

19 Novembro - 11:08

## “Construção de marcas na web não é tarefa fácil”

Estudo da Amadeus confirma que o desafio das empresas é de posicionar-se nesse novo ambiente digital

A Amadeus realizou o estudo "O Viajante Amador-Especialista", e conversou com quase três mil profissionais do setor no mundo, incluindo o Brasil, para entender o perfil do novo turista e os desafios do mercado. O estudo revelou que a construção de marcas na web não é tarefa fácil, mas é grande oportunidade para o turismo

A pesquisa descobriu que o grande desafio das empresas é posicionar-se nesse novo ambiente que a internet proporciona, principalmente em relação as redes sociais. O estudo afirmou que ao comparar com o ambiente offline, 40% dos entrevistados alegaram que é muito mais difícil conquistar a fidelidade do cliente no mundo virtual, sendo que 40% acreditam ser um pouco mais difícil, outros 7% alegaram precisar do mesmo esforço e apenas 3% e 10% acreditam que é um pouco mais complicado e muito mais fácil, respectivamente.

Os dois fatores mais importantes para a construção de marcas do mercado do turismo no mundo online, apontados pelos entrevistados, são: consistência entre qualidade prometida e produto entregue e a qualidade da experiência do viajante. No entanto, a exposição das marcas no mundo online, não é vista de maneira negativa.

O boca-a-boca e a promoção efetiva são considerados muito mais importantes no ambiente online, enquanto no offline é fundamental criar uma ligação emocional com a marca. Os segmentos do mercado também têm expectativas diferentes em relação à opinião dos internautas. Os mais otimistas são os profissionais das locadoras de automóveis e das agências online: respectivamente, 42% e 39% entendem que menções online são positivas para a marca.