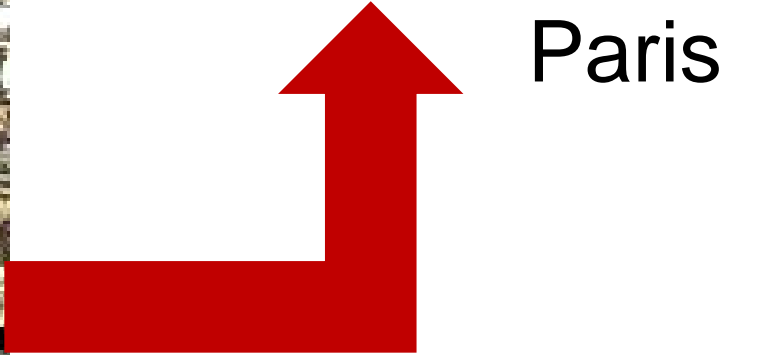
“Somos o n^o 2, porém tentamos ser o melhor”



“É tão bom quanto...”



Hertz



Paris

Buenos Aires

Ação 04: Seja o preferido!

Todos queremos o que as outras pessoas querem!

- Afirmar que seu hotel tem preferência (“Celebriedades”)
- Comprovação de expertos na área



*Recomendado pelos
Melhores Dentistas*

Búzios - RJ



Quatro Rodas

Sheraton Hotel - SP



Preferido Executivos

Estratégia 04: Seja o preferido!



“Nem o U2 resistiu ao carnaval de Salvador”



**Melhor capital
para se viver
Revista Veja**

Ação 05: Seja moderno!

- ✓ Produtos da nova geração são esperados com muita ansiedade
- ✓ Possui as tecnologias mais avançadas e "futurísticas"



Celulares Geração 3





Germany
The travel destination



Ação 06: Seja o barato!

- ➔ Desenvolva produtos e serviços com qualidade, porém com preços bem abaixo dos concorrentes.



Muito menos por menos!

- ➔ Objetividade
- ➔ Condições de pagamento
- ➔ Produção em escala



Ação 07: Seja específico!

- ➔ Possuir produtos e serviços específicos para um **segmento de mercado**



➔ *Não há como ser bom em tudo!*

São Paulo – Negócios e Eventos



Frankfurt – Negócios e Eventos

observação:

Num mercado onde a fidelização do clientes está cada vez mais difícil...

... as ações de posicionamento se tornam extremamente importante!



⇒ **Clientes atuais**

⇒ **Clientes potenciais**

Como fazer?

Desenvolver em **função do benefício** que será gerado por esta posição

- Identificar possíveis vantagens competitivas
- Oferecer mais valor aos consumidores

Até um **ponto fraco** pode tornar-se um elemento para o posicionamento



Depois destas 7 opções de estratégias..

...você é capaz de definir o posicionamento da sua empresa em uma frase pequena ou até em uma palavra?



Não é missão

**** É a vantagem competitiva ****

- Fiat Inovação
- Coca-cola Autêntica
- Mc Donald Comida e diversão

Qual posicionamento do seu destino?



COMO fazê-lo?

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO

1. Diagnóstico quantitativo

- ✓ Ranqueamento dos principais pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades

2. Matriz de concorrência

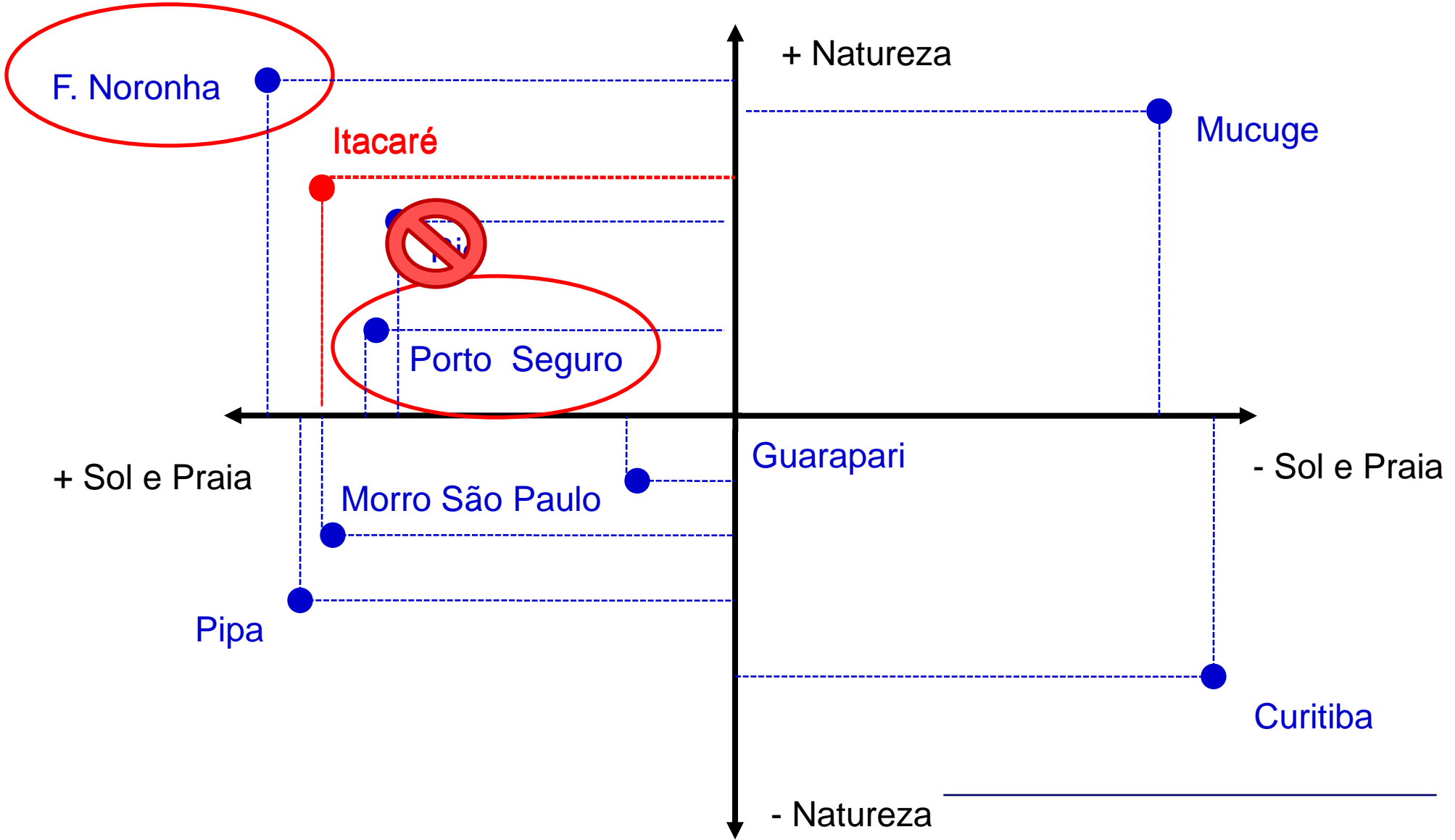
- ✓ Análise espacial dos principais concorrentes

3. Matriz de diferenciação

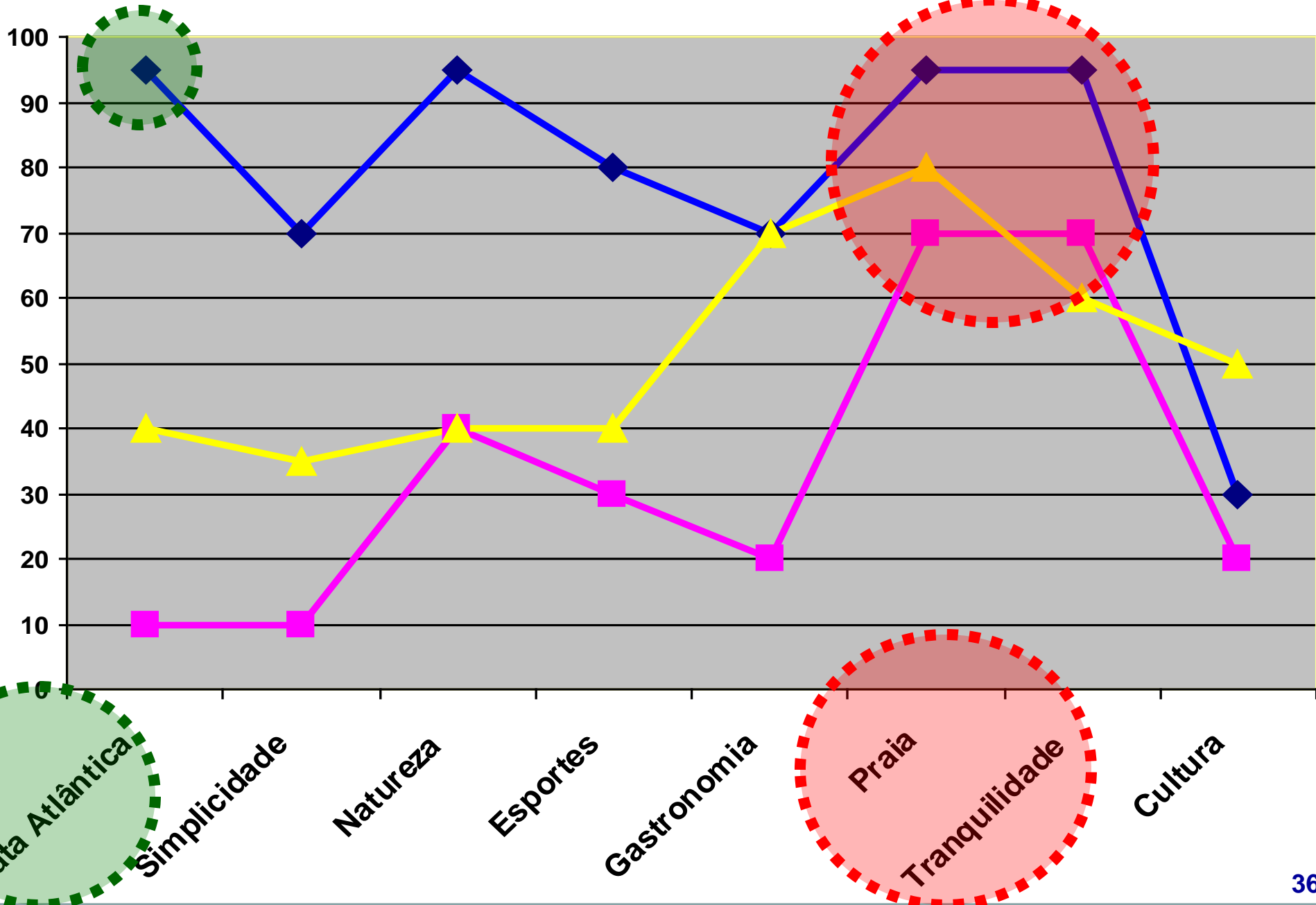
- ✓ Análise ponderada dos principais benefícios



Case: Itacaré - BA



Itacaré F. de Noronha Porto Seguro



Posicionamento Competitivo

Infraestrutura

Produtos

Capacitação

Mix Promocional

Comercialização

Serviços

STRATEGY





Pensar no bar!

** REFLEXÃO **



- ➔ Uma das etapas mais importantes
 - ✓ Muitas vezes esquecidas
 - ✓ Ela será a base para as demais estratégias
- ➔ Tudo deve ter um posicionamento
 - ✓ Destinos e Empresas
- ➔ Posicionamento não é propaganda
- ➔ Preferencialmente não se deve mudar

Vamos para Coffee Break?



Obrigado!