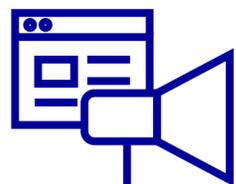


eBook

# Como criar conteúdo para manter os viajantes interessados



**expedia group**<sup>™</sup>  
 partner solutions



## O que é marketing de conteúdo?

A ideia é simples: em vez de vender o seu negócio diretamente, crie um conteúdo verdadeiramente útil e interessante para iniciar uma conversa autêntica com os viajantes.



**Crie pequenas inspirações de viagens** para quando eles pesquisarem online ou estiverem à espera em uma fila



**Ofereça dicas e truques práticos** para eles planejarem a viagem dos sonhos na metade do tempo



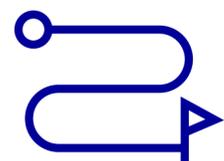
**Destaque-se da multidão e recomende as melhores coisas para fazer enquanto estão fora**



Com o conteúdo certo, você pode ir além de uma transação e acertar em cheio no fator "conhecer, gostar e confiar".<sup>1</sup> No entanto, simples não significa fácil.

Neste eBook, vamos analisar os princípios e as técnicas fundamentais do marketing de conteúdo para ajudar você a ultrapassar a concorrência.

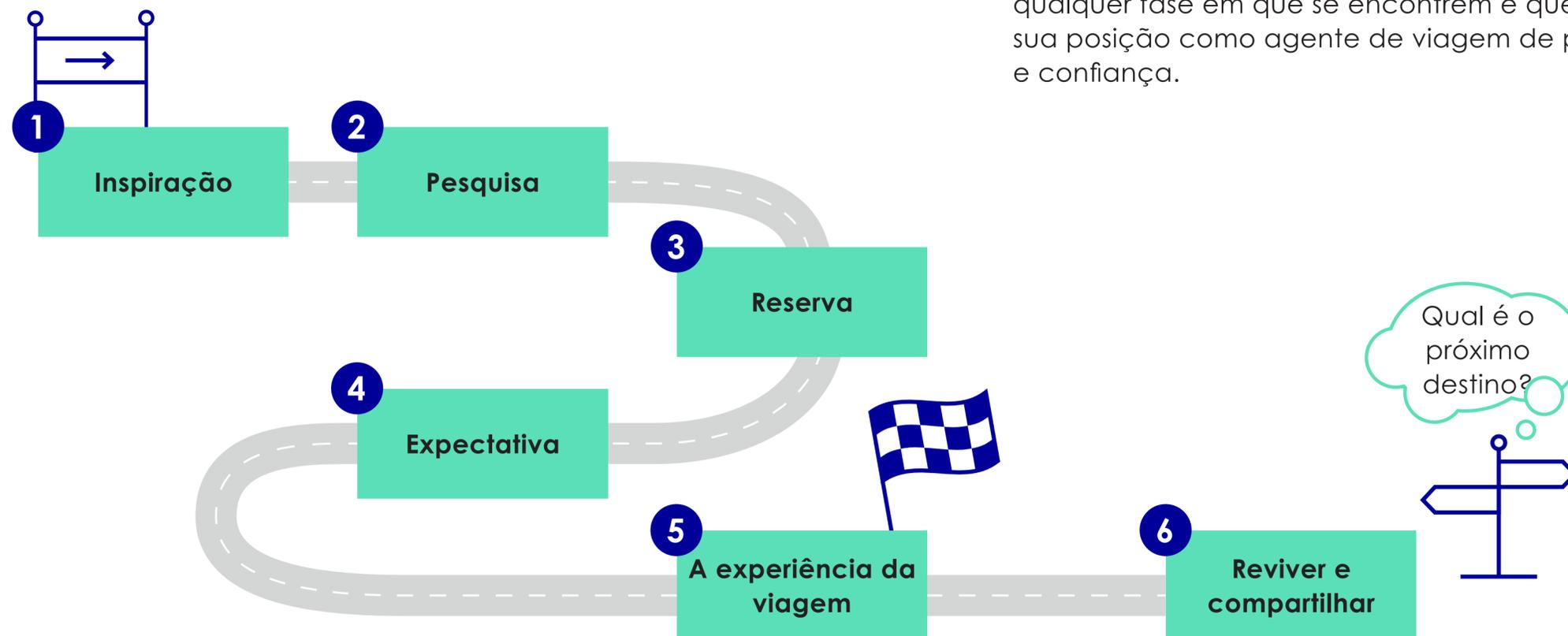
<sup>1</sup> <https://copyblogger.com/30-know-like-trust-actions/>



## A jornada do usuário

**Todos os bons planos de conteúdo começam com uma compreensão da jornada do usuário.**

Quando se trata de viagens, os usuários seguem seis fases na sua jornada, desde a primeira faísca de inspiração até reviverem as férias com amigos e familiares.



A realidade pode ser bem mais complexa, é claro. Uma viagem em geral é uma compra de grande valor, o que pode trazer grandes emoções. Os viajantes podem chegar no meio da jornada, encontrar uma nova oferta e voltar ao início.

O importante é criar conteúdo que sirva de apoio em qualquer fase em que se encontrem e que reafirme a sua posição como agente de viagem de preferência e confiança.





## 1. Inspiração

Os viajantes visitam cerca de 140 sites de viagens antes da reserva,<sup>2</sup> o que cria múltiplas oportunidades para a oferta de conteúdo focado no destino de modo a capturar esse momento "eu quero viajar". É importante manter os viajantes envolvidos com conteúdo empolgante, interessante e inspirador.

Experimente estas opções:

- **Artigos em forma de lista:** divida o conteúdo em seções fáceis de ler e numeradas, por exemplo: "sete cidades europeias subestimadas e que você precisa visitar"
- **Previsões de lugares novos e empolgantes ou tendências de viagem:** forneça informações sobre destinos fascinantes, ainda fora da rota turística, ou resuma as últimas tendências, como em "Como ser um ecoturista"

- **Fatos e estatísticas:** mantenha um estilo leve e excitante aqui, deixando os números e fatos práticos para mais tarde. Imagine algo como "cinco coisas que você não sabia sobre Chicago"
- **Perguntas e respostas/entrevistas:** adicione credibilidade com os melhores especialistas em viagens, ou a aspiração de uma elite de alto nível, por exemplo, "Os influenciadores do Instagram compartilham os seus hotéis preferidos em Bali"
- **Infográficos:** dê vida a fatos e números com infográficos coloridos que dão aos viajantes uma rápida imagem de um destino ou experiência
- **Newsletters:** considere enviar uma newsletter trimestral, para que o investimento de tempo não seja enorme, e aborde um tema de cada vez, como escapadas festivas em novembro ou pausas românticas no final de janeiro/começo de fevereiro

- **Testes:** um questionário é um conteúdo interativo fantástico; experimente algo como "O quanto você realmente conhece Sydney?" ou "Qual destino corresponde ao seu tipo de personalidade?"
- **Elementos cômicos:** um ótimo conteúdo de viagem parece real e relevante, e o humor pode ser uma grande ferramenta. Experimente algo como: "O que não fazer nas férias em família na praia"
- **Eventos virtuais:** incremente o diálogo com eventos virtuais que dão aos viajantes a oportunidade de interagir diretamente com você e fazer todas as perguntas mais urgentes
- **Memes:** se bem feitos, os memes são eternamente compartilháveis. Certifique-se apenas de conhecer o seu público, adicionar originalidade e o manter atualizado<sup>3</sup>

<sup>2</sup> <https://welcome.expediagroup.com/pt-br/resources/improve-hotel-guest-experience-resources-tips/set-hotel-guest-expectations-ota>

<sup>3</sup> <https://shanebarker.com/blog/marketing-memes/>



## 2. Pesquisa

**Adicione uma vantagem prática ao conteúdo do destino à medida que os viajantes entram na fase de planejamento, ajudando a ponderar as diferentes opções e a aumentar a expectativa conforme eles começam a imaginar as férias.**

Experimente estas opções:

- **Guias de viagem:** ofereça conselhos sobre como garantir as melhores ofertas e aproveitar uma viagem mais tranquila. Além disso, foque nos transportes públicos locais, nas épocas agitadas e nas ofertas de voos
- **Guias de planejamento:** crie manuais de compra específicos do destino e que cobrem tudo, desde as principais atrações até aos hotéis mais bem classificados e clima típico

- **Webinar sobre um destino:** vá um passo além com um webinar (ao vivo ou pré-gravado) que você possa apresentar ou simplesmente compartilhe um webinar com especialistas que oferecem conselhos sobre um destino
- **Testemunhos:** forneça resenhas, vídeos, publicações de blogs, imagens e as melhores dicas de viajantes reais, porque o boca a boca é uma das melhores formas de recomendação





## 3. Reserva

**Embora menos glamoroso, o conteúdo para guiar os viajantes pelo processo de reserva é muito importante para melhorar ainda mais a experiência nessa etapa.**

Experimente estas opções:

- **Lista de verificação da reserva:** oriente os viajantes pelo processo de reserva, definindo o que eles precisam para uma experiência de reserva sem dificuldades (números de passaporte, preferências de data, orçamento, cartão de pagamento)
- **Perguntas frequentes:** as seções que incluem perguntas frequentes podem reduzir as ligações para as equipes de serviço ao viajante, dar apoio ao viajante e melhorar a visibilidade e posição do seu site nos resultados dos mecanismos de busca. Tente destacar essa página no seu site

- **Informações específicas:** crie explicativos ou guias de destino úteis para ajudar os viajantes a verificar aspectos práticos como custos, tempos médios de voo etc.
- **Suporte pós-reserva:** garanta que os viajantes saibam como acessar o suporte pós-reserva, para que saibam que você está disponível para alterar a reserva ou responder a perguntas. Facilitar as perguntas diretas vai gerar confiança e lealdade
- **Acompanhamento por e-mail:** gere uma empolgação pós-reserva com e-mails que fazem a contagem regressiva até a data da viagem e oferecem lembretes úteis, como escolher os assentos do avião e o que colocar na mala





## 4. Expectativa

Com a reserva feita, agora você pode ajudar os viajantes a planejar e sonhar com a viagem tão merecida. Leve o relacionamento para além da transação comercial com conteúdo concebido para os ajudar a fazer isso.

Experimente estas opções:

- **Listas de verificação para fazer as malas:** eles vão precisar levar dinheiro? Para que temperatura eles devem se vestir? Quais os truques que os ajudarão a colocar mais roupas nas malas?
- **Guias de como fazer:** crie exemplos de itinerários ou guias que abordem os desafios comuns e forneçam serviços adicionais. Experimente ideias do tipo: "Como explorar o sul da Espanha de carro"



- **Demonstrações/apresentações:** coloque os viajantes no momento, compartilhando tours de vídeo de 360° de hotéis e recomendando passeios a pé pelas principais atrações no YouTube
- **Livros/filmes:** organize listas com sugestões de leitura e do que assistir para tentar aguçar o apetite deles, como "Cinco filmes para ver antes de visitar Nova Iorque"
- **eBooks:** ofereça aos viajantes dicas, truques e até mapas que eles podem baixar como eBook e navegar à vontade, mesmo quando a rede Wi-Fi não estiver disponível
- **Curso de línguas:** faça uma pequena lista de frases fáceis na língua local para os viajantes praticarem. Adicione transcrições fonéticas e arquivos de áudio, para que eles também aprendam a pronúncia



## 5. Experiência da viagem

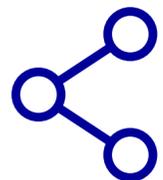
Nessa fase, o conteúdo fica um pouco em segundo plano, mas ainda há oportunidades para oferecer informações bastante práticas e criadas para uso "no local".

Experimente estas opções:

- **Itinerários:** mantenha os itinerários simples, práticos (preços, rotas etc.) e concentre-se em uma janela de tempo curta, por exemplo, "Onde jantar na sua primeira noite em Amsterdam"
- **Guias de destino:** passe da inspiração para a informação nesta fase, com mapas que podem ser baixados, números de telefone úteis e dicas sobre custos, gorjetas e onde reservar excursões de um dia

- **Folhetos com passeios para crianças:** aumente a diversão com passeios/atividades/jogos impressos para os mais jovens, talvez algo como "Dez coisas para ver enquanto passeia por Praga"
- **Tours em áudio:** transforme os smartphones em guias de bolso com pequenos passeios a pé pelas cidades ou atrações disponíveis no seu site, como um podcast, ou um vídeo só de áudio no YouTube
- **Aplicativo:** posicione o seu aplicativo como uma ferramenta útil que vai além da transação comercial, indicando conteúdo relevante quando os viajantes estiverem em movimento





## 6. Reviver e compartilhar

Embora os momentos compartilhados com amigos e familiares sejam frequentemente privados, reviver a experiência e encontrar inspiração para criar mais memórias é algo que você pode usar para dar suporte aos viajantes.

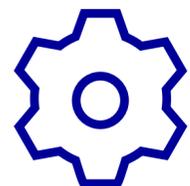
Experimente estas opções:

- **Depoimentos:** encoraje os viajantes a reviver os melhores (e piores) momentos da viagem. Isso vai construir uma coleção de conteúdos valiosos gerados pelo usuário e ajudar o seu próximo grupo de viajantes ao mesmo tempo
- **Citações de viajantes:** considere oferecer um pequeno incentivo em troca das citações. Organizar um sorteio é uma ótima maneira de encorajar o usuário a produzir um excelente conteúdo

- **Entrevistas/ensaios:** inspire-se na seção de turismo do jornal Folha de São Paulo <sup>4</sup>, pedindo aos viajantes que escrevam um pequeno ensaio, ou respondam a algumas perguntas breves sobre as suas viagens
- **Concursos de fotografia:** celebre as melhores fotografias de viagem com um prêmio para o trabalho vencedor
- **Questionários:** ajude grupos a reviver a mais recente viagem de uma forma inovadora com questionários baseados no destino que testam o quanto eles escutaram naquela excursão pela cidade



<sup>4</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/>



# Habilidades de criação de conteúdo

**Lembre-se, o conteúdo é primordial, e o planejamento vai ajudar no longo prazo. Aqui estão algumas dicas para ajudar você a desenvolver as suas habilidades.**

### Habilidades de planejamento

- Em vez de criar conteúdo em lote e de forma explosiva, tente usar uma ferramenta como uma matriz de conteúdo<sup>5</sup> para planejar e organizar as suas ideias e a sua abordagem de conteúdo
- As ferramentas de planejamento podem facilitar a geração de conteúdo e ajudar você a se concentrar em quando enviar o conteúdo e no que pretende alcançar com cada peça
- É importante pensar no tipo de comportamento que se pretende influenciar, quer entretendo, inspirando, educando ou convencendo os viajantes por meio de conteúdo envolvente

### Habilidades de escrita

- Desenvolva um estilo claro e um tom de voz que se adeque à sua marca, e mantenha tudo isso constante
- Considere a sua demografia: como é que essas pessoas falam e que linguagem utilizam? Procure refletir isso. Defina um tom ao usar adjetivos e frases que ressoem tanto com você quanto com o seu público, e transforme isso em técnicas de escrita<sup>6</sup>
- Use alguns exemplos<sup>7</sup> para criar o seu próprio guia de estilo da marca e compartilhar com todos os escritores e colaboradores

### Habilidades de vídeo

- Crie aquela aparência profissional e invista em equipamentos como softwares de edição, iluminação básica e equipamento de som
- Saiba quando hospedar e quando postar. Identifique quando hospedar conteúdo no seu próprio site e quando distribuir em plataformas de terceiros<sup>8</sup>

- Equilibre a inspiração das excursões em vídeo do destino com obras educativas, como perguntas e respostas ao vivo com especialistas em viagens

### Imagens

- Mantenha as imagens relevantes, focadas na marca e impactantes
- Use programas on-line como o Canva<sup>9</sup> para criar um estilo consistente da marca e recursos visuais cativantes

<sup>5</sup> <https://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-strategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/>

<sup>6</sup> <https://sproutsocial.com/insights/brand-voice/>

<sup>7</sup> <https://voiceandtoneguides.webflow.io/>

<sup>8</sup> <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/11/03/4-ways-to-maximize-your-social-video-ads/>

<sup>9</sup> [https://www.canva.com/pt\\_br/](https://www.canva.com/pt_br/)

## Habilidades de conteúdo (continuação)

### Fontes

- Mantenha uma pasta de arquivos ou uma lista compartilhável de todas as potenciais fontes de ideias de conteúdo: sites de notícias relevantes, parceiros, mídia social e até empresas rivais
- Como parceiro do Expedia TAAP, você tem acesso direto às últimas atualizações da indústria e pode aperfeiçoar as suas habilidades no nosso centro de treinamento TAAP Academy<sup>10</sup>

### Momento

- Sinalize o conteúdo que se adequa ao dia do seu viajante. Se ele tem o costume de navegar na internet a caminho do trabalho, mostre imagens inspiradoras da viagem dos sonhos ou guias passo a passo bem acessíveis em vez de textos grandes
- Crie e compartilhe conteúdos inspirados por notícias atuais, isto é chamado de newsjacking
- Atue como uma ponte entre os seus fornecedores e os seus viajantes, por exemplo, se uma companhia aérea parceira lançar novas funcionalidades para assentos ou entretenimento em voo, compartilhe-as também



<sup>10</sup> <https://taapacademy.expediapartnersolutions.com/hc/pt>



## Glossário

### Tipos de marketing de conteúdo:

- **Conteúdo editorial:** qualquer coisa que não esteja focada nos seus produtos ou serviços, como publicações de blogs, questionários, guias, artigos em forma de lista etc.
- **Vlogs:** uma publicação de blog ou guia em formato de vídeo que fornece informações ou inspirações para os viajantes
- **SEO:** otimização de mecanismos de pesquisa, uso de palavras-chave e/ou frases para melhorar a classificação/alcance do seu conteúdo
- **PPC:** pagamento por clique, conteúdo pago em que as tabelas de preços estão diretamente relacionadas ao alcance
- **FAQs:** perguntas frequentes, canal de autoatendimento que aborda os problemas, perguntas e preocupações mais comuns dos viajantes

- **Influenciador:** qualquer figura pública, mas frequentemente utilizado para se referir a figuras de destaque na mídia social, muitas das quais fazem parcerias com empresas para publicação de conteúdo patrocinado
- **Conteúdo de vídeo profissional:** vídeo filmado por profissionais especializados que utilizam equipamento especializado em vez de um simples smartphone
- **Webinars/webinars de convidados:** um evento informativo on-line organizado por você ou por especialistas convidados
- **VR:** realidade virtual, pode dar vida aos vídeos do destino, e é possível criar com nada mais do que um Google Cardboard de US\$ 15<sup>11</sup> e um smartphone
- **IA:** inteligência artificial, um termo amplo que engloba tudo, desde ferramentas que acompanham a jornada do viajante on-line até a criação automática de conteúdo de relatórios e descrições

### Tipos de conteúdo editorial:

- **Dicas de experiência:** conselhos elaborados em torno de dicas do tipo "já estive lá e já fiz isso" de outros viajantes
- **Explicações:** artigos e guias simples de "como fazer" que abordam os desafios comuns enfrentados pelos seus viajantes
- **Questionários:** uma oportunidade de criar interação e engajamento com os viajantes, em vez de um conteúdo simplesmente passivo
- **Guias locais:** guias de destino específicos que ajudam os seus viajantes a orientar-se em cidades, vilas ou regiões específicas
- **Antes e depois:** uma forma criativa de explorar um destino, comparando a forma como ele mudou ao longo do tempo
- **Guias de destino:** guias mais abrangentes que fornecem um panorama de todo um destino, ideal para inspiração e planejamento

<sup>11</sup> [https://arvr.google.com/intl/pt-BR\\_pt/cardboard/](https://arvr.google.com/intl/pt-BR_pt/cardboard/)