



TREKKSOFT

EBOOK LIBRARY

GUIA DE SOCIAL MEDIA

para empresas de excursões
e atividades



Conteúdo

Introdução do autor	3
Qual é o ponto de tudo isso?	4
20 passos fáceis para:	
#1: Tenha sua própria hashtag	4
#2 Compartilhe conteúdo ao vivo das excursões	5
#3 Peça aos clientes suas contas no Twitter	5
#4 Encoraje o uso do seu nome no Twitter	6
#5 Ofereça prêmios para os tweets ou fotos mais criativos	6
#6 Peça as pessoas para seguirem a sua empresa	6
#7 Crie um vídeo com as imagens dos clientes	7
#8 Alimente o conteúdo do seu site com um “Blog Ao Vivo”	7
#9 Forneça uma câmera aos seus clientes	7
#10 Diga a eles que suas fotos serão publicadas	8
#11 Organize o conteúdo das suas redes sociais	8
#12 Procure informações do seu público, mas não se enfraqueça	8
#13 Faça um Google Hangout ao vivo da excursão	9
#14 Mostre as pessoas organizando a excursão	9
#15 Peça a opinião dos seus clientes e use essas citações como conteúdo	10
#16 Experimente outras redes sociais	10
#17 Acompanhe outros termos de pesquisa	10
#18 Tenha informações sobre as redes sociais no uniforme	11
#19 Ative a localização para posts de redes sociais	11
#20 Se divirta com isso!	12



Não existe melhor plataforma para promover excursões e atividades do que as Redes Sociais



Se está lendo isto, muito provavelmente é o dono de uma empresa de atividades e excursões. Parabéns – você faz parte das forças por detrás do turismo de lazer. E tem sorte, pois nunca houve um melhor combinação do que o dos seus produtos com o marketing em redes sociais. Você tem, na ponta dos seus dedos, a ferramenta de venda mais poderosa que existe – e quase toda ela é grátis. Tudo o que tem de fazer é sair e começar.

Nas páginas seguintes, concentramos a experiência de centenas de empresas da TrekkSoft em 20 passos fáceis que pode tomar para converter todos os seus clientes em embaixadores da sua marca de turismo e excursões.

Você trabalha duro para ter certeza que os seus convidados tenham uma experiência única, agora chegou a hora de ajuda-los a divulgar o quão fantástica é a sua empresa!

INTEGRANDO AS REDES SOCIAIS ÀS SUAS EXCURSÕES E ATIVIDADES



Qual é o ponto de tudo isso?

Uma coisa que as pessoas gostam de se gabar é sobre as suas férias. Gostam de dizer às pessoas que se colocaram no limite para subir o Machu Picchu, que superaram o medo das alturas fazendo skydiving na Austrália, ou que sentiram adrenalina pulsando nas veias em uma tirolesa nos Alpes.

Graças às redes sociais, eles não precisam esperar até o regresso da viagem para se gabarem sobre ela. Assim que estiverem conectados à Internet, eles podem falar sobre tudo o que aconteceu. **Quanto mais integrar as redes sociais à sua empresa, mais fácil será para que os seus clientes a divulguem!**

Qual hashtag devo usar?

Crie uma hashtag curta. Os tweets podem ter apenas 140 caracteres, então essa é a melhor maneira para as pessoas consigam ter espaço suficiente para utilizá-la. Tente fazer com que seja relevante – não tenha nada muito misterioso. Se puder, faça com que seja relativo a uma conversa. Certifique que ninguém mais a está usando em conversas ou rastreamentos.



#1

Tenha sua própria hashtag

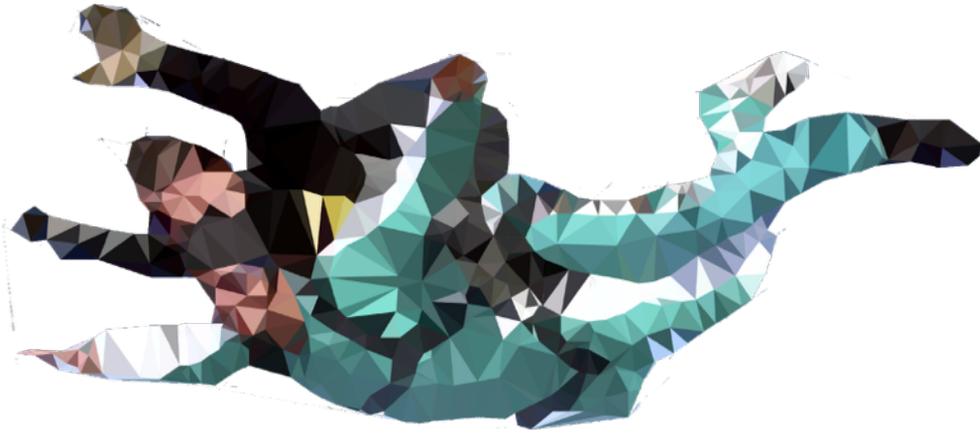
Toda empresa deve ter sua própria hashtag. Quer seja um restaurante, uma empresa de design ou instituição financeira, deveria ser capaz de acompanhar todas as conversas online que falem sobre seu ramo.

Engage seus clientes desde o início! Quando operar a sua atividade ou excursão e estiver na parte introdutória, organizando tudo e dando informações importantes, dê a eles a hashtag. Termine as suas boas-vindas com ‘... e finalmente, se alguém estiver no Twitter, Instagram ou qualquer outra rede semelhante durante a excursão, por favor use a nossa hashtag #suahashtag.

#2

Compartilhe conteúdo ao vivo de suas excursões

Uma pergunta que muitas empresas e marcas se fazem quando o assunto é redes sociais é ‘o que irei postar?’ Este é um desafio que as empresas de atividades e excursões não enfrentam – as imagens, dicas e atualizações estão presentes todos os dias... apenas precisam ser lembradas de serem compartilhadas. Quando os seus guias estão em excursão, lembre-os de compartilhar o conteúdo e usar a hashtag que falamos há pouco.



#3

Peça aos clientes suas contas no Twitter

Para ter o seu conteúdo compartilhado por outros, precisa ganhar atenção deles. Tem formas diferentes de conseguir isto: uma é tendo conteúdo extremamente interessante, outra é marcando usuários relevantes em tweets. Quando estiver na sua excursão, pergunte aos seus clientes se estão no Twitter, e depois peça os nomes deles na rede. Após isso, é hora de diversão! Tire selfies estratégicas com apenas aqueles que estão no Twitter e marque as pessoas nessa imagem, encorajando o máximo de retweets possível. Tire fotos dos usuários à frente dos pontos importantes e faça um tweet. Tem muitas opções sobre o que fazer!



#4

Encoraje o uso do seu nome no Twitter

Além de pedir aos seus clientes seus nomes no Twitter, diga a eles qual é o da empresa. Isso aumentará as chances dos outros marcarem sua empresa nos Tweets, aumentando assim a hipótese de alcançar um público mais amplo.

#5

Ofereça prêmios para os tweets ou fotos mais criativos

Simplemente porque pediu às pessoas para usarem sua hashtag em Tweets e fotos do Instagram, não quer dizer que elas realmente vão postar. Às vezes você precisa dar um incentivo, uma forma de conseguir isto é oferecendo prêmios para os Tweets e fotos do Instagram mais criativas ou divertidas. Para acompanhar o conteúdo, tenha a certeza de que as pessoas estão usando sua hashtag.

**Envolva a sua
equipe e faça
com que
participem**

Certifique que os objetivos e planos para as redes sociais são compreendidos por toda a empresa. Os seus guias são sua ferramenta mais preciosa. Para motivar seus guias e fazer com que dêem o seu melhor, posando para fotografias e compartilhando mensagens, experimente oferecer incentivos internos e bônus para aqueles que conseguirem maior engajamento dos clientes.



#6

Peça as pessoas para seguirem a sua empresa

Pode parecer óbvio, mas não existem muitas empresas que peçam abertamente aos seus clientes para deixar curtirem suas publicações ou seguirem a marca. Eles pensam que isso é um pouco desesperado, mas se as pessoas estão dispostas a deixar um pouco do dinheiro para viver aquilo que você vende, certamente participarão da idéia de ver as suas atualizações regularmente, ainda por cima, sem custo.

#7

Crie um vídeo com as imagens dos clientes

Alguma vez ouviu falar de um filme chamado de 'Awesome! I F*@kin' Shot That' dos Beastie Boys? Ele foi inteiramente criado por gravações dos fãs que foram aos shows. Não que você precise criar um filme com as imagens dos seus clientes, mas pode encontrar material suficiente no YouTube, Instagram e Vine para criar um pequeno vídeo promocional.

**O que faz o
conteúdo ser
excelente?**

- Pessoas- todos gostam de se verem numa publicação
- Novidades em tempo real
- Vídeos ao vivo com comentários
- Questões e citações engraçadas
- Respeitosos erros de gravação



#8

Alimente o conteúdo do seu site com um “Blog Ao Vivo”

Com um pouco de trabalho técnico e um streaming de conteúdo com sua hashtag, você pode ter novo novos conteúdos atribuídos constantemente ao seu site através de um ‘blog ao vivo’. Assim, terá sempre conteúdo atualizado e relevante.

#9

Forneça uma câmera aos seus clientes

Muitas das dicas que estou dando dependem de UGC - User Generated Content (Conteúdo Criado por Usuários). Para criar UGC, os seus clientes precisam de ter uma boa câmera, mas talvez não a tenham. Para evitar este problema, dê uma câmera que tire boas fotos e/ou grave vídeos em HD.





#10

Diga a eles que suas fotos serão publicadas

As pessoas adoram ver que estão nas redes sociais. A maioria, pelo menos. Se estiver tirando fotos das suas excursões, tente tirar fotos das pessoas. Depois, compartilhe nas redes sociais, avisando às pessoas que o fez. Isso irá encorajar elas a compartilharem as fotos e, consequntemente, irá levar o seu negócio para um público mais amplo.



Um bom exemplo de website fazendo isso

TravelMassive.com. Arraste a página inicial para ver streaming hashtag #travelmassive. Outro exemplo é o blogue de Travmonkey.com, que tem streamings ao vivo de diferentes viagens.



#11

Organize o conteúdo das suas redes sociais

Existem tantas redes sociais atualmente que é difícil estar ativo em todas. Tendo a sua própria hashtag e motivando as pessoas a compartilharem conteúdos por você (quase isso), você terá um fluxo contínuo de conteúdo para sua empresa, disponível para todos os seus canais sociais. A empresa pode ter um álbum no Facebook para fotos da equipe, outro para os conteúdos gerados por clientes, ou painéis no Pinterest com imagens compartilhadas usando sua hashtag.

#12

Procure informações do seu público... mas não se enfraqueça

Há muito tempo atrás, se as pessoas queriam saber como era um hotel ou hostel, iriam para o Lonely Planet ou qualquer outro guia turístico. Esses dias se foram e, atualmente, as pessoas querem recomendações dos seus similares. Por isso, sites como o TripAdvisor são imensamente populares.

O que quero transmitir é que, muitas vezes, o UGC (Conteúdo Criado por Utilizador) é mais valioso do que o conteúdo produzido por profissionais. Como resultado, procure por conteúdo do seu público – pergunte às pessoas quais são as suas melhores dicas para viajar e organize uma única postagem, que pode ser publicada no seu site, e, depois, compartilhada nas redes sociais.



#13

Faça um Google Hangout ao vivo da excursão

Já pode ter ouvido falar antes do dado estatístico de que o YouTube é o segundo maior motor de pesquisa da Internet. Tendo isso em mente, estar presente nele é muito importante. Ainda assim, criar vídeos pode ser um pouco trabalhoso – carregar diversas imagens no software de edição e criar vídeos leva o seu tempo. Mas usando o Google Hangouts, uma aplicação que está disponível para iOS e Android, você pode criar pequenos Google Hangouts ao vivo das excursões, o que significa que o seu canal no YouTube tem conteúdo constante. Depois, pode adaptar o conteúdo especificamente para SEO (otimização de motor de pesquisa).

#14

Mostre as pessoas organizando a excursão

Se as pessoas realmente adorarem a sua excursão, é por causa de um desses dois fatos (ou ambos) – a localização/atividade e as pessoas liderando toda a operação. Os seus guias são um produto, tal qual a sua excursão. Exiba essa parte fundamental da sua equipe em todos os seus canais sociais, porque muitas vezes as pessoas adoram ver as caras por detrás das marcas.

Certifique-se de que o Hangout ao vivo é um bônus para a experiência, e não uma intrusão

Se você está planejando fazer um Hangout ao vivo numa excursão, tenha a certeza de que todos os convidados aceitam e estão entusiasmados com a idéia. Se a sua excursão não é boa para um Hangout ao vivo com os seus convidados, experimente encenar tudo com alguns atores para ter um efeito similar.



#15

Peça a opinião dos seus clientes e use essas citações como conteúdo

Ninguém gosta de pessoas que se auto-promovem em demasia, mas se os seus clientes estão falando bem de você, pode deixar que os outros saibam sobre isso. Uma página de testemunhos é um excelente local para fazer isso... e as redes sociais também. No final das suas excursões, peça aos seus clientes por suas opiniões, e depois as compartilhe em todas as suas redes sociais.

#16

Experimente outras redes sociais

Muitas empresas usando as redes sociais caem na armadilha de apenas utilizarem duas redes – Facebook e Twitter. No entanto, existem diversas opções que os clientes estão usando. Quase todos estarão garantidamente no Instagram, mas se você tiver como público-alvo os Americanos mais jovens, por exemplo, pode experimentar o Snapchat. Se o seu público está em um lugar, então a sua empresa precisa de lá estar também.





#17

Acompanhe outros termos de pesquisa

Já foi dito que todas as empresas de excursões e atividades deveriam ter sua própria hashtag. Mas nem todos estarão usando bem esse hashtag. Por exemplo, se a Trekksoft estivesse organizando uma excursão e se gostaríamos de saber o que as pessoas estão dizendo sobre nós nas redes sociais, bem como #trekksoft, precisaríamos acompanhar Trekksoft (sem o hashtag), Treksoft, Trekk Soft, Trek soft, etc. Certifique que está verificando as variações de soletração da sua empresa para acompanhar todas as conversas.



#18

Tenha informações sobre as redes sociais no uniforme

As pessoas que lideram os grupos de excursões são reconhecidos como guias. Os guias lideram as pessoas, o que significa que, em alguma altura, todos, ou boa parte das pessoas do grupo, vão estar atrás do guia. Ao adicionar os seus nomes nas redes sociais nas costas dos uniformes dos guias, você terá uma excelente oportunidade de fazer com que todos os seus clientes curtam as diferentes redes sociais da empresa.



#19

Ative a localização para posts de redes sociais

O Instagram tem uma ótima ferramenta que permite que os usuários adicionem suas fotos a um grande "mapa fotográfico" e nomeiem a localização onde as fotos foram tiradas. Essa é uma ótima forma de ver o que os clientes gostam sobre seu passeio e permite que você atraia pessoas que estão procurando por um destino específico no Instagram.



Excelente local para obter comunicar sutilmente sua mensagem nas redes sociais

Os seus clientes passam muito tempo olhando para os seus guias. Mensagens sutis apelando às redes sociais colocada nos uniformes e vestuário da sua equipe é uma excelente forma de assegurar que as pessoas sabem qual é a sua marca e hashtag.



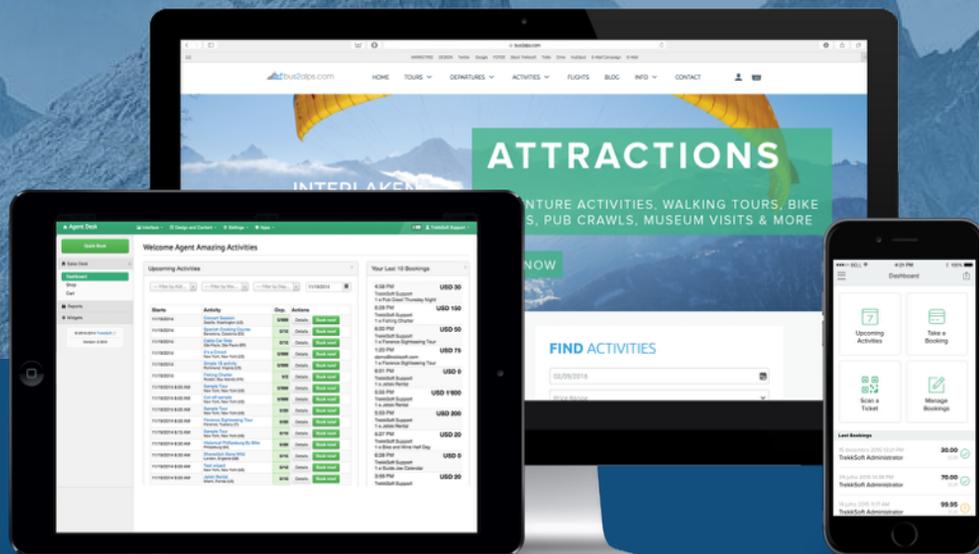
#20

Se divirta com isso!

As redes sociais foram criadas para compartilhar histórias pessoais e bons momentos com os amigos e a família. Essas plataformas geralmente são consideradas menos formais e mais pessoais. Mostre diversão e seu lado brincalhão, e não tenha medo de trazer voz e personalidade para sua marca.

Esperamos que este guia tenha sido útil. Não se esqueça, não tem sentido trazer muito tráfego ao seu site se as pessoas não podem fazer reservas. Investir tempo nas redes sociais irá melhorar os seus resultados se conseguir ter uma incrível ferramenta de reservas online no seu site.

Para mais discussões específicas sobre a indústria de turismo com outros operadores de excursões de todo o mundo e com os nossos especialistas de reservas online, confira <https://www.treksoft.com/pt/blog>



**CRIE
SEU PRÓPRIO
SITE DE RESERVAS**
em apenas alguns cliques!