

BOLETIM DE TENDÊNCIAS

ANO 2020



TURISMO



DESIGN DE SERVIÇOS NO TURISMO: GERENCIAMENTO DE DESTINO ORIENTADO PELA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Inovação e criatividade são necessidades de todos os segmentos do turismo. Esse mercado, assim como todos os outros, precisa compreender as dores e os desejos dos possíveis clientes para conseguir atrair público, promover experiências e sensações únicas e memoráveis, e, assim, fidelizar sua clientela.

Em relação aos hotéis, as plataformas de compartilhamento de casas, como o *Airbnb*, fizeram com que o setor precisasse rever seus conceitos e serviços de hospedagem, voltando-os para um atendimento mais específico e personalizado.

Embora muitos empreendedores ainda pensem que perderam seus espaços para as plataformas, boa parte deles aproveitaram para otimizar seus serviços e melhorar a sua marca, crescendo e expandindo em um mercado altamente concorrido.

É preciso considerar que boa parte do público do *Airbnb* é constituída de pessoas que procuram por hospedagens mais baratas. Outro ponto importante é que um grande número dessas pessoas se queixa, com frequência, em relação à limpeza do local, problemas no *check-in*, falta de profissionalismo e necessidades que não foram atendidas durante a hospedagem.

Em relação ao setor hoteleiro, a revista *Época Negócios* divulgou um estudo, encomendado pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) e realizado pela Fundação Getúlio Vargas, em que revelou que 55% das reservas em hotéis são feitas por pessoas que estão em turismo de negócios, ou seja, pelo mercado corporativo.

Esses profissionais buscam por hotéis que:

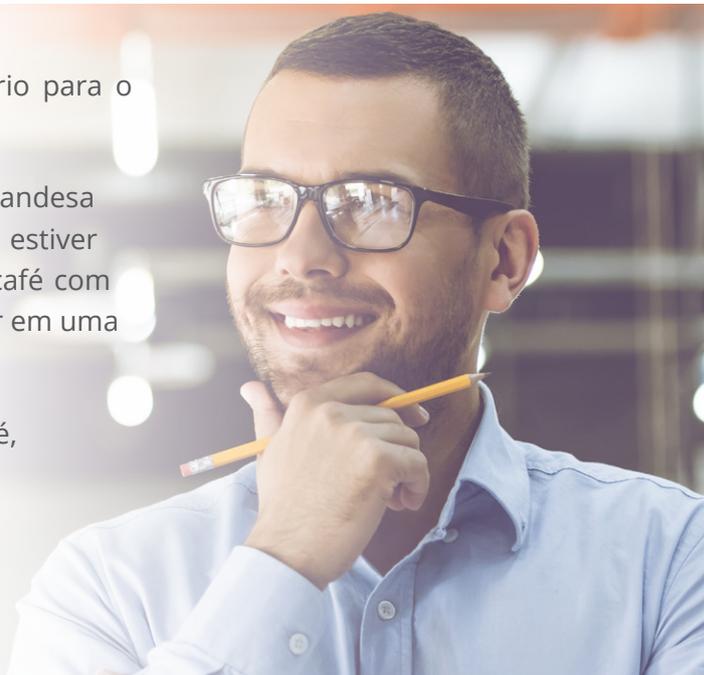
- ✓ sejam fáceis de encontrar e bem localizados
- ✓ estejam online
- ✓ apresentem diferenciais
- ✓ ofereçam agilidade e eficiência no *check-in* e no *check-out*
- ✓ proporcionem, além do conforto da hospedagem, boas experiências durante a estadia



O *design* de serviços no turismo tem papel decisório para o cliente escolher o local onde vai se hospedar.

Segundo o *Marc Fontijn*, cofundador da agência holandesa de design de serviço *31 Volts*, se um consumidor estiver diante de duas cafeterias que oferecem o mesmo café com preços iguais é o design de serviços que o fará entrar em uma e não escolher a outra.

Esse conteúdo visa ajudar na compreensão do que é, de fato, o *design* de serviços e como esse conceito pode auxiliar o empreendimento a se destacar dentro do segmento turístico, em especial na hotelaria.



O QUE É *DESIGN* DE SERVIÇOS?

Design de serviços pode ser definido como uma disciplina dentro da área do *design* que possibilita o acesso e modifica interações humanas. Surgiu em 1991 na Escola Internacional de *Design* de Colônia, na Alemanha, através do professor *Michael Erlhoff*.

O conceito propõe um pensamento estratégico e operacional em relação aos espaços para todos que utilizam e provêm serviços, portanto, é um processo que ajuda a compreender melhor as necessidades e anseios dos clientes, criando soluções que se tornam atraentes e encantadoras para quem utiliza os serviços e apresentando processos operacionais eficientes para quem os disponibiliza e opera.

O *design* de serviços utiliza os pilares do *design thinking* para repensar serviços e oferecer uma melhor experiência, que são:



EMPATIA



COLABORAÇÃO



EXPERIMENTAÇÃO

Apesar de utilizar esses pilares, o conceito vai além porque observa as necessidades humanas como um todo e não apenas a do cliente, embora esse seja o centro das atenções.

Para que o cliente tenha uma melhor experiência, todos os outros profissionais que trabalham no processo de uma estadia, por exemplo, precisam estar envolvidos, entre eles os colaboradores do hotel, parceiros, fornecedores e demais prestadores de serviço.

Algumas vezes, nesses processos, é necessário mudar a cultura empresarial, já que eles exigem transformações e mudanças que vão modelar serviços, tornando-os mais atrativos para o cliente e também mudando toda a operacionalidade.

O design de serviços possibilita ainda que o hotel se apresente mais competitivo no mercado, promovendo:

- inovação;
- rapidez e agilidade;
- excelência;
- adaptabilidade.

Os profissionais que atuam nessa área são chamados de *service designers* e ajudam a:

- projetar serviços que promovem a facilidade no uso;
- melhorar a eficiência e, conseqüentemente;
- aumentar a satisfação do cliente.



EXEMPLO DE DESIGN DE SERVIÇOS NO TURISMO

A Pousada Trijunção que recebeu esse nome porque está situada nas divisas dos estados de Goiás, Bahia e Minas Gerais.

Ela possibilita aos hóspedes participar das pesquisas e trabalhos em campo para a proteção da fauna e flora, proporcionando uma experiência única e inesquecível para cada um deles. Inclusive, essa é uma grande tendência, muitos pequenos empreendimentos estão apostando no turismo de observação.

A importância do *design* de serviço no setor do turismo

O *design* de serviço é fundamental e pode ser implementado em empreendimentos hoteleiros de pequenos, médios e grandes portes. Não se trata apenas de mudar a gestão e, sim, de aplicar modificações para transformar todo um processo, sempre tendo como base a experiência do consumidor.

O *service design*, como também é conhecido, busca trabalhar para compreender e atender:



o perfil do hóspede



seus desejos e expectativas



suas dores

Com base nessas informações buscam-se alternativas e disponibiliza-se um serviço que seja competitivo diante do mercado e proporcione melhores experiências para quem utiliza. É importante considerar que essas soluções também promovam uma experiência satisfatória para o colaborador que irá prestar o serviço, afinal, a metodologia visa proporcionar melhorias para quem executa e para o usuário.

Para, de fato, promover essa melhoria, de acordo com *Marc Stickdorn* (autor do livro *This is Service Design Doing*), existem 5 princípios em que o *service design* é pautado e que precisam ser analisados.



São eles:

O usuário é o centro	<ul style="list-style-type: none">☑ O usuário sempre é o centro e o foco para a melhoria do serviço.☑ O design de serviços utiliza de meios para se colocar no lugar dele e compreender, de fato, a sua experiência, originando criações e produtos para melhorá-la.
Cocriativo	<ul style="list-style-type: none">☑ Quando se decide repensar um serviço ou um produto, é de fundamental importância que todos os envolvidos estejam engajados no processo de mudança, familiarizando-se com ela desde o seu início e, por isso, todos os colaboradores e <i>stakeholders</i> devem ser incluídos.
Sequencial	<ul style="list-style-type: none">☑ É importante frisar que interações tendem a gerar novas experiências, tanto na percepção do usuário como de quem está na operacionalidade.☑ Esse processo precisa seguir uma sequência desde o seu início até o pós-serviço, permitindo que o hóspede perceba que todos os pontos envolvidos estão conectados de forma coerente.
Evidencie	<ul style="list-style-type: none">☑ Serviços mesmo que intangíveis precisam ser visualizados e sentidos, por isso, é necessário evidenciar todos os pontos imateriais da sua empresa.
Holístico	<ul style="list-style-type: none">☑ Tudo e todos dentro do ambiente precisam ser considerados para a melhoria do serviço.



COMO IMPLEMENTAR O *DESIGN* DO SERVIÇO?

Toda mudança exige um estudo mais detalhado da atual situação da empresa, para que seja possível proceder todas as melhorias necessárias. A designer norte-americana Laura Keller divide todo o processo de implementação do design de serviços em quatro etapas principais. São elas:

ETAPA 1: EXPLORAÇÃO

Quem explora, procura algo, portanto, é o estágio em que se questiona como está a situação atual e o que precisa ser mudado.

Para implementar projetos de *design* de serviços no turismo é preciso fazer um levantamento sobre o que está funcionando e promovendo boas experiências para o cliente e também o que provoca o efeito contrário e precisa ser corrigido.

Isso só é possível a partir de um questionamento direto com o usuário que ajudará o *designer* a compreender como o cliente vê o hotel e como os serviços prestados atendem à sua necessidade, bem como onde deixam a desejar.

ETAPA 2: CRIAÇÃO

Na segunda etapa já se conhece qual o problema que precisa ser resolvido e a oportunidade que pode ser aproveitada para melhor atender o consumidor.

Nessa fase é preciso criar uma solução ou abrir a oportunidade. Contar com uma equipe multidisciplinar ajudará de forma efetiva no acerto das soluções.

Para essa criação, a equipe que irá desenvolver o projeto de design de serviço precisa ouvir e considerar opiniões e experiências de todos os envolvidos, como os clientes, funcionários, fornecedores, parceiros, etc.

ETAPA 3: REFLEXÃO

Ao chegar nessa fase, já aconteceu uma peneira com todas as ideias que surgiram por parte do time.

Além disso, foram descartadas naturalmente algumas delas que não faziam sentido para a equipe desenvolvedora do projeto de design de serviços.

Na etapa de reflexão é de fundamental importância que se consiga compreender e visualizar os impactos da mudança em relação ao serviço.

É nessa etapa que são utilizadas simulações para verificação de falhas e melhorias no processo de implementação, por isso, ela deve envolver todos os funcionários.

ETAPA 4: IMPLEMENTAÇÃO

Nessa etapa é preciso que todos os colaboradores envolvidos no serviço entendam e saibam quais são as diferenças entre o antes e o depois da reestruturação de determinada atividade.

Todos os envolvidos precisam ter uma visão clara sobre as mudanças e saber como ela vai acontecer e quais são os benefícios que ela trará para o funcionamento do hotel e para uma melhor experiência do cliente e da equipe.



COMO APLICAR *DESIGN* DE SERVIÇOS NO TURISMO?

O *design* de serviço pode ser aplicado de diversas maneiras dentro do turismo. Ele é vital para fortalecer o potencial competitivo e para melhorar a visibilidade do empreendimento diante do mercado, e também pode abrir um leque maior de oportunidades e possibilidades, proporcionando opções diferentes de serviços e produtos, além de otimizar os resultados.

Algumas dicas práticas para aplicá-lo dentro desse segmento são:

Novo *design* gráfico

- O *design* gráfico do estabelecimento, em especial a identidade visual, é o documento de identificação de um empreendimento.
- É a partir dele que o consumidor cria uma familiaridade e simpatia pelo empreendimento.
- Essa identidade visual deve ser usada em consonância em sites, mídias sociais e todos outros serviços de comunicação da empresa.



DICA:

Um redesenho da identidade visual vai muito além de um novo layout de logo e pode ser o início de um novo serviço com mais qualidade visual e operacional.

Novo projeto de móveis

- Aderir a um novo projeto de móveis e decoração pode ser uma excelente forma de aplicar o *design* de serviços no ambiente do hotel, proporcionando mais conforto em espaços cleans e confortáveis.



DICA:

Quartos temáticos também podem ser inseridos nos projetos de *design* de serviços, afinal, essa é uma tendência que, mediante um estudo prévio, pode atender à necessidade e ao desejo do cliente.

Vitrine *online*

- Criar um site responsivo, claro e de fácil compreensão é outro passo para que o hóspede melhore a sua experiência, ainda que à distância.
- Os serviços *online* promovem facilidades para todos. Você pode disponibilizar desde consultas de preços, bem como uma visita aos quartos e a reserva feita de maneira digital.



DICA:

O site deve trazer todas as informações sobre o funcionamento do hotel, como horários, preços de café, lista de serviços oferecidos e os extras.

Melhorar a experiência da hospedagem

- Um dos pontos principais para elaborar projetos de design de serviços no turismo é conhecer o perfil do cliente.
- A partir desse conhecimento, o estabelecimento tem por obrigação atender às necessidades apontadas e surpreendê-lo diante de suas expectativas e desejos.
- Quartos personalizados que proporcionem, além do conforto, experiências únicas podem estar dentro dos projetos de mudança.

Exemplos:

- De posse das necessidades e vontades do cliente, o hotel pode ampliar os horários do café da manhã, permitindo que ele durma muito mais, caso essa seja uma característica do seu público.
- Até mesmo o serviço de quarto pode merecer novos rumos dentro do projeto de design de serviços e se tornar um diferencial na experiência do consumidor. A limpeza pode ser feita com o uso de produtos hipoalergênicos tanto na roupa de cama como na do ambiente.
- Outra novidade que está ganhando espaço na hotelaria, visto que ganhou visibilidade por parte dos turistas a negócios que geralmente ficam poucas horas em um hotel, é o site HotelQuando.com.br que possibilita reservar quartos por um período de três, seis, nove ou doze horas, desobrigando o cliente a pagar uma diária, já que vai ficar menos tempo.



DICA:

Uma boa dica é projetar espaços para lazer que promovam socialização e melhor integração entre os visitantes, como piscina, área de bar e restaurante 24 horas.



DICA:

Há também como surpreender sem fazer investimentos. O importante é oferecer muito além do que o consumidor está acostumado a receber.

A tecnologia como aliada de boas experiências

- É muito difícil, e até inviável, elaborar projetos de *design* de serviços no turismo sem que a tecnologia faça parte deles.
- Equipamentos e sistemas facilitam toda a operação, desde a visita no site, confirmação de reservas, até a agilidade na recepção, em atividades diárias como emissão de notas, *check-in* e *check-out*.



DICA:

A tecnologia também é uma grande facilitadora nos *feedbacks* do consumidor em relação ao local e aos serviços prestados. Não tenha medo de usá-la!

Comunicação clara e objetiva

- Toda a comunicação em relação aos serviços prestados por um hotel, pousada ou outro empreendimento de turismo precisa estar em conformidade com os diversos canais utilizados para atrair e se relacionar com o cliente.
- Isso quer dizer que é ponto negativo para a imagem do estabelecimento quando o site informa preços e serviços diferenciados dos informados na página do *Facebook*, *folders*, telefone ou qualquer outro canal.



DICA:

Não apresente informações contrárias às que o cliente recebe na recepção do hotel e vice-versa. Portanto, deixe toda a sua comunicação alinhada, clara e objetiva, independentemente do canal.

Forme parcerias

- As parcerias fazem parte de todo empreendimento de sucesso e dentro dos projetos de design de serviços no turismo não é diferente. Elas otimizam serviços e melhoram de forma significativa a experiência do hóspede, ajudando a fidelizar a clientela.
- O segmento do turismo é muito abrangente e várias parcerias podem ser realizadas.

Exemplo:

Um hotel pode ter relacionamento com bares, restaurantes, casas de show, empresas de passeios turísticos e muitos outros serviços que podem ser oferecidos como um diferencial, possibilitando descontos e outros benefícios para seus hóspedes.



DICA:

Além de oferecer vantagens para o cliente, as parcerias incentivam o comércio local.

Cultivar e cativar o cliente após a estadia

- Esse é um detalhe importante e que muitos empresários pecam pelo esquecimento.
- Sempre que possível envie para os ex-hóspedes mensagens de felicitações e também de promoções, fazendo com que ele se sinta sempre lembrado e especial.



DICA:

Essa é uma ação muito simples e que tem um grande impacto na fidelização dos clientes.

AÇÕES RECOMENDADAS



Os serviços têm mudado bastante nos últimos anos, assim como a expectativa das pessoas em relação a eles. A tecnologia tem permitido que os consumidores interajam com as marcas de formas completamente novas. Por isso o design de serviços tenta responder a algumas perguntas básicas que dizem respeito à experiência das pessoas ao interagirem com determinado serviço:

- Como deve ser a experiência do consumidor ao usar este serviço?
- Como deve ser a experiência do funcionário ao prestar este serviço?
- Como uma empresa se mantém fiel à sua missão e se mantém relevante para o consumidor, ao mesmo tempo?



As pessoas são e esperam das empresas uma visão além da troca financeira. Esperam serem vistas como um ser humano, quer seja na posição de cliente, colaborador, fornecedor ou distribuidor. Possuir essa visão estratégica é fundamental para gerar valor de forma mais abrangente e potente. A partir dela é que a organização consegue de fato obter vantagem competitiva e se destacar no mercado.



Faça uma lista de ações, que você pode colocar em prática a curto prazo, que envolvam clientes e toda a equipe de colaboradores para buscar soluções que melhorem a experiência do usuário e tornem todo o processo interno mais eficiente e sustentável.



Investigue e mapeie o perfil dos seus hóspedes para compreender as suas “dores”. Esse é o primeiro passo para melhorar a experiência dele.



Para mudar é preciso gerar soluções que atendam aos anseios do consumidor, conciliando satisfação por parte dos prestadores de serviço e promovendo melhor experiência para o hóspede. Liste 5 pontos que você acha que seja uma oportunidade para o empreendimento turístico e 5 pontos de melhoria.



A melhoria na experiência do cliente pode se dar desde o momento que ele acessa a página na web, conhece e desfruta das qualidades dos serviços oferecidos e, sente-se lembrado de forma especial após a estadia. Elenque ações que não gerem custos para o seu negócio que você pode começar ainda essa semana.



O Sebrae/RJ tem soluções que podem ajudar a sua empresa a se tornar mais competitiva no mercado. Ligue para 0800 570 0800 e agende atendimento na unidade mais próxima.



TURISMO
BOLETIM DE TENDÊNCIAS
ANO 2020

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestora do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Mara Godoy

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Mara Godoy

Conteudista: Fábio Medeiros

Diagramação: Sigla

Entre em contato com o Sebrae: 0800 570 0800

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.