

“Todas as empresas devem integrar o digital na sua estratégia de comunicação e aprender com os erros porque não há uma receita única”

Filipe Carrera, orador, formador, professor de pós-graduações e mestrados e autor de vários livros, já esteve em mais de 50 países de 4 continentes a dar palestras. A missão é “capacitar as pessoas e organizações a irem além das expectativas, através do conhecimento e das ferramentas digitais”. Ontem, esteve em São Miguel, a convite do Grupo Bensaude, e falou das novas tendências digitais no Turismo, garantindo que hoje em dia as pessoas procuram experiências e qualidade de serviço. O livro de reclamações, diz, é usado no limite, porque qualquer questão, boa ou má, é colocada online, o que quer dizer que as empresas têm de constantemente estar a par do que dizem dela.

Correio dos Açores: O Marketing Digital é uma arma poderosa das grandes empresas. Como se posicionam as pequenas e médias empresas neste cenário tecnológico?

Filipe Carrera: O Marketing Digital basicamente permite nivelar o terreno de acção das empresas. Isto é, uma pequena ou média empresa pode utilizar os meios e pode chegar a mercados como não o podia chegar antes. Por exemplo, na área do turismo, uma empresa consegue chegar a um mercado emissor numa determinada cidade, vamos supor holandesa, e como seria complicado há uns anos atrás chegar às pessoas dessa cidade com uma oferta turística, agora, com campanhas muito direccionadas em termos geográficos, podem chegar exactamente a esse mercado com um custo muito inferior e com uma coisa muito importante que é perceber qual é que é o retorno do investimento, o que é extraordinário.

A par do digital, deve-se, ou não, deixar o tradicional, ou deve-se trabalhar com os dois cenários?

Isto é como o cinzento; há muitas tonalidades. Há mercados em que não faz sentido nenhum utilizar nada do tradicional, há mercados em que faz sentido utilizar 70% tradicional e 30% digital, há mercados em que se calhar se pode usar 30% tradicional e 70% digital, e há outros mercados em que só faz sentido usar o tradicional, por exemplo.

Isso quer dizer que tem de haver uma análise de mercado muito concreta e da própria empresa?

Sim, mas também depende do próprio produto. Porque se eu tenho um produto que se dirige a um determinado segmento que não está no digital, ou que a sua primeira tendência não é procurar no digital, então não faz sentido fazer investimento no digital, e o mesmo se passa com o tradicional. Isso quer dizer que temos de olhar para o menu de meios que temos à nossa disposição e escolhermos aquele que é mais adequado, sendo que também temos de fazer uma aprendizagem. Eu acho muito importante que todas as empresas, de uma forma ou de outra, integrem o digital na sua estratégia de comunicação.

Porquê?

Porque é importante irem aprendendo, pois, mais tarde ou mais cedo, o digital será um meio preponderante mesmo nos sectores em que hoje só faz sentido o tradicional... Isso certamente vai mudar. Eu, que trabalho nesta área do digital como professor desde 2001, e como consultor desde 2007, verifico que nestes tempos idos o digital era uma brincadeira a que as pessoas não davam importância, mas agora é preponderante e em alguns sectores é único. Isso foi acontecendo gradualmente, não há uma data precisa para se dizer quando mudou. No entanto, há uma área em que temos de trabalhar: a aprendizagem. Os recursos humanos têm de ser preparados, as pessoas

têm que ver como é que o mercado vai reagir, ir aprendendo com o tempo e fazer erros. Sim, fazer erros porque não se vai acertar à primeira, se assim for será pura sorte.

Hoje em dia há uma panóplia de meios digitais: smartphones, tablets, computadores... Como se podem posicionar as empresas?

Mais uma vez aqui é uma questão de olharmos para o menu.

Isso quer dizer que não há uma receita única e/ou o modelo que possa ser adaptado?

Não, não há. Uma das coisas se calhar frustrantes no digital é que não podemos pegar no benchmarking do mercado e dizer isso resultou nesta indústria e vai resultar em outra. Isso não é possível, até porque na mesma empresa dois produtos distintos podem ter uma abordagem distinta.

Isso também depende do público a que é dirigida a comunicação digital...

Exactamente. Temos de personalizar, e insisto na mesma questão de que temos de ir aprendendo e ter a percepção de que vai haver uma evolução do próprio mercado. Aquilo que em 2017 é o mix de comunicação correcto não o vai ser em 2025, até porque estão a entrar no mercado novas gerações que estão a mudar tudo tal como conhecemos em termos de comunicação. O meu objectivo na comunicação feita na Universidade dos Açores [e-Tourist – Estratégias de Marketing Digital no Turismo, iniciativa do Grupo Bensaude] foi essencialmente desafiar a pensar, porque normalmente nessas áreas há uma grande concentração no que é se faz em cada uma das ferramentas.

A minha área é essencialmente perceber as tendências, decifrá-las e ajudar as empresas a estabelecer estratégias de longo prazo. As ferramentas vão variando. Há 4 anos atrás não fazia sentido falar do Instagram e agora faz e se calhar daqui a quatro anos estamos a falar de outra ferramenta que vai aparecer. Contudo, a estratégia vai ser mais ou menos a mesma.

O que está a dizer é que as empresas têm de

estar a par e seguir as tendências?

As tendências é que são importantes e na área do Turismo há várias tendências muito importantes que conectam com o digital e, se calhar, é um dos sectores em que se está a fazer uma alteração maior. Por exemplo, neste momento quem é que liga às estrelas de um hotel, quase ninguém, mas para a pontuação no booking já se liga muito... As estrelas são estabelecidas por um conjunto de parâmetros que nada têm a ver com a qualidade de serviço e o que interessa ao hóspede é justamente a qualidade de serviço. Uma unidade hoteleira pode ter os parâmetros todos mas ter um mau serviço e pode haver um outro sítio em que não tem todos os parâmetros mas tem um óptimo serviço. Portanto, as pessoas hoje em dia, cada vez mais, procuram experiências. Elas querem ter uma ou duas semanas de uma experiência agradável. Não querem dizer, “eu estive num hotel de 5 estrelas e o serviço era mau”...

Portanto, hoje em dia, as empresas têm de ter em conta os comentários deixados no digital por parte de quem usufrui dos produtos?

Hoje em dia quer seja na restauração, quer seja na hotelaria, quem chefia tem de estar permanentemente a ver o que é dito sobre a sua unidade, pois isso vai influenciar diariamente o seu tráfego. Quando alguém escreve no livro de reclamações é no limite, porque os comentários hoje são feitos online. No turismo, as centrais de reservas são uma sombra do que eram com as várias plataformas disponíveis, como o Trivago, e outras.

Já esteve nos Açores e é uma pessoa que anda pelo mundo - mais de 50 países - a dar palestras e a fazer comunicações. Qual a imagem que tem das nossas ilhas?

Só conheço as ilhas de São Miguel e Terceira, e desta só conheço a cidade Angra do Heroísmo, mas do que conheço, a imagem que tenho, é que ambas têm uma enorme potencial turismo-natureza. Eu cheguei Terça-feira do Sri-Lanka, onde fizemos um evento dirigido a quadros superiores de empresas asiáticas. Foi uma espécie de retiro para executivos. A razão pela qual fizemos o evento no



Filipe Carrera: “Os Açores são um ponto perfeito para eventos/turismo de altíssima qualidade”

Sri Lanka teve a ver com o facto de estes quadros se situarem entre a Turquia e a Indonésia, mas também por causa da política de vistos. Mas a razão também porque fizemos a reunião naquele sítio específico teve a ver com o exotismo e deslumbramento da própria natureza, que é isso que encontramos precisamente nos Açores. Acho que os Açores neste momento, até com as novas ligações aéreas que vão passar a ter dos EUA, são um ponto perfeito para este tipo de eventos/turismo de altíssima qualidade, porque tem exotismo e deslumbramento da natureza, que é o que as pessoas procuram.

Nos Açores há também o factor segurança, que hoje em dia é fundamental...

É verdade, principalmente para o turismo norte-americano que não se sente seguro na Europa. Quando um norte-americano vê um atentado em Paris não distingue o país mas para ele é Europa. Numa ilha no meio do Atlântico é completamente diferente. No caso dos Açores há uma grande ligação com as comunidades americanas e em Boston, Newport onde tive oportunidade de estar, há um conjunto de pessoas e entidades que são autênticos promotores dos Açores. Por isso acho que certamente há um mercado a explorar, não só pelas segundas gerações mas por toda a envolvente que acaba por permitir uma atracção pelos Açores. Aliás, acho que os Açores têm um potencial extraordinário, que não deve ser um turismo massivo, mas sim o de aproveitar os mercados de alto valor acrescentado.

Nélia Câmara



Palestra de Filipe Carrera na Universidade dos Açores teve sala cheia

abOURO
 ESPECIALISTAS EM JOIAS | OURO | PRATA
 PREÇOS JUSTOS E GARANTIA

TRAGUITANAS PENHORES
 Se não quiser vender os seus valores pode recuperar!
 Nós sabemos como...
 R. Machado dos Santos, 95 ~ Sala 2 (2º Piso)

PAGO A DINHEIRO NA HORA
 SIGILO, HONESTIDADE E PRIVACIDADE

AVALIADOR DE ARTIGOS COM METAIS PRECIOSOS E DE MATERIAS GEMOLOGICAS

962 505 090
 ABOURO@SAPO.PT
 RUA MACHADO DOS SANTOS N.º 95 PONTA DELGADA

ÚLTIMA

Correio dos Açores

3 de Novembro de 2017

Fundado em 1920

www.correiodosacores.info

Rua Dr. João Francisco de Sousa n.º 14
 9500-187 Ponta Delgada - São Miguel - Açores

GRANDE PROMOÇÃO

PORTA PALETES COM PROTECÇÃO DE TADLEIRA

HELICOPTERO POLIDOR DE CIMENTO

RUA CUSTARD FINÇÃO PROVED VALADOS Nº 35 36 37 TEL: 296 684 100

Infinito
 Consultório Médico
 ... onde o corpo e o espirito e a mente se unem

Pedopsiquiatria
 Psiquiatria
 Psicologia Clínica
 Terapia Familiar
 Nutrição / Dietética
 Homeopatia

Medicina Geral e Familiar
 Psicologia Infantil
 Terapia Ocupacional
 Terapia da Fala
 Acupuntura
 Hipnoterapia

CONSULTAS
 AO DOMICILIO

TLF: 296 702 740
 TM: 925 888 906
 914 744 920
 Solmar Avenida
 Center n.º 307
 EM: consultorioinfinito@gmail.com

facebook

Jovem recebeu um prémio monetário atribuído pelo Grupo Bensaude Dulce Maria Pacheco distinguida como a melhor aluna da licenciatura em Turismo



Dulce Maria Pereira Pacheco, natural da Maia, licenciada em Turismo pela Universidade dos Açores com a nota final de 17 valores, recebeu ontem o prémio de melhor aluno da licenciatura. A jovem, para além do reconhecimento público, foi premiada com um cheque de mil euros atribuído pelo grupo Bensaude, numa cerimónia que decorreu no complexo científico da academia açoriana, em Ponta Delgada.

No evento decorreu também uma palestra pelo professor Filipe Carrera, especialista em Marketing Digital (ver entrevista página 2) que abordou o tema intitulado "e-Tourist - Estratégias de Marketing Digital no Turismo".

SAYONARA

LION OF PORCHES
 - LONDON -

OUTONO / INVERNO 2017
www.sayonara.pt

Aposta no marketing digital essencial para futuro do destino

EDUARDO RESENDES

Para Filipe Carrera a Região precisa de desenvolver um maior trabalho de marketing junto dos mercados emissores de turistas

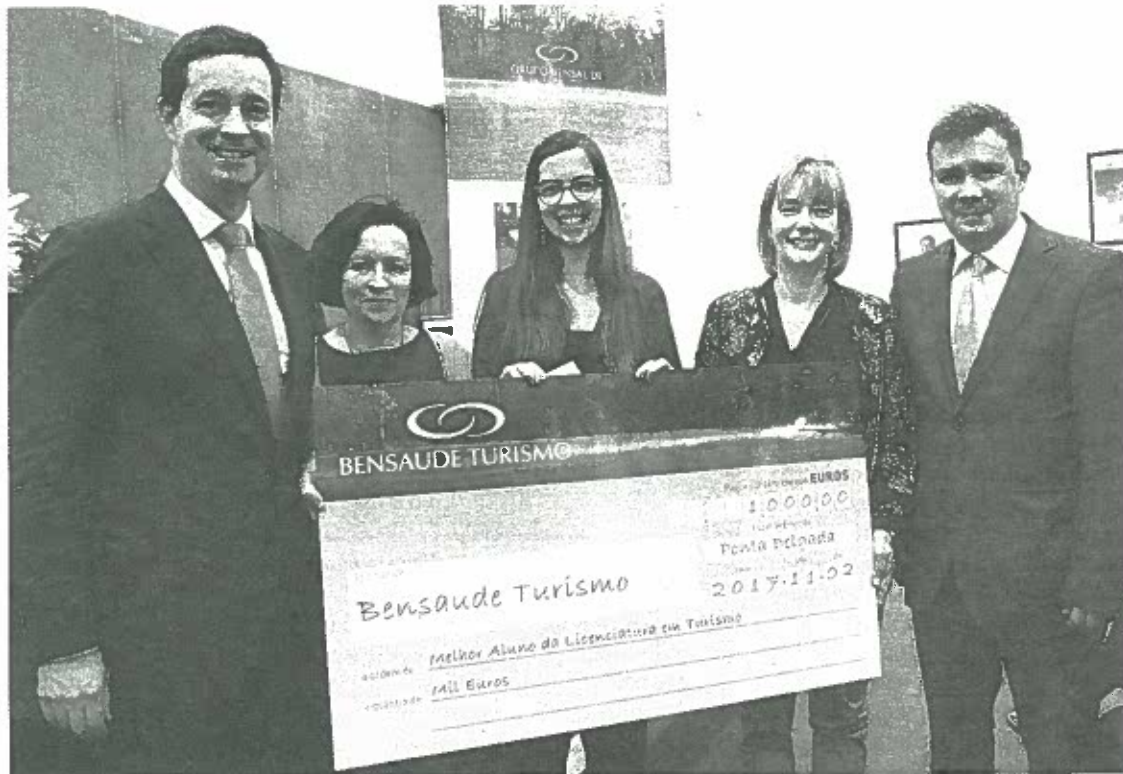
ANA CARVALHO MELO
anamelo@acorianooriental.pt

O especialista em marketing digital, Filipe Carrera, defendeu ontem que o destino Açores ainda tem um grande trabalho a realizar na área do marketing digital, que será a chave para o sucesso futuro do destino Açores.

Filipe Carrera que falava no seminário “e-Tourist: Estratégias de Marketing Digital no Turismo”, que antecedeu a entrega do Prémio de Excelência para o Melhor Aluno do Curso de Licenciatura em Turismo 2016-2017, afirmou que a Região precisa de desenvolver um maior trabalho de marketing junto dos mercados emissores de turistas, defende que o mesmo deve ser digital apostando no vídeo, na imagem e na criação de histórias associadas.

“Os Açores têm um exotismo absolutamente extraordinário e diferenciador, mas precisam realmente de um investimento muito maior na parte do digital”, afirmou, explicando que como marketing digital se entende a promoção do destino Açores por exemplo nas redes sociais ou recorrendo a influenciadores como bloggers, entre outros.

Como exemplo Filipe Carrera lembrou que “as marcas mais valorizadas do mundo têm uma histó-



Prémio de Excelência para o Melhor Aluno do Curso de Licenciatura em Turismo 2016-2017 foi entregue a Dulce Pacheco

ria muito poderosa, mas os pequenos negócios também têm essas histórias e as devem contar”.

À margem da sua apresentação, especialista defendeu ainda que também no setor agroalimentar açoriano o marketing digital poderá ser uma mais-valia. “Temos de pensar que neste momento os nossos melhores vendedores são os nossos clientes satisfeitos, o que é fundamental no setor do turismo mas também no agroalimentar”, sustentou. Por outro lado, realçou a necessidade de uma maior formação nesta área, como forma de garantir uma maior aposta nesta área do marketing. *

Melhor aluna da licenciatura em Turismo distinguida

Dulce Maria Pereira Pacheco do curso de Licenciatura em Turismo da Universidade dos Açores recebeu ontem o Prémio de Excelência, instituído pela Bensaude Turismo no ano passado.

Para esta aluna que atualmente está a realizar um Estágio I na Cresaçor, este prémio é uma recompensa pelo seu esforço. “Além de todo o crescimento que temos e das conquistas que vamos fazendo enquanto estudantes, este prémio é uma

recompensa por todo o meu esforço e dedicação”, disse Dulce Pacheco. Refira-se que esta é a segunda vez que o prémio destinado ao aluno com a classificação final mais elevada na licenciatura em Turismo foi concedido pela Bensaude Turismo, que através desta distinção pretende “promover a excelência na formação no ensino superior na área de Turismo, com base numa relação de parceria com a Faculdade de Economia e Gestão.”

Sérgio Ávila dá início ao projeto ‘Terceira Tech Island’

O vice-presidente do Governo anunciou o início das atividades do projeto ‘Terceira Tech Island’, criado no âmbito do PREIT – Plano de Recuperação e Vitalização Económica da Ilha Terceira.

Segundo nota do executivo regional, este projeto pretende potenciar as vantagens competitivas que a ilha e a Região podem oferecer no desenvolvimento das tecnologias de informação, através da formação intensiva de quadros em programação e da criação de condições para atrair investimento privado neste setor.

Deste modo, o Governo dos

Açores decidiu criar “seis condições essenciais” para atrair empresas e concretizar o projeto ‘Terceira Tech Island’, designadamente condições ao nível fiscal, do sistema de incentivos, da disponibilização de instalações para as empresas, do alojamento para quadros deslocados, da formação de programadores juniores e da captação de programadores seniores.

O anúncio foi feito, na segunda-feira, quando Sérgio Ávila assinalou, na Praia da Vitória, o início do primeiro curso de programação da Academia de Código nos Açores. * ACM

Workshop sobre como comunicar com bebés

A creche da Casa do Povo da Maia aderiu ao Programa ‘Baby Signs’, que ensina metodologias e gestos para que os pais e profissionais possam utilizar para ajudar os bebés a comunicarem de forma eficaz o que precisam, sentem e veem.

De acordo com nota enviada à comunicação social, a Casa do Povo da Maia como entidade coorganizadora do Programa ‘Baby Signs’ vai promover dois workshops para a comunidade: o primeiro para profissionais da primeira infância que irá acontecer no dia 13 de dezembro no horário das 18h30 às

21h30; e o segundo workshop para pais será no dia 14 de dezembro no horário das 18h30 às 20h00.

As inscrições são limitadas e decorrem até ao dia 17 de novembro, podendo ser realizadas através da página do facebook da Casa do Povo da Maia.

A mesma nota refere que os workshops vão decorrer na valência Creche da Casa do Povo da Maia e que a iniciativa irá permitir, “para além do que se irá aprender nos Workshops, uma partilha de informação e experiências entre pais e também entre profissionais”. * ACM

Gaudêncio desafia emigrantes a investir

O presidente da Câmara da Ribeira Grande, Alexandre Gaudêncio, desafiou os emigrantes radicados nos Estados Unidos da América e no Canadá a “investirem no concelho”, lembrando que a autarquia “criou o Gabinete de Apoio ao Emigrante com o propósito de facilitar as relações com os emigrantes.”

“Através deste gabinete poderão colocar todas as vossas dúvidas que necessitem ver esclarecidas, seja para resolver questões pessoais, seja para tratar de investimentos. Notamos que existe cada vez mais interesse da parte dos emigrantes em investir no concelho e este gabinete vem responder aos vossos anseios”, destacou, citado em nota da autarquia. Durante o 25º Convívio Ribeiragrandense da Nova Inglaterra, evento no qual participou a convite da organização, presidida por Salvador Couto, Gaudêncio frisou ainda a intenção de “ver mais ribeiragrandenses emigrantes a investirem no concelho”. * ACM

PSD da Vila denuncia “gritaria” em reunião

A vereadora do PSD na Câmara Municipal de Vila Franca do Campo, revelou que foi recebida “em gritaria” pelo presidente da autarquia, Ricardo Rodrigues, na primeira reunião do executivo.

Em nota enviada à comunicação social, Sabrina Furtado diz considerar que “a postura do autarca contraria completamente o espírito do seu discurso de tomada de posse, em que apelou a uma boa relação entre o executivo e a oposição”. “Assim vemos que Ricardo Rodrigues não vai cumprir o que disse na tomada de posse, não se entendendo que um presidente tenha reações destas para com vereadores democraticamente eleitos, e que estão nas reuniões de câmara para trabalhar em prol do concelho”, acrescentou. Neste sentido defende “que as reuniões de câmara e da assembleia municipal sejam transmitidas em direto pela internet, como o PSD sempre achou, pois assim os vilafraquenses poderão aferir do que lá se vai passando”. * ACM