

# Vendas e Inteligência de Mercado

Setembro 2024



# Resultados

Setembro 2024

Apresentamos a seguir um relatório detalhado sobre o desempenho das áreas de Vendas e Inteligência de Mercado do Hotel Boutique Vila São João, no mês de setembro.

## Destaques do Mês:

- **Ocupação:** Conseguimos superar em 25% a meta de ocupação estabelecida para o mês, atingindo 55%. É importante destacar que o feriado de 7 de setembro, ocorrido no sábado, não impactou significativamente nossos resultados.
- **Receita:** Superamos em 16,51% a meta de receita de hospedagem, gerando um incremento de R\$ 17.119,00 em relação ao previsto.
- **Diária Média:** Embora não tenhamos atingido integralmente a diária média proposta, os resultados obtidos demonstram a eficácia das estratégias de precificação implementadas.

**Ocupação:** 55%

**Receita de Hospedagem:** R\$ 120.787



# 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.



# Resultados

Setembro 2024

O presente relatório tem como objetivo apresentar um resumo das principais atividades realizadas no mês de [Mês] de [Ano], incluindo visitas a clientes, participação em eventos e os resultados obtidos. O período foi marcado por um intenso trabalho de relacionamento com agências de viagens e empresas, visando fortalecer parcerias e aumentar a produção dos hotéis da rede.

## 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

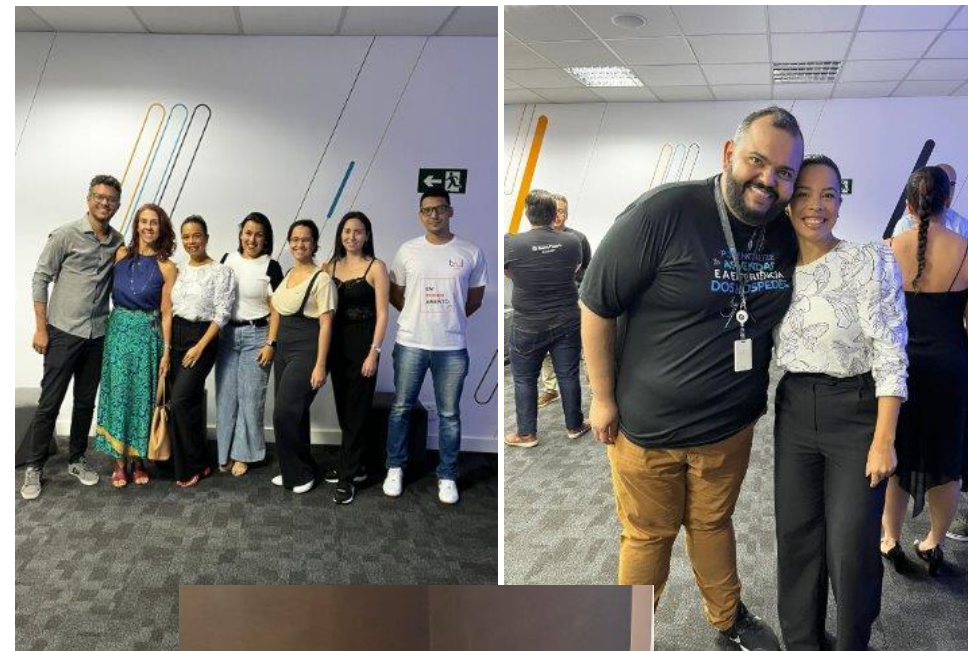
## Participação em Eventos

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. Exposibran, 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 Abarcorp (Kontik, Avipam, Copastur, Maringá, Cosmos, Quickly e Befly) é fundamental para identificar oportunidades de melhoria e tomar decisões mais estratégicas.
- **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);



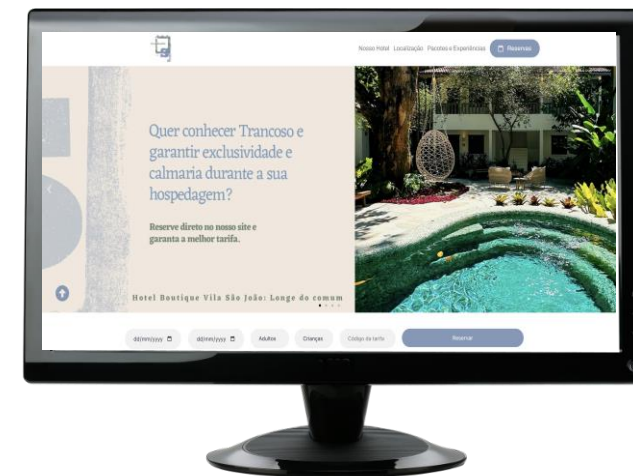
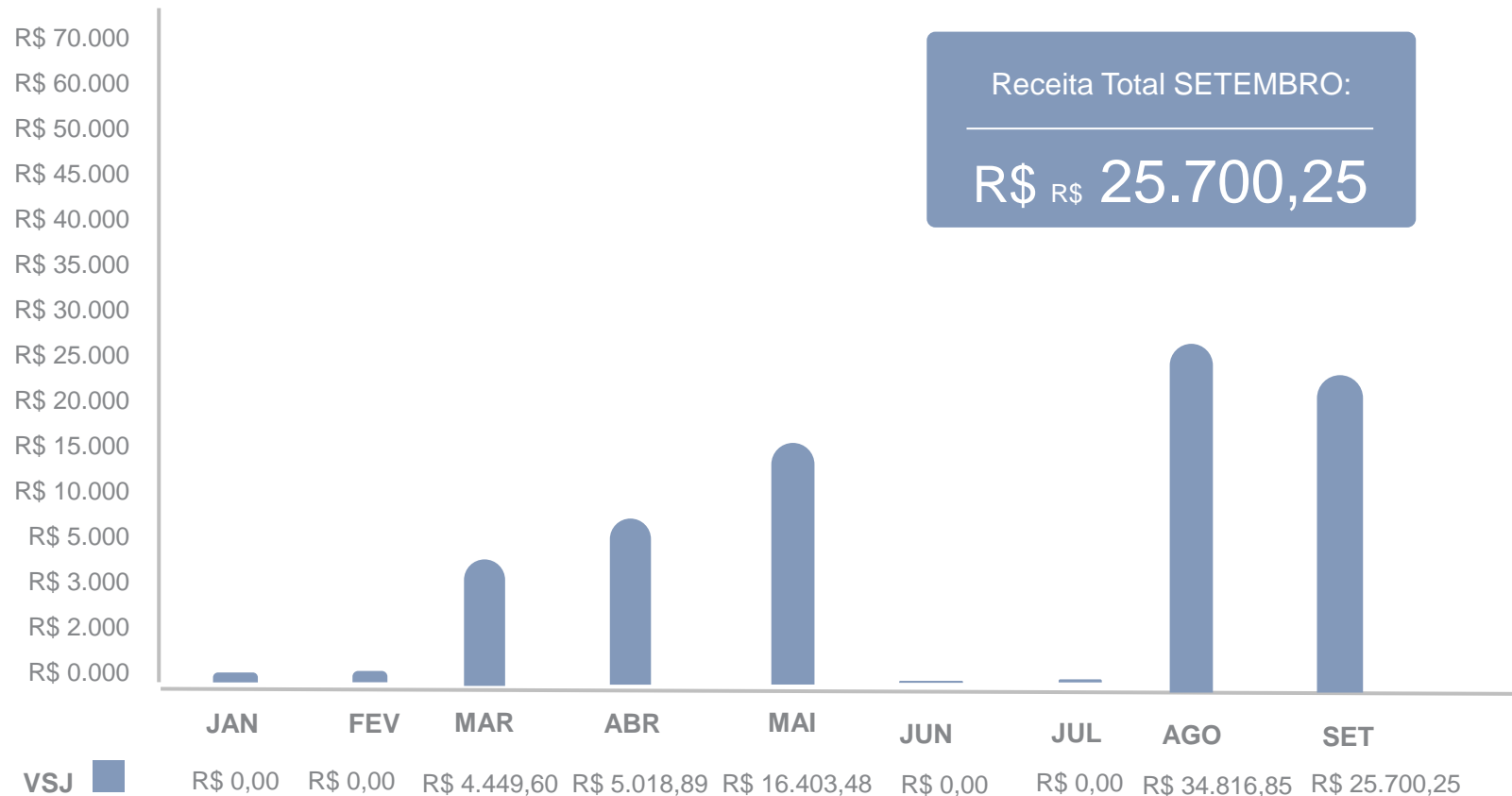
# Marketing

Setembro 2024



# Site Vila São João / Site Trul

Performance Vendas Setembro 2024



\* Relatório de vendas com visão check-in dentro do mês de Setembro.

# Roas

Setembro 2024

	VILA SAO JOAO TRANCOSO								
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	agosto	setembro
Check in Institucional	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.218,28	R\$ 3.487,58	R\$ 0,00	R\$ 2.139,37	R\$ 14.392,81
Reservas Institucional	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 4.449,80	R\$ 0,00	R\$ 14.393,51			R\$ 34.816,85	R\$ 25.700,25
Check in Cupom	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.231,34	R\$ 7.028,88				
Reservas Cupom	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 5.018,89	R\$ 2.009,97				
Check in Total	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.231,34	R\$ 8.247,12	R\$ 3.487,58	R\$ 0,00	R\$ 2.139,37	R\$ 14.392,81
Vendas total	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 4.449,80	R\$ 5.018,89	R\$ 16.403,48	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 34.816,85	R\$ 25.700,25
Investimento	R\$ 2.511,72	R\$ 3.355,95	R\$ 4.444,74	R\$ 1.126,92	R\$ 2.138,00	R\$ 1.813,77	R\$ 1.732,48	R\$ 1.794,52	R\$ 2.198,54
ROAS	0	0	1,001093427	4,453634688	7,672347989	0	0	19,40176203	11,68968952

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





trul  
HOTÉIS  
O Futuro da Hotelaria