

# Resultados

Relatório Mensal | Setembro 2024



# Vendas e Inteligência de Mercado

Setembro 2024



# Resultados

Setembro 2024

Temos o prazer de fornecer uma atualização abrangente sobre o desempenho do hotel no mês de setembro.

O mês foi marcado por crescimento significativo e tendências positivas, impulsionadas por uma combinação de iniciativas estratégicas e condições de mercado favoráveis.

**Ocupação:** 60,54%

**Diária Média:** R\$298,77

**Revpar:** R\$ 190,88

- **Receita recorde:** superamos nossa meta de receita para o mês em 13,5%, superando o desempenho do ano anterior em substanciais 32,23%.
- **Forte ocupação:** Apesar de enfrentar algumas restrições de capacidade devido à manutenção contínua, mantivemos uma taxa de ocupação mais alta em comparação ao nosso conjunto competitivo. O evento Rio Oil and Gas foi particularmente impactante, contribuindo significativamente para o nosso desempenho geral.
- **Campanhas de marketing bem-sucedidas:** Nossas promoções direcionadas em vários canais, incluindo OTAs e nosso próprio site, geraram forte demanda e ajudaram a impulsionar o crescimento da receita.



# Resultados

Setembro 2024

- **Parcerias estratégicas:** Colaborações com parceiros importantes como Best Buy e JCG Eventos nos permitiram garantir um número significativo de reservas de grupos.
- **Liderança de mercado:** Continuamos mantendo uma posição forte no mercado, com nossa taxa média diária excedendo a média do setor.

## Principais impulsionadores do desempenho:

- **Marketing direcionado:** Nossa abordagem de marketing orientada por dados, aliada a estratégias de preços flexíveis, nos permitiu capturar efetivamente a demanda durante os períodos de pico.
- **Estratégia baseada em eventos:** Ao alinhar nossas ofertas com grandes eventos como o Rock in Rio e o Rio Oil and Gas, conseguimos atrair um número significativo de convidados.
- **Parcerias estratégicas:** A colaboração com os principais participantes do setor nos ajudou a expandir nosso alcance e atrair novos clientes.



# Resultados

Setembro 2024

## Visitas a Clientes

As visitas a clientes foram um dos pilares das atividades do mês. Destacam-se as visitas às agências de viagens Kontik, Tour House, LNT Viagens e Tunibra, onde foram discutidas novas estratégias para aumentar a produção e foram negociados acordos mais vantajosos para ambas as partes. As empresas Bradesco, Cielo e Riachuelo também receberam visitas, com o objetivo de entender suas necessidades e apresentar as soluções da rede hoteleira.

As principais conquistas obtidas durante as visitas incluem:

- **Negociação de novos acordos:** Foram firmados novos acordos com as agências Kontik e LNT Viagens, visando aumentar a produção e garantir melhores condições para os clientes.
- **Identificação de novas oportunidades:** As visitas permitiram identificar novas oportunidades de negócios, como a demanda por hospedagem de grupos para eventos esportivos e corporativos.
- **Fortalecimento de parcerias:** O relacionamento com os clientes foi fortalecido, o que contribuiu para aumentar a confiança e a fidelidade.



# Resultados

Setembro 2024

## Participação em Eventos

A participação em eventos do setor também foi fundamental para o desenvolvimento das atividades. O destaque fica por conta do Summit Estratégias de Negociação, foram apresentadas as últimas tendências do mercado e foram realizadas importantes conexões com outros profissionais da área. Exposibrans, Equipotel, e GBTA aonde participamos em conjunto com a Wyndham deste importante evento LATAM com apresentação de nossos empreendimentos e estreitamento de relacionamento com importantes players do mercado

## Projetos em Andamento

Ao longo do mês, foram iniciados diversos projetos, como:

- **Negociação de acordos para 2025:** As negociações com os principais clientes já foram iniciadas, com o objetivo de garantir condições competitivas para o próximo ano.
- **Análise de dados e relatórios de produção:** A análise dos dados de produção das Abarcorps ( Kontik, Avipam, Copastur, Maringá, Cosmos, Quickly e Befly) é fundamental para identificar oportunidades de melhoria e tomar decisões mais estratégicas.



# Resultados

Setembro 2024

- **Implementação de novas estratégias de vendas:** Novas estratégias de vendas estão sendo implementadas para aumentar a visibilidade dos hotéis e atrair novos clientes, especialmente para períodos de baixa demanda ( fins de semana);

## Panorama

Espera-se que o momento positivo que vivenciamos em setembro continue nos próximos meses. Continuamos focados na execução de nossa estratégia de crescimento, que inclui:

- Expandir nosso alcance de mercado por meio de campanhas de marketing direcionadas.
- Melhorando a experiência dos nossos hóspedes por meio de iniciativas de melhoria contínua.
- Aproveitando a tecnologia para otimizar nossas operações e aumentar a eficiência.

Estamos confiantes de que essas iniciativas nos posicionarão para o sucesso contínuo no altamente competitivo setor de hospitalidade.



# Central de Reservas

Setembro 2024





# Receita

Setembro 2024

A maioria das nossas vendas diretas veio através de ligações:

Nesse relatório você verá o comportamento da demanda de vendas diretas do seu hotel. Fluxo Dia/Hora de ligações por mês. E o que foi convertido em receita através da central de reservas.

## Telefonia

Total de ligações atendidas: 496 de 505 ligações recebidas no mês.

Pico de ligações/Dia: 23/09 e 24/09 recebemos 32 ligações. 32 e 31 foram atendidas, respectivamente.

Pico de ligações/Hora: 50 ligações entre 14:00 às 15:00. Todas foram atendidas.

# Receita

Setembro 2024

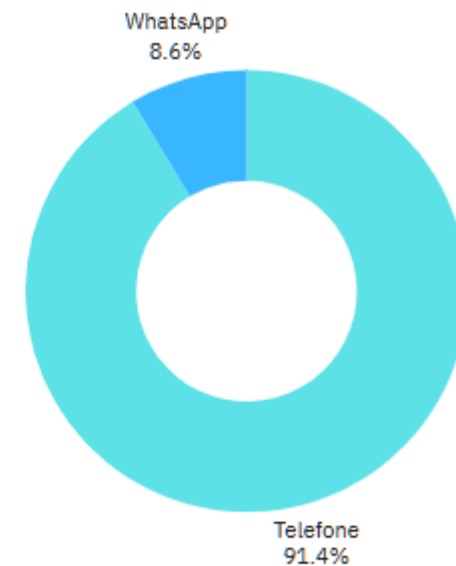
## Total de Tickets Abertos:

1.644 entre emails, whatsApp e reservas online. (- 9,62%) referente ao mês anterior.

## Total de Reservas Inseridas:

644 reservas inseridas manualmente

	RESERVAS
● Telefone	53
● WhatsApp	5



**R\$ 36.841,30**

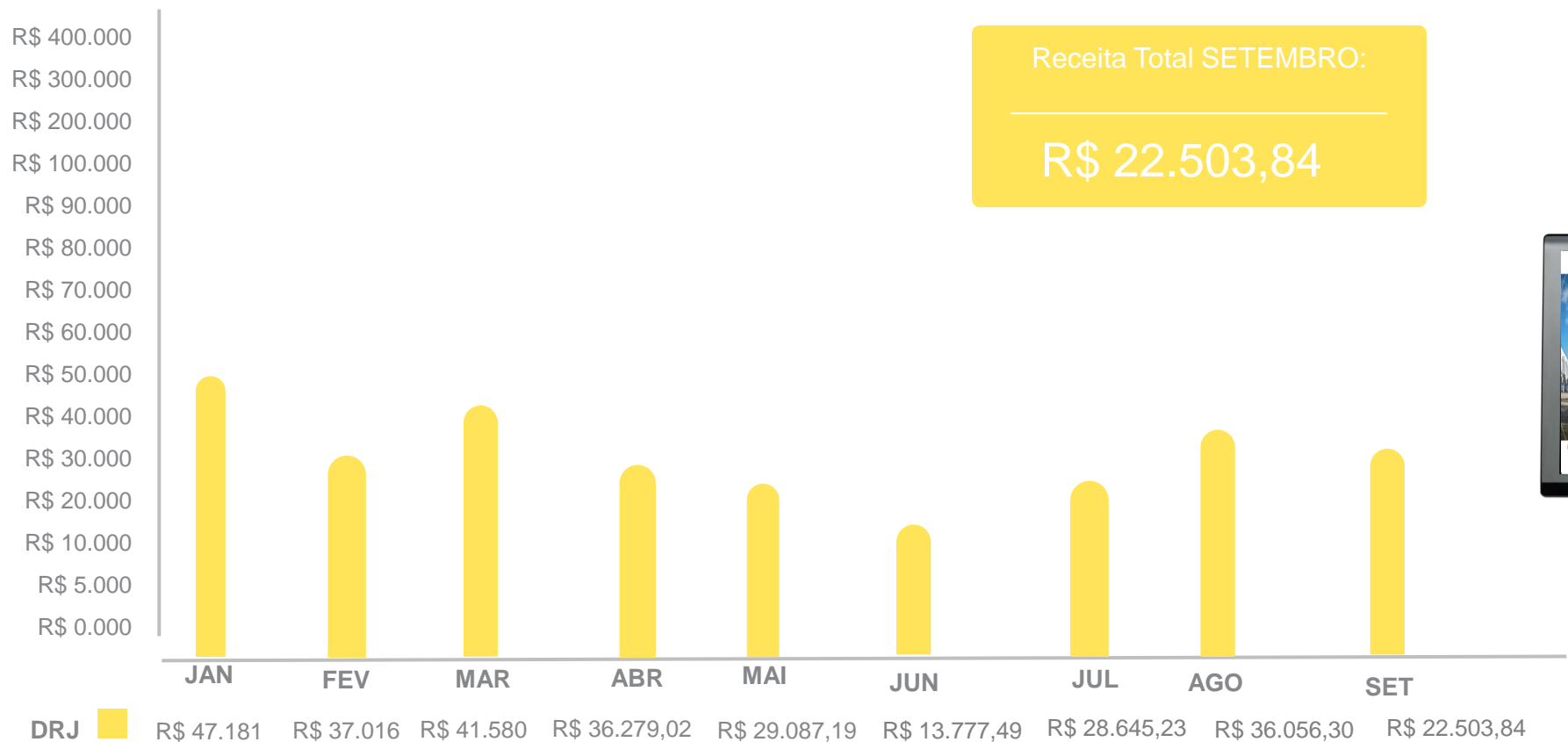
# Marketing

Setembro 2024



# Days Inn Lapa / Site Trul

Performance Vendas Setembro 2024



# ROAS

Setembro 2024

	DAY'S INN LAPA								
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	agosto	setembro
Check in Institucional	R\$ 14.901,54	R\$ 47.232,20	R\$ 27.724,59	R\$ 14.971,97	R\$ 37.451,71	R\$ 10.629,79	R\$ 19.083,07	R\$ 30.401,41	R\$ 50.781,13
Reservas Institucional	R\$ 47.181,04	R\$ 35.171,53	R\$ 37.724,28	R\$ 36.279,02	R\$ 29.087,19	R\$ 11.520,52	R\$ 26.753,74	R\$ 36.056,30	R\$ 22.503,84
Check in Cupom				R\$ 6.710,42		R\$ 2.062,00	R\$ 2.086,46		
Reservas Cupom		R\$ 1.844,53	R\$ 3.855,91			R\$ 2.256,97	R\$ 1.891,49		
Check in Total	R\$ 14.901,54	R\$ 47.232,20	R\$ 27.724,59	R\$ 21.682,39	R\$ 37.451,71	R\$ 12.891,79	R\$ 20.169,53	R\$ 30.401,41	R\$ 50.781,13
Vendas total	R\$ 47.181,04	R\$ 37.016,06	R\$ 41.580,19	R\$ 36.279,02	R\$ 29.087,19	R\$ 13.777,49	R\$ 28.645,23	R\$ 36.056,30	R\$ 22.503,84
Investimento	R\$ 3.461,11	R\$ 3.695,45	R\$ 3.856,88	R\$ 6.028,55	R\$ 3.937,24	R\$ 5.283,29	R\$ 3.883,54	R\$ 3.760,93	R\$ 3.636,59
ROAS	13,63176553	10,01665832	10,78078395	6,01786831	7,387710681	2,607748202	7,376061531	9,587070219	6,188170786

ROAS (Return on advertising spend), significa “retorno sobre gasto com anúncios”. que permite calcular o quanto uma empresa vendeu por meio de um anúncio. A métrica refere-se: ROAS maior do que 1 – O retorno foi maior do que o investimento; ROAS igual a 1 – O investimento resultou em um retorno com o mesmo valor; ROAS menor do que 1 – O investimento foi maior do que o retorno.

Em linhas gerais, o que podemos dizer é que, normalmente as empresas buscam um ROAS 4, o que significa que, a cada R\$ 1 mil investidos, haja um retorno de R\$ 4 mil

