

VAMOS REDUZIR OS PLÁSTICOS DE USO ÚNICO

DICAS DE OURO - COMUNICAR COM IMPACTO





Impacto e valor partilhado são as palavras que mudam a direção das estratégias de comunicação nos dias de hoje.

Se pensarmos em comunicar "sustentabilidade", muitas vezes pensamos em longas páginas de relatórios de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) com conteúdos e estatísticas voltados mais para os acionistas do que para os hóspedes atuais e potenciais.

COMUNICAÇÕES COM IMPACTO estão a tornar-se cada vez mais rapidamente **A MELHOR** forma de atrair o seu cliente ideal.

Aqui, enumeramos as nossas **3 DICAS PRINCIPAIS** para garantir que suas comunicações trabalhem realmente para si:

1) SEJA UM CONTADOR DE HISTÓRIAS

2) REVELE O SEU 'PORQUÊ'?

3) RECURSOS OU BENEFÍCIOS?



1) SEJA UM CONTADOR DE HISTÓRIAS

Pode parecer estranho no início, mas é uma ótima maneira de construir algo significativo e criar uma conexão forte com os atuais e potenciais clientes para que permaneçam leais à sua marca no futuro.

Diferenciar a sua empresa de outras é a chave para se evidenciar e ser recordado. Cada vez mais, estudos demonstram que os clientes procuram produtos mais autênticos e experiências de viagens sustentáveis. Desta forma, para atrair essa nova geração de clientes atentos, a empresa precisa apelar a estes valores.

Faça a si mesmo as seguintes perguntas sobre sua empresa e comece a pensar sobre como pode planificar algumas mudanças:

- ✓ Conhece realmente todo o impacto positivo dos seus negócios? Se não, como pode descobrir?
- ✓ Seu **website** realmente LIGA as pessoas à sua marca?
- ✓ Os cabeçalhos e títulos das páginas **web** chamam a atenção do seu cliente alvo?
- ✓ Como é que o seu alojamento é representado em **websites** de terceiros e noutras formas de *Marketing*?
- ✓ A sua história pode ser integrada na identidade da sua marca?
- ✓ A sua história é consistente e convincente?

2) REVELAR O SEU 'PORQUÊ'

Pode criar histórias convincentes ao revelar o **PORQUÊ**. O Seu **PORQUÊ** deve ser o motivo que guia tudo o que faz na sua empresa. Quando olhar para o **PORQUÊ** de ter uma política de sustentabilidade, irá acabar por ultrapassar o 'Porque é esperado de nós' ou 'porque tivemos de criar algo para cumprir padrões de certificação' e descobrir que, na verdade, há uma série de razões convincentes.

Está a reduzir o plástico porque:

- ✓ É o correto a fazer?
- ✓ Poderia economizar dinheiro?
- ✓ Os hóspedes esperam por essas decisões.
- ✓ Têm de limpar o "lixo plástico" nas praias todos os dias?

Ou talvez perceba que todos podemos ser parte do problema porque:

- ✓ Estilos de vida "convenientes" contribuem para o problema,
- ✓ As infraestruturas de resíduos são inadequadas,
- ✓ Há impactos na população local,
- ✓ Criar um futuro melhor para os seus filhos.

Quando a empresa consegue entender as verdadeiras razões para fazer algo, é provável que coloque um esforço considerável para ter sucesso

3) RECURSOS OU BENEFÍCIOS?

Se já trabalhou em vendas, esta será uma frase muito familiar. Infelizmente, muitas vezes focamo-nos exageradamente nos recursos e esquecemos de vender os benefícios.

Uma lista de recursos, por mais incríveis que sejam, não vai vender o seu negócio a um cliente. Hoje em dia, as pessoas querem saber quais são esses recursos e o que vão fazer por elas. Por que não tentar este exercício com alguns de seus funcionários?

Faça uma lista de pelo menos **10 BENEFÍCIOS** que o seu produto oferece, por exemplo:

- ✓ Relaxe, desconecte-se e deixe as preocupações para trás.
- ✓ Sinta-se energizado, motivado, pronto para tudo.
- ✓ Sinta-se inspirado, maravilhado, ansioso para causar um impacto.
- ✓ Conecte-se com a natureza, com as pessoas locais, com as tradições.
- ✓ Aproveite o tempo "para Si mesmo", o tempo com os amigos, o tempo de silêncio, o tempo com a família.
- ✓ Crie empregos locais, apoie empreendedores locais com seu mercado de artesanato local.
- ✓ Mantenha as receitas na economia local comprando produtos naturais frescos para o seu *buffet*/menu.
- ✓ Financiar projetos sociais para pessoas desfavorecidas, proporcionando oportunidades para quem normalmente não as tem.

Quando tiver uma lista de 10 ou mais tópicos, por que não tentar reescrever parte deles nos seus materiais de *marketing*, incorporando os benefícios do seu trabalho na área da sustentabilidade.

E se aplicar estas estratégias de comunicação, tenha a certeza absoluta de que tanto a empresa como as suas equipas estão à altura delas na vida real.



TURISMO SUSTENTÁVEL: UM MELHOR
FUTURO PARA (COM) TODOS
VAMOS REDUZIR OS PLÁSTICOS DE
USO ÚNICO