10 ESTRATÉGIAS INCRÍVEIS PARA TURISMO NO INSTAGRAM

MARTA POGGI

10 Estratégias para Empresas de Turismo terem Sucesso com Instagram

Copyright © 2020 - Marta Poggi

Strategia Consultoria Turística Ltda.

Todos os direitos reservados.

Pode ser compartilhado com conteúdo, copyright e crédito intactos.

www.martapoggi.com.br

www.agentenoturismo.com.br

Apresentação

O Instagram é uma mídia social perfeita para despertar interesse, promover e vender viagens.

Nós brasileiros, particularmente, adoramos o Instagram. Ocupamos o segundo lugar no ranking mundial em termos de usuários, totalizando quase 70 milhões de perfis na rede.

Apesar do grande potencial da ferramenta, por que muitas agências de viagens, hotéis, pousadas, restaurantes, receptivos, etc. não conseguem resultados no Instagram? Qual é a melhor forma de trabalhar com esta plataforma? Como engajar com o público alvo desejado?

Essas são as perguntas mais frequentes que recebo nos cursos, consultorias, palestras etc.

Há tempos tinha como meta escrever esse eBook sobre Instagram para turismo e hotelaria, mas a correria do dia a dia sempre me levou a adiar este (e muitos outros) projeto.

Aproveitando a quarenta para desengavetar alguns sonhos, apresento este eBook com intuito de que seja útil para os empresários, profissionais, gestores públicos e estudantes dos setores de turismo e hotelaria.

Em plena crise da Covid-19, ao contrário do que muitos pensam, precisamos intensificar nossas ações no mundo virtual. Afinal, já observamos como a pandemia acelerou a transformação digital. Estamos todos trabalhando remoto, consumindo conteúdos e cursos online e usando ainda mais as redes sociais para nos comunicarmos com amigos, clientes, leads, etc.

Para ser vista e lembrada hoje, sua marca precisa ter presença nas redes sociais.

Assim, desejo que você aproveite essas dicas e tenha MUITO sucesso no Instagram.

Boa leitura!

Marta Poggi

Sumário

1. CAPRICHE NA BIO 7
2. CUIDE DO FEED 8
3. CRIE CONTEÚDO RELEVANTE 9
4. USE (E ABUSE) OS STORIES 11
5. PLANEJE AS POSTAGENS 12
6. USE AS HASHTAGS CERTAS 13
7. FAÇA DESTAQUES 16
8. REALIZE CONCURSOS E PROMOÇÕES 17
9. FAÇA PARCERIAS 17
10. INVISTA NOS ADS 18
Consideração Final 19

10 ESTRATÉGIAS PARA EMPRESAS DE TURISMO TEREM MAIS RESULTADOS NO INSTAGRAM

Para ter sucesso com o Instagram (e com qualquer outra rede social) é fundamental ter estratégia. Postar por postar não traz resultado. As marcas precisam definir seus objetivos de marketing e também o público alvo que deseja atrair aos seus canais e convertê-lo em clientes. A partir daí elas podem pensar no conteúdo que seja realmente relevante para esse público e que trará os resultados desejados.

É interessante lembrar que uma empresa ou destino turístico pode atender um determinado perfil de clientes e ter como objetivo buscar outro nicho nas redes sociais.

Definidos esses primeiros passos, podemos falar sobre os recursos do Instagram, como trabalhar bem com essa poderosa ferramenta, de forma a aumentar número de seguidores e clientes e a partir daí gerar melhores resultados de vendas.

Também sempre enfatizo nos cursos que você precisar lembrar que:

* Rede social = relacionamento

Entramos nas redes sociais diariamente para saber o que está rolando, o que está acontecendo com nossos amigos, familiares e também as empresas que gostamos, etc.

* Rede social não foi criada para vender - Ninguém entra no Instagram para comprar sapato, por exemplo, mas acaba comprando porque é impactado por conteúdo interessante (orgânico ou pago).

A venda é uma consequência do bom relacionamento (boa conversa) que sua marca tem com a sua audiência.

* Rede social é sobre pessoas e pessoas se conectam com pessoas.

* Rede social reúne pessoas com paixões em comum, exemplo, cerveja, vinho, gastronomia, esportes, espiritualidade, viagens, etc.

Portanto, toda marca que deseja ter sucesso nas redes sociais precisa cuidar das pessoas para que elas curtam e divulguem suas marcas.

E por que empresas e destinos turísticos devem no Instagram?

- Porque o Instagram é a rede social (per) feira para vender viagens. Com grande apelo visual, fica fácil mostrar destinos e serviços turísticos, incentivando o seu consumo.
- O Brasil é o segundo país com maior número de usuários no Instagram, com 66 milhões de perfis, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Nós brasileiros amamos as redes sociais, de uma forma geral.
- Porque apesar do Facebook ainda reunir maior número de fãs, o poder aquisitivo dos usuários do Instagram é maior.
- Cerca de 65,3% dos viajantes se interessam por determinados destinos depois de ver fotos de amigos e familiares viajando.

Confira comigo as 10 estratégias para sua marca de turismo ter mais sucesso no Instagram.

1. CAPRICHE NA BIO

A primeira coisa que você deve atentar é para o seu perfil, já que todo novo usuário que chegar ali, vai decidir te seguir ou não. Observe se o nome do usuário é o mesmo em todos os canais.

Digo isso porque já vi agências, hotéis e pousadas que têm nomes relativamente comuns e usam um determinado perfil no Facebook, que é diferente do Instagram ou às vezes do site. Geralmente fazem isso porque o nome no Instagram já pertence a outro usuário.

Porém, essa divergência de nomes confunde o usuário. É importante padronizar a marca, pois os consumidores só aprendem com a repetição.

Da mesma forma, atente para sua bio (biografia - descrição da sua empresa), pois ela é extremamente importante. Você tem 150 caracteres para apresentar sua empresa, seu diferencial e propósito.

É super importante usar a linguagem da rede social. Isto quer dizer que você precisa se apresentar de maneira informal e mostrar porque esse novo usuário deveria seguir o seu perfil.

Lembre-se de colocar um link no seu perfil que direcione o seu seguidor para o seu site ou WhatsApp (se você precisa que o cliente fale direto, como no caso de restaurantes que aceitam pedidos).

Se você tem mais de um link importante, é recomendável usar o Linktree para reunir diversos links em um único lugar.

No meu perfil eu uso o Linktree para disponibilizar link do blog Agente no Turismo, meu site profissional, link de conteúdos ricos, como eBooks, etc. Dá uma olhada **clicando aqui** e aproveita para me seguir.

#DICAPRATICA –

Para criar o Linktree do seu perfil clique aqui

2. CUIDE DO FEED

O Instagram é uma rede social totalmente visual, então é preciso cuidar do seu feed, como se fosse uma bela vitrine de loja.

Como falamos no início desse eBook, o Instagram é uma rede social totalmente visual. E a apresentação do seu feed conta muito. E com base na harmonia dos conteúdos, e principalmente das imagens, que as pessoas tomam a decisão: quero seguir, quero reservar, quero experimentar esse serviço!

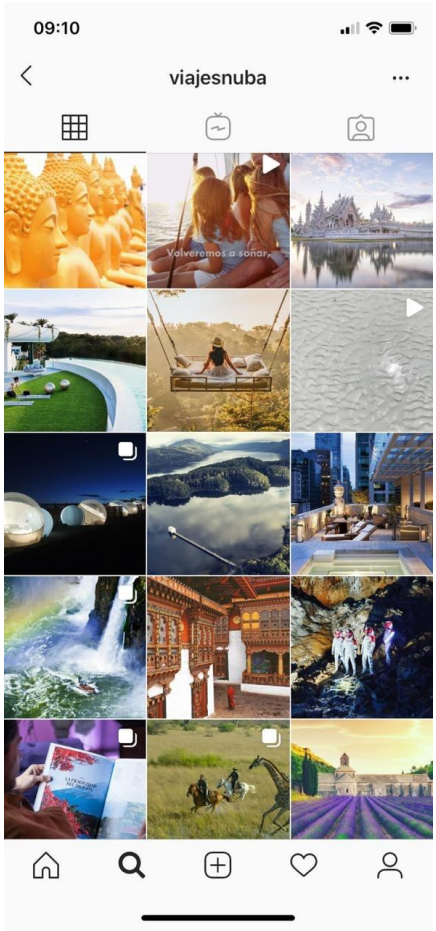
Ao contrário, se as postagens são feias, desorganizadas e sem harmonia, o usuário terá uma péssima impressão da marca. Afinal, ninguém gosta de entrar em numa loja bagunçada, não é?

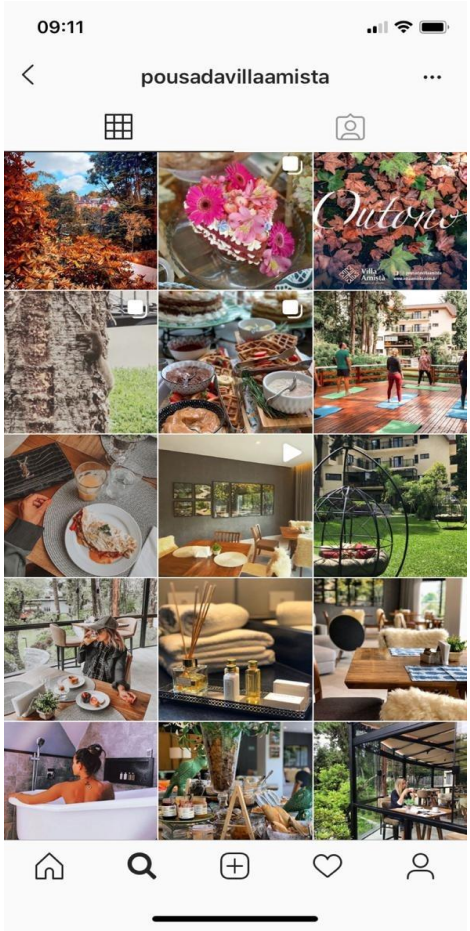
Agências de viagens podem, por exemplo, escolher as imagens e vídeos de qualidade para divulgar destinos comercializados pela empresa, ou aqueles que ela quer vender.

Destinos turísticos precisam investir em belas imagens e vídeos curtos para criar feed harmonioso, que chamam a atenção dos usuários. Essas imagens precisam despertar o desejo de ir ao destino.

Da mesma forma, restaurantes, hotéis e pousadas precisam explorar bem o apelo visual. O usuário, ao abrir o perfil, tem que pensar: quero me hospedar aqui, quero comer isso, quero experimentar esse drink! Ou seja, ele se conecta (ou não) com a sua empresa.

Veja, a seguir, exemplos de feeds bem cuidados. O primeiro é o perfil de uma agência de viagens espanhola especializada em lua de mel e o outro uma pousada de charme, em Campos do Jordão.





3. CRIE CONTEÚDO RELEVANTE

O conteúdo relevante é a peça chave em qualquer estratégia de marketing digital. É por dele que decidimos seguir uma determinada marca, assinar um blog, um canal de vídeo, etc.

Não é à toa que os marketeiros falam que o “conteúdo é rei”.

Publicações bem pensadas e bem feitas deixam a sua audiência mais conectada com a sua marca, além de ajudar o Instagram a ranquear os seus posts para exibi-los a mais usuários.

Os seguidores recebem, em média, 20% das postagens feitas. Isto acontece porque, com o crescimento do Instagram, ficou ainda mais difícil acompanhar todos os posts feitos pelos usuários diariamente.

Por isso, o algoritmo do Instagram desenvolveu uma forma de organizar o feed, baseado na probabilidade de você se interessar pelo conteúdo. Se o seu seguidor interage (curte, comenta ou salva a sua postagem), ele tem mais chance de continuar recebendo suas mensagens.

Portanto, o conteúdo tem que agradar sua audiência. E para te ajudar a trabalhar com conteúdo, passo algumas dicas:

* Foque nas imagens e vídeos bonitos. São eles que chamam a atenção do seguidor. Se ele gostar do visual, vai ler a legenda e tem mais chance de interagir com aquela postagem.

* Tente priorizar os vídeos curtos. Eles têm 3 vezes mais engajamento no Instagram.

* Escreva legendas positivas e humoradas. Vale usar emojis. Eles são divertidos bem adequados para as redes sociais. 😊

* Termine a legenda com uma pergunta, por exemplo: Qual é o seu próximo destino de sonho? Assim, você começa uma "conversa" e garante mais envolvimento com os seguidores.

* Use fotos de pessoa. Lembre-se "pessoas se conectam com pessoas". É importante aparecer também quem está por trás da empresa. Assim, você humaniza a marca e gera confiança nos potenciais clientes.

Obs.: Se for usar fotos de cliente, tenha certeza de que ele esteja de acordo.

*Compartilhe as experiências dos seus clientes no seu feed. Quando um consumidor vê uma foto gerada pelo usuário a chance de conversão aumenta muito. Afinal, hoje acreditamos muito mais na opinião dos nossos pares do que em publicidade.

O Ministério do Turismo, o Visit Scotland, Outback e diversas outras marcas incentivam seus seguidores a postar no Instagram com a # própria. Dessa forma, esses perfis conseguem muita "matéria prima" para postar. Ou seja, ao repostar fotos de outros usuários, o perfil prestigia o autor da foto e ainda consegue muito conteúdo para embelezar seu feed.

* Explore as *calls to action* (chamadas para ação) em suas postagens. Como por exemplo: “marque aquele amigo”, “acesse o conteúdo”, “veja link na bio”, “inscreva-se”, “reserve já”, etc.

* Use o aplicativo Canva para criar postagens bonitas, que harmonizam o seu feed. Ou contrate designer para criar o template da sua marca, no qual você substitui as imagens.

#DicaPratica

40% dos Millennials escolhem destinos, restaurantes, bares e hotéis que são “Instagramáveis”. Portanto, crie um cantinho Instagramável e incentive seus clientes a postarem no seu empreendimento, usando uma # específica!

Dessa forma, eles farão o melhor marketing do mundo para sua marca e totalmente grátis!!!

4. USE (E ABUSE) OS STORIES

Os stories têm muitas visualizações porque as pessoas têm curiosidade em saber o que está acontecendo hoje/agora. Assim, é muito importante investir na produção de conteúdo para os stories, para se relacionar bem com a sua audiência.

Diferentemente das postagens que vão para o feed, nos stories você não precisa ter tanta preocupação com a estética, afinal os posts somem depois de 24 horas. Mesmo assim, diversas marcas têm investido na criação de stories super bacanas, mostrando muito profissionalismo.

O tamanho oficial para postar uma foto ou um vídeo no Instagram Stories é de 1080 x 1920 pixels. Os vídeos devem ter até 15 segundos.

O que você pode postar nos stories?

* Mostrar os bastidores da sua empresa. Os clientes sempre têm curiosidade em saber o que acontece na "vida real" da empresa. Exemplo: hotel preparando espaço para receber evento corporativo ou social. Um restaurante pode mostrar os pratos saindo do forno. Uma agência de receptivo pode e deve explorar os passeios e as experiências que os clientes estão vivenciando.

* Se o seu perfil tem mais de 10 mil seguidores, pode criar posts com links externos, levando sua audiência para o seu site.

* Postar novidades, promoções, lançamentos, etc.

* Fazer perguntas para conhecer melhor seus seguidores: que tipo de viagem agrada mais, preferência por um determinado produto ou outro, etc.

* Mostrar reuniões com equipe, participação nos eventos do trade e nos treinamentos.

* Respostar stories de clientes que mencionam a sua marca.

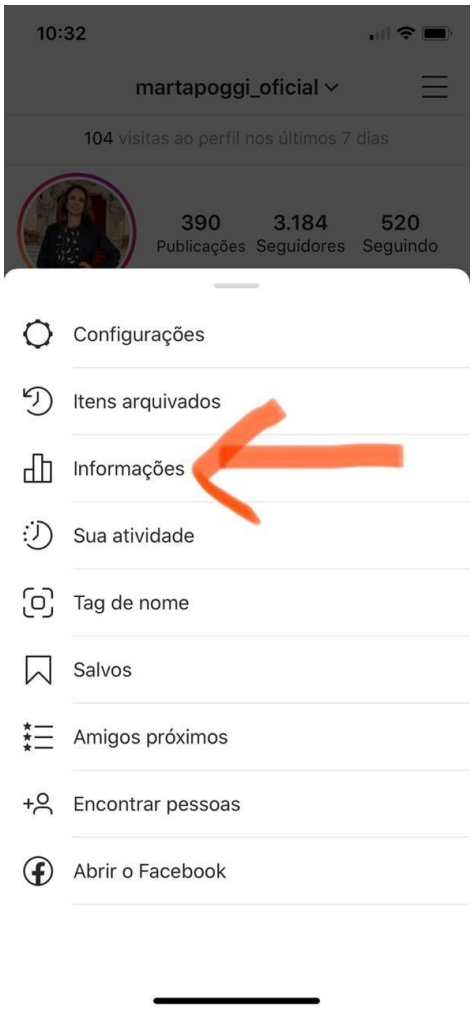
5. PLANEJE AS POSTAGENS

Planejar o conteúdo que será postado é chave para ter sucesso em qualquer rede social, e como o Instagram não é diferente. Essa tarefa não é difícil, mas exige disciplina e dedicação.

Sempre sugiro aos meus clientes de consultoria e alunos que criem um calendário editorial, que nada mais é que um cronograma de postagens para as redes sociais. Tendo esse planejamento em mãos, fica bem mais fácil executar as postagens.

Sabemos que criar conteúdo bacana é o grande desafio, mas sua empresa precisa postar no mínimo de 3 a 4 vezes por semana. Então, elabore uma planilha para o mês, com os conteúdos que deverão ser publicados.

Leve em conta os dias e horários de maior acesso dos seus usuários. Esses dados ficam disponíveis no Instagram insights. Veja nas figuras a seguir onde conseguir esses dados:



6. USE AS HASHTAGS CERTAS

As hashtags (#) funcionam como marcadores de palavras chave. No Instagram elas ajudam na descoberta e na otimização de conteúdo. Exemplo: um usuário que aprecia cerveja artesanal pode postar uma foto de cerveja e usar as hashtags relacionadas: #cervejaartesanal #craftbeer #ipa etc. Dessa forma, o algoritmo da rede social coloca esse usuário em contato com marcas e possíveis seguidores que também têm interesse nesse assunto específico.

Portanto, as hashtags são importantes e auxiliam na descoberta e na otimização de conteúdo.

Há dois anos fiz uma viagem de férias para os Lençóis Manharenses e comecei a seguir a #LencoisMaranhenses. Tudo que era postado no Instagram com essa #, eu recebia no meu feed. E assim eu selecionava o que eu queria ver, conhecer, experimentar, degustar, etc.

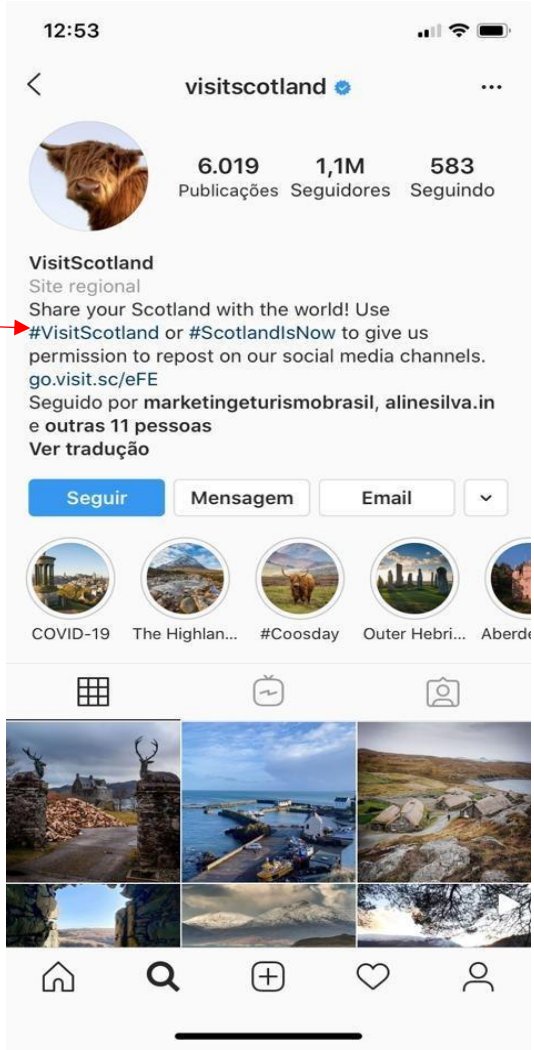
O Instagram permite usar até 30 hashtags. Mas especialistas sugerem que o ideal é usar 11 hashtags.

Dica super útil:

Quando você postar foto de algum destino brasileiro, utilize a #Mtur. Dessa forma, o perfil do Ministério do Turismo pode repostar e você tem a chance de ganhar visibilidade e novos seguidores.

Da mesma forma, para empreendimentos do ramo de alimentação, sugiro usar a #MturNaCozinha quando postarem pratos ou bebidas típicas. Alguns clientes meus já tiveram reposts pelo perfil e foi o maior sucesso!

Essa é a mesma estratégia usada por grandes marcas como Visit Scotland, Outback, DPNY Beach, dentre muitas outras. Dá uma conferida no perfil do destino Escócia:



#DicasPraticas

1. Use as # que têm a ver com o seu negócio ou com a imagem postada
2. Incentive seus clientes a postarem com a sua #
3. Use a # da sua marca em todos os posts
4. Siga a # da sua marca para acompanhar o que seus seguidores falam a respeito

7. FAÇA DESTAQUES

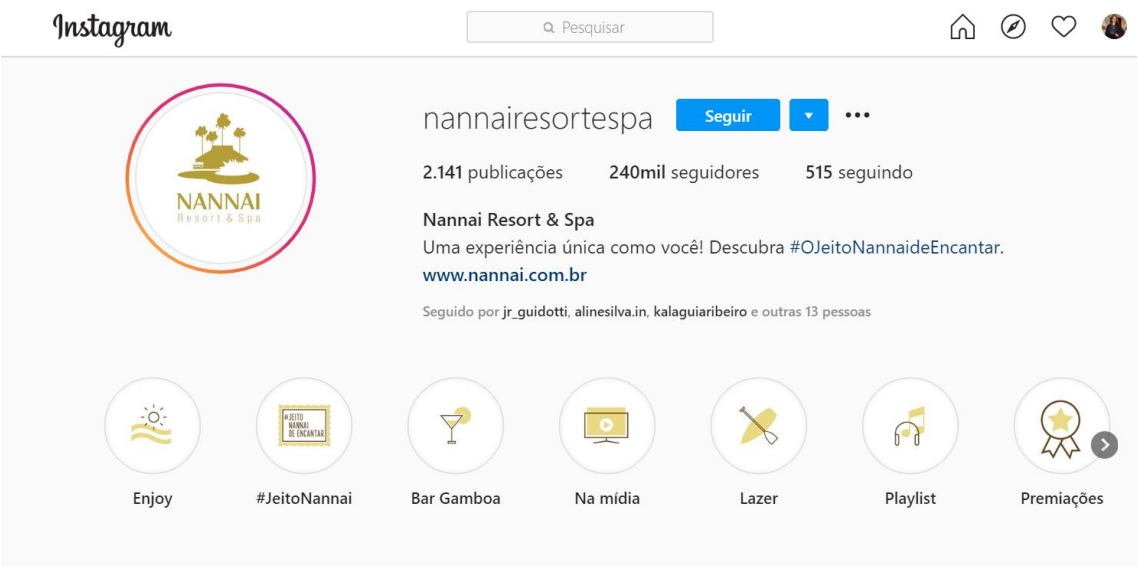
Os destaques são aquelas “bolinhas” que ficam no seu perfil do Instagram. Ali você pode (e deve) organizar o conteúdo de forma a facilitar as buscas do seu seguidor ou cliente.

Um restaurante pode, por exemplo, disponibilizar os seguintes destaques: entradas, drinks, pratos principais, sobremesas, horários de funcionamento, encomendas, etc.

O hotel pode destacar as suítes, área de lazer, eventos, café da manhã, atrações no destino e por aí vai. Já as agências de viagens podem fazer destaques dos destinos oferecidos.

Os destaques são criados com as postagens dos stories. Depois de publicar as postagens nos stories, você seleciona em qual destacar incluir aquele post.

Dica útil: faça capinha dos destaques com o aplicativo Canva. Fica muito bonitinho quando os destaques estão padronizados. Veja um exemplo abaixo:



Os destaques do Nannai mostram as instalações, prêmios e até playlist. Observe que a bio descrição também é bem bacana e sugere uma hashtag para os seguidores usarem. Legal, né?

8. REALIZE CONCURSOS E PROMOÇÕES

Os concursos e promoções ainda dão muitos resultados, se realizados adequadamente, pois costumam gerar engajamento e dar muita visibilidade da marca na rede social.

Sua empresa pode trabalhar com concursos do tipo “curta, siga, marque um amigo e comente”. Em geral, os usuários devem curtir a foto e marcar um amigo nos comentários. Assim, novos usuários chegam a seu perfil e provavelmente começam a te seguir.

Os concursos podem ser feitos em parceria com outras marcas. Por exemplo, uma agência de viagens pode fazer concurso cujo prêmio é um jantar no restaurante x ou uma noite de hospedagem (Dia dos Namorados) no hotel y.

A realização do concurso ou sorteio pode ser feita pelo Sorteiogram.

9. FAÇA PARCERIAS

Fazer parcerias com outras empresas que atendem o mesmo público alvo, mas com produtos e serviços complementares, é excelente para ganhar seguidores. Exemplo: hotéis podem fazer parcerias com restaurantes, agências de viagens com lojas de roupas, e assim por diante.

O importante é que ambas as marcas ganhem com a parceria. Podem ser oferecidos descontos especiais, bônus, brindes ou até tratamento diferenciado. Quem não gosta de se sentir especial?

Também é bem interessante fazer parcerias com influenciadores digitais. Não precisa ser um mega influenciador, com milhões de seguidores. Ao contrário, os microinfluenciadores já mostraram que têm melhor engajamento com a sua audiência e trazem melhores resultados para as marcas parceiras.

Eles não são tão famosos, mas têm maior poder de influenciar os seguidores de um determinado nicho, como por exemplo, comida saudável, maternidade, esportes, etc.

Então, o primeiro passo é escolher influencer que tem seguidores com o mesmo perfil do público que sua empresa está buscando.

10. INVISTA NOS ADS

Existem mais de 2 milhões de anunciantes no mundo inteiro usando o Instagram para compartilhar suas histórias, fixar e difundir suas marcas e, claro, gerar vendas.

Afinal, como dizia o Milton Nascimento "o artista tem que ir aonde o povo está!".

É importante investir em Instagram Ads porque o alcance orgânico das postagens tem caído bastante, como também aconteceu com o Facebook. Isto força as marcas a investirem em campanhas pagas para continuar sendo vistas pelos seus seguidores.

O primeiro passo é definir o objetivo do anúncio, ou seja, o que exatamente sua empresa busca com o anúncio. Pode ser aumentar a visibilidade e reconhecimento da marca, divulgar um determinado produto ou promoção, promover novo serviço, atrair leads, etc.

#DicaPratica

O primeiro passo, na criação de um anúncio, é decidir o objetivo.

- Divulgar serviços/produtos

- Promover a marca e aumentar a visibilidade

- Divulgar uma promoção ou lançamento

Os formatos de anúncios podem ser:

*Imagem única – ideal para anúncios de um produto/serviço específico. Exemplo pacote de fim de semana, uma determinada experiência ou atividade.

* Vídeo – perfeito para divulgar destinos turísticos ou hotéis que contam com muitas instalações. O apelo visual e a música ajudam a explorar a emoção do usuário.

* Carrossel – neste formato você consegue colocar várias imagens, portanto é interessante para apresentar um portfólio maior. Pode ser usado para divulgar o menu de um restaurante, serviços de hotéis, destinos trabalhados pela agência/operadora.

Consideração Final

Espero que tenha gostados dessas estratégias e que gerem muitos resultados para sua marca.

Escrevo este eBook em meio a quarentena da Covid-19. Ao contrário do que a grande maioria das pessoas pensam, essa é a hora de criar conteúdos, engajar sua audiência, criar relacionamentos e gerar muita confiança.

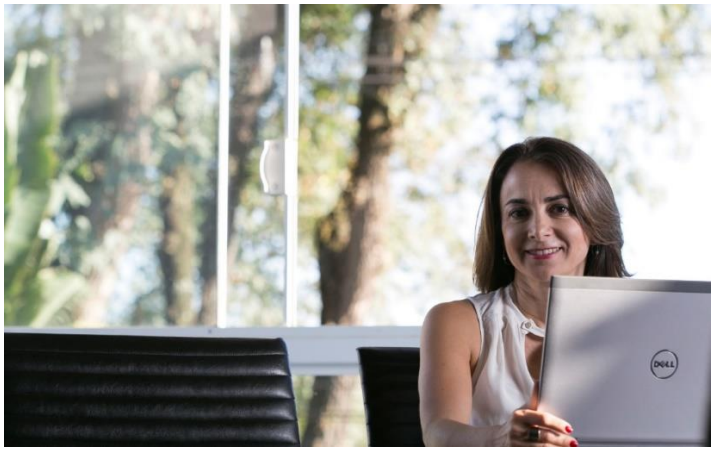
Sabemos que a crise vai passar e precisamos continuar presentes no mundo digital para não sermos esquecidos.

Se eu puder ajudar, conte comigo! É só **clicar aqui**

#VamosJuntos

MARTA POGGI

Muito prazer!



Sou Palestrante, consultora, blogueira e fundadora do Blog Agente no Turismo, sócia da Strategia Consultoria e autora da coluna Turismo Digital, do portal Mercado & Eventos. Atuo como estrategista digital para turismo e hotelaria, em diversos projetos no Brasil e no exterior.

Apaixonada por inovação e tendências, meu é propósito orientar, incentivar e inspirar empresários e profissionais do turismo para desenvolverem seus negócios e suas marcas na Era Digital. Minhas consultorias, palestras, treinamentos e conteúdos tratam de temas atuais, como Turismo Inteligente, Transformação Digital do Turismo, Marketing Digital, Tendências e Inovação no setor de viagens.

Sou mestre em turismo, já fui pesquisadora e professora universitária, autora de diversos artigos científicos, artigos de blog, eBooks e coautora do livro E-turismo: internet e negócios do turismo

Baixe outros materiais gratuitos **aqui**

Veja meus vídeos e assine meu **canal aqui**

Conheça o meu trabalho em **www.martapoggi.com.br**