



Fortaleza

Nº 02
Maio 2012

EXPERIÊNCIAS DE COMPRAS A CÉU ABERTO

Acredita-se que ir às compras é uma das atividades turísticas mais esperadas pelo público feminino, mesmo que seja em temporada de sol e praia bem casada com uma temporada de torcida e jogos de futebol. Já do público masculino não se pode esperar o sentimento nessa mesma intensidade. Mas quando essa parceria deixa o hotel e, no meio do caminho, tem um shopping, será que eles passarão? Não, eles ali ficarão. Ficarão porque esse é o shopping a céu aberto da praia de Iracema, numa avenida tradicionalmente turística que abriga mais de 450 irresistíveis lojas.

Para tornar esse ponto turístico ainda mais aprazível, a Associação dos Lojistas da Monsenhor Tabosa – Almont –, em fevereiro, assinou uma parceria com o Programa Sebrae 2014 e as lojas serão alvo de estratégias no incremento da competitividade.

Aqueles que queiram fazer parte do Programa Sebrae 2014 e preparar a empresa para a Copa do Mundo, mas ainda não começaram a planejar, vale lembrar: a Copa das Confederações está chegando e ela trará maior visibilidade para Fortaleza já no próximo ano.

Cada das lojas da Monsenhor Tabosa poderá desenvolver um plano e implementar ações para atuar nas três dimensões do contato do consumidor com a marca: antes, durante e depois de cada compra que um consumidor faz. O segredo dessa fórmula está na gestão dos canais de relacionamento com os clientes.

Essa é uma excelente oportunidade de oferecer uma experiência memorável ao turista de Copa para que ele volte mais vezes, trazendo na bagagem mais amigos e família.

www.ce.sebrae.com.br



AVENIDA MONSENHOR
TABOSA: PARAÍSO DE
COMPRAS A CÉU ABERTO.



Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas



CLIENTES PARA SEMPRE

O varejo tem características bem mais dinâmicas do que outros setores econômicos e, nessas condições, luta para manter um fluxo de clientes fiéis em sua carteira de negócios.

1. ANTES DA COMPRA

Na dinâmica das relações atuais, a compra começa muito antes de o consumidor entrar no ambiente físico da loja. Agora, as pessoas se aproximam e informações circulam muito mais virtual do que fisicamente, e é essa conexão que permite aos consumidores trocarem experiências em uma velocidade que o lojista não pode controlar.

Antes de dirigir-se a uma loja, o consumidor (turista ou não) vai pensar nas facilidades de acesso: localização, segurança, limpeza, estacionamento e horário de funcionamento. Para buscar respostas às suas perguntas, ele vai correr para a internet, seja no computador ou no telefone.

Isso torna o cuidado, a atenção especial de mínimos detalhes, de cada contato do consumidor com a marca uma tarefa desafiadora.

2. DURANTE A COMPRA

O ambiente da loja, para quem está do lado de fora, começa na calçada, inclui fachada e vitrine. Se o cliente entrou, todos os detalhes se tornarão parte de uma experiência muito agradável ou uma decepção total.

Imperioso é valorizar a experiência pela visão, pois representa zelar, por exemplo, pelas cores, pelas formas e pela iluminação do ambiente externo e interno da loja. A harmonia entre os elementos de decoração, a exposição dos produtos, a arrumação do mobiliário etc. É como um cenário, planejado e organizado centímetro a centímetro.

Também faz parte da experiência de compra a disposição do layout, a ambientação da loja, a qualidade do atendimento, a comodidade do espaço, o sortimento de produtos e serviços, a orientação oferecida, a segurança e a higiene do espaço.

Na hora de pagar, o consumidor busca a facilidade e a conveniência na transação: meios de pagamento, agilidade do processo, automação do caixa, disposição de trocas, clareza das regras para devoluções e oportunidade de programas de relacionamento.

3. DEPOIS DA COMPRA

Da experiência de compra positiva, retida na memória do consumidor, a loja obtém a lealdade dele que, muitas vezes, se transforma em um meio efetivo de divulgação daquela marca. Aqui o ciclo se reinicia.

O cliente satisfeito vai comentar com as pessoas de seu relacionamento, que comentarão com outras pessoas. Nessa dinâmica, com um trabalho permanentemente bem feito e coerente, a loja vai ganhando cada vez mais mercado.



O TAPETE VERMELHO AGORA É VIRTUAL

A COPA DE 2014 ACELERA A NECESSIDADE DOS EMPREENDEDORES DO SETOR DE TURISMO DE INVESTIREM EM AÇÕES DE MARKETING ONLINE.



Aqui e agora, o mercado de hospedagem em todo mundo está passando por uma verdadeira revolução graças à expansão do acesso à internet. No Brasil, apesar do número de habitantes conectados à rede ainda ter muito que avançar, dados divulgados pelo Ibope Nielsen Online (instituto de pesquisa especialista nessa área) demonstram que poucos sites evoluíram tanto em quantidade de visitantes quanto os de hotéis. Apenas em janeiro, período em que a procura pelos sites de hotéis sempre aumenta, cerca de 7,2 milhões de internautas brasileiros consultaram sites desse tipo para organizar sua viagem.

Além das mudanças já percebidas no mercado interno de turistas, o fato de o Brasil sediar a Copa de 2014 acelera ainda mais a necessidade dos empreendedores do setor de turismo de investirem em ações de marketing online. Isso porque

os turistas que virão assistir aos jogos nas cidades sede são oriundos de países desenvolvidos, onde o número de internautas e o impacto da internet nos hábitos de consumo estão mais consolidados que no mercado brasileiro.

Mesmo empreendedores habituados a receber estrangeiros, como é o caso dos que atuam em Fortaleza, precisam compreender melhor os impactos que a internet trouxe e ainda trará aos seus negócios. Essa dica não se restringe apenas aos meios de hospedagem, visto que a pesquisa divulgada pelo Ibope Nielsen também revelou que os sites de companhias aéreas, os serviços de mapas, passagens rodoviárias, cruzeiros destinos turísticos, informações e reportagens, pacotes, entre outros, atingiram em janeiro 56% dos internautas ou 26,8 milhões de pessoas.

A UNIÃO FAZ A FORÇA

Os websites dos meios de hospedagem de Fortaleza têm potencial para atuar como âncoras no planejamento da viagem dos internautas, isso porque a escolha do tipo de hospedagem dirá muito sobre o perfil do turista que chegará à cidade de Fortaleza. Além disso, muitos turistas iniciam o planejamento da viagem a partir da definição do local de hospedagem.

Pensando nisso, as empresas de outras categorias do setor de turismo de Fortaleza precisam se unir aos empreendedores dos meios de hospedagem para potencializar suas ações que visam a atrair turistas. Certamente, websites que ofereçam a eles a possibilidade de programarem toda a sua passagem pela cidade de Fortaleza apenas com um clique irão se destacar nesse novo cenário do turismo brasileiro.



CONHECER PARA EMPREENDER

O Sebrae oferece uma série de conteúdos que poderão lhe ajudar a conhecer mais sobre o mundo virtual e a melhor forma de aperfeiçoar seu negócio para atender os turistas internautas. Veja abaixo alguns links que você encontrará no Sebrae Ceará na internet:

- Dicionário Inovação e Tecnologia
- Investimento em tecnologia para alavancar negócios
- Programa Sebraetec, melhore a lucratividade com inovação e tecnologia

Fonte: <http://www.sebrae.com.br/uf/ceara/acesse/publicacoes-1/dicionario-tecnologia-e-inovacao>

Procure o Sebrae mais perto de você:

<http://www.sebrae.com.br/uf/ceara/>

0800 570 0800



Farol Antigo de Fortaleza
"Farol do Mucuripe"