



Checklist BF

REVENUE · MARKETING · METASEARCH · VOZ · COMUNICAÇÃO

Tudo preparado para a **Black Friday**? Passe esta **checklist**

Checklist para retirar o máximo proveito da **Black Friday**, **Cyber Monday** e outras datas semelhantes.



Checklist BF

**Estar apenas
por estar, é
um disparate
ou não?**

PARATY
— T E C H —

Como em tudo, **strategy first**

Ainda não foi há muito tempo que a **Black Friday** chegou ao setor hoteleiro. No entanto, hoje em dia, parece que quem não se deixa levar por esta tradição consumista, cujas origens remontam aos EUA, está completamente fora da moda.

É evidente que partilhamos a **oportunidade comercial** que este evento pode trazer, mas não só porque sim, não para todos os hotéis, e não sem uma **estratégia clara** e **objetivos bem definidos**.

Aderir a este evento numa corrida louca pode ser dececionante para o hóspede e até contraproducente para o estabelecimento.

WHITEPAPER / NOVEMBRO 2024



Checklist BF

É preciso saber o que se pretende

PARATY
— T E C H —

Objetivos em todos os formatos

Sem definir determinados objetivos, não é possível medir o sucesso ou o fracasso. Há quem procure encorajar as reservas antecipadas, combater a sazonalidade, estabelecer um ritmo de reservas adequado, escoar certos stocks, etc. Objetivos em todos os formatos e, evidentemente, todos respeitáveis.

Nós, evidentemente, temos uma opinião sobre o assunto e pensamos que **campanhas como a Black Friday e Cyber Mondays** podem ser úteis para:

- Captar e Fidelizar
- Gerar reservas para datas específicas
- Aumentar a estadia média e o valor médio

WHITEPAPER / NOVEMBRO 2024



Checklist BF

Vertentes a trabalhar

PARATY
— T E C H —

Uma campanha transversal



REVENUE MANAGEMENT

Preços, ofertas, tarifas, descontos, etc.



MARKETING ONLINE

SEO, SEM, redes sociais, e-mailings, etc.



METASEARCH

Mercados, paridade, modelos de aquisição...



CANAL DE VOZ

Chamadas recebidas, efetuadas, etc.



COMUNICAÇÃO

Website, meios de comunicação, etc.

WHITEPAPER / NOVEMBRO 2024

REVENUE



ESTRUTURA ADEQUADA

Opte pela Tarifa Não Reembolsável para oferecer melhores descontos em troca do pagamento imediato. Pode também restringir ou fechar canais com um preço net mais baixo.

GEOLOCALIZAÇÃO DAS OFERTAS

Se estiver interessado, por exemplo, em aumentar o lead time, concentre certas promoções nos mercados de origem que tendem a reservar mais cedo.

UPSELLING E CROSS-SELLING

Upgrades, vistas fantásticas, transfers gratuitos, descontos em serviços... Gerar disparidades positivas com as OTAs e aumentar o preço médio das reservas.

OFERTAS COM TEMPORIZADOR

Deve ficar bem explícito que se trata de ofertas com uma booking window limitada e que um temporizador pode favorecer a necessária percepção de imediatismo.

Sugestão de ofertas:

OFERTAS FLASH

- Entre 15% e 30% de desconto, consoante a política de cancelamento

OFERTAS DE UPSELLING E CROSS-SELLING

- A) Upgrade de quarto / regime + add-on
- B) Estacionamento gratuito e -10% nos serviços

OFERTAS PARA ESTADIAS LONGAS

- Pelo menos 20% de desconto + 1ª criança grátis
- Política de cancelamento flexível

OFERTAS NÃO ACUMULÁVEIS

- A) Menos de 3 noites, 15% de desconto
- B) De 3 a 7 noites, 20% de desconto
- C) Mais de 7 noites, -20% + Upgrade de regime



SEO: POSICIONAMENTO ORGÂNICO

O SEO funciona durante todo o ano. É importante que a URL da campanha não inclua o ano para que seja útil para a próxima edição.

NEWSLETTERS: EXPECTATIVA E REVELAÇÃO

Envie uma newsletter para criar expectativa e aumentar o nível de atenção, incluindo uma antevisão. Assim que a campanha for lançada, ataque novamente, desta vez com tudo.

SEM: GOOGLE ADS

Crie uma campanha específica no Google Ads e utilize a Extensão de Promoção para aumentar a visibilidade da sua oferta numa secção específica do anúncio.

SOCIAL ADS

A publicidade nas redes sociais é muito acessível. Um investimento mínimo, desde que a sua oferta seja atrativa, pode ser um grande apoio para a sua campanha.

Dica: SEO, durante todo o ano

CRIAR, DEFINIR, RECOLHER E REDIRECIONAR

- Quanto mais cedo começar, melhor. Mesmo que o conteúdo não esteja finalizado, terá tempo para o completar antes de o lançar.

REDIRECIONAMENTOS EM CADEIA

- Criar uma ligação entre todas as landings (BF, CM, TT, etc.). À medida que as campanhas forem concluídas, redirecionaremos de uma para outra, por ordem cronológica.

DEIXAR A LANDING ATIVA DURANTE TODO O ANO

- O Google continuará a indexar a página.

CRIAR UM LINK PERMANENTE PARA A LANDING

- Pode fazê-lo no footer, por exemplo.

METASEARCH



CONTROLO DA PARIDADE

Não deixe que uma disparidade estrague uma boa campanha. O controlo da paridade é especialmente importante durante os picos de vendas.

OTIMIZE AS SUAS OFERTAS

A sua visibilidade nos metasearch depende da sua estratégia de vendas. Quanto maior for a comparação de preços, maior será a necessidade de visibilidade. Otimize as suas ofertas.

ANÁLISE DOS MERCADOS

Há mercados que são mais ativos durante os picos de vendas. Pode considerar modificar a sua estratégia, para dar destaque aos mercados com maior potencial.

TIRAR O MÁXIMO PARTIDO DOS CALL-OUTS

Aproveite e otimize os *call-outs* de certos metasearch, como o Google Hotel Ads, para destacar os valores diferenciais do canal direto em detrimento das OTAs.

CANAL DE VOZ



CAMPANHAS OUTBOUND

Tire partido da sua base de dados para seleccionar um grupo de potenciais clientes e contacte-os para lhes oferecer as suas ofertas mais personalizadas.

DESVIO DE CHAMADAS

Não se pode dar ao luxo de perder nenhuma chamada. Utilize um centro de atendimento telefónico para atender as chamadas que não consegue alcançar.

FORA DO HORÁRIO

A sua equipa não pode atender o telefone 24 horas por dia, mas os agentes da Ring2Travel podem, 365 dias por ano. Deixe-os atender chamadas fora do horário também.

FIDELIZAÇÃO

Todos os centros de atendimento devem estar integrados com os seus programas de fidelização. Recompense os membros do seu clube, oferecendo-lhes as melhores condições.

COMUNICAÇÃO



MOSTRE TODO O SEU POTENCIAL NO WEBSITE OFICIAL

O seu website deve estar totalmente preparado. Landing page, banners, popups, boosters, etc. Todos os utilizadores

REDES SOCIAIS

É essencial utilizar as suas redes sociais para informar sobre as suas ofertas. Utilize um design de acordo com a sua identidade visual e adicione um link direto.

GOOGLE MY BUSINESS

Otimize a sua página GMB criando uma oferta adequada. Esta dará uma visibilidade extra ao seu perfil: adicione o design, texto, link direto, datas de entrada em vigor, etc.

DISTRIBUIÇÃO

Os Metasearch e as OTAs, delineados com uma boa estratégia, podem resultar no conhecido efeito de outdoor para direcionar o tráfego destes canais para o seu website.

Visibilidade sim, enganar não

Lembramos a importância de não aproveitar estas datas para tentar enganar o cliente.

Estamos perante **um perfil de utilizador cada vez mais informado**, que adiou a reserva das suas férias para aproveitar descontos que esperam em determinadas épocas.

Sabem quais eram os seus preços antes e esperam ver os descontos aplicados.

Não caia na tentação de os aumentar e depois refletir um desconto maior, mas que não existe.



Checklist BF

REVENUE · MARKETING · METASEARCH · VOZ · COMUNICAÇÃO

REVENUE

- ☐ ESTRUTURA TARIFÁRIA
- ☐ OFERTAS GEOLOCALIZADAS
- ☐ UPSELLING E CROSS-SELLING
- ☐ OFERTAS COM COUNTDOWN

MARKETING

- ☐ POSICIONAMENTO ORGÂNICO (SEO)
- ☐ NEWSLETTERS PRÉ, DURANTE E PÓS
- ☐ POSICIONAMENTO PAGO (SEM)
- ☐ CAMPANHAS DE SOCIAL ADS

METASEARCH

- ☐ CONTROLO DE PARIDADE
- ☐ OTIMIZAÇÃO DAS OFERTAS
- ☐ REVISÃO DOS MERCADOS
- ☐ APROVEITAR OS CALL-OUTS

CANAL DE VOZ

- ☐ CAMPANHAS OUTBOUND
- ☐ DESVIO DE CHAMADAS
- ☐ CHAMADAS FORA DO HORÁRIO
- ☐ CAMPANHAS CLUBE DE FIDELIZAÇÃO

COMUNICAÇÃO

- ☐ WEBSITE 100% PREPARADO
- ☐ PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS
- ☐ GOOGLE MY BUSINESS
- ☐ DISTRIBUIÇÃO: EFEITO BILLBOARD

CLIQUE NOS QUADRADOS PARA PREENCHER A CHECKLIST INTERATIVA!

ESPAÑA

Avd. Manuel Fraga Iribarne 15
Bloque 4 · 1ª Planta
29620 Torremolinos, España
(+34) 952 230 887
smunoz@paratytech.com

USA

(+1) 407 455 0160
rmarshall@paratytech.com

MEXICO

Corporativo Malecon Américas
Avd. Bonampark Sm. 6 Mz. 1 Lt. 1, 5ª Pl.
Cancún, México
(+52) 998 341 4897
mlena@paratytech.com

COLÔMBIA

(+57) 321 296 2015
ahernandez@paratytech.com

PORTUGAL

Avenida da Liberdade, 90
8200-002 Albufeira
Portugal
(+351) 300 506 271
dcosta@paratytech.com

SIGA-NOS:



In technology we trust