

Resultados

Relatório Mensal | Janeiro 2025



Vendas

Janeiro 2025



BELO HORIZONTE
SAVASSI



O Futuro da Hotelaria

Resultados

Janeiro 2025

Apresentamos um relatório detalhado sobre o desempenho do Hotel Tryp Belo Horizonte no mês de outubro, evidenciando resultados expressivos e as estratégias que impulsionaram esse sucesso.

Desempenho em Janeiro

O mês de outubro foi marcado por um desempenho excepcional, com a unidade superando as expectativas em todos os indicadores-chave:

- **Demanda Sólida:** A demanda na cidade de Belo Horizonte atingiu 53%, demonstrando uma baixa no mercado devido ao período de férias do meio corporativo
- **Metas Alcançadas ;** devido ao período de férias do mercado não conseguimos atender as metas previstas
- .
- **Liderança de Mercado:** O hotel manteve-se permanente em busca de uma excelente colocação no mercado .



Resultados

Janeiro 2025

- **Estratégias de Sucesso e Projeções Futuras**
- Para alcançar esses resultados, foram implementadas diversas estratégias, incluindo:
- **Entendimento do Perfil do Cliente:** A equipe comercial realizou uma análise aprofundada do perfil dos hóspedes, permitindo a criação de ofertas personalizadas e a otimização das ações de vendas, já estamos colocando em prática o planejamento 2025
- **Flexibilidade e Adaptação:** A unidade mostrou grande capacidade de adaptação às mudanças do mercado, ajustando suas estratégias para aproveitar as oportunidades e superar os desafios.
- **Inovação:** A implementação da ferramenta PLUSGRADE permitirá oferecer experiências personalizadas aos hóspedes, aumentando o valor percebido e gerando novas oportunidades.
- **Participação em Eventos:** participamos de eventos culturais e junto as entidades educacionais criamos alguns cupons de desconto para os clientes que vieram participar dos concursos na cidade .



Resultados

Janeiro 2025

O mês de Janeiro foi marcado por um intenso trabalho de relacionamento com clientes e prospecção de novas oportunidades de negócios. A equipe comercial corporativa da dedicou-se a fortalecer parcerias estratégicas, realizar treinamentos e capacitações, além de participar de eventos relevantes do setor.

Destaques do mês:

- **Visitas e reuniões estratégicas:** A equipe realizou diversas visitas a clientes e parceiros, como Avipam , work shop tur rouse , globalis , MM eventos , red bull , kuikle travel .
- **Ações de Divulgação:** Costa Brava , ancoradora Operadora .
- **Ações de marketing e vendas:** criação de cupom de desconto para varios eventos da cidade , incluindo participação de divulgação em varios shows importantes com Alceu Valenca e Moacir franco .
- **Capacitação da equipe:** A equipe comercial passou por treinamentos e capacitações (Plusgrade, Decolar, Webbeds, Meetup Ifood, Voll Download e Europlus), com o objetivo de aprimorar o conhecimento sobre os produtos e serviços, além de fortalecer as habilidades de negociação.



Resultados

Janeiro 2025

- **Fechamento de contratos:** A equipe conseguiu fechar importantes contratos com clientes como Zade Produções, BeFly e Hs a Digital, demonstrando a capacidade de atender às demandas de grandes eventos e grupos.
- **Análise e acompanhamento do mercado:** Visitas e Negociação junto aos nossos parceiros como clientes preferenciais e renegociações de tarifas para clientes com potencial para as unidades. Foco principal junto a CWT, Copastur e Avipam
- **Ações de Prospecção e Manutenção:** Efetuamos novamente ações no Rio de Janeiro com o Time Corporativo para visitação em diversos clientes da praça como, voetur Petrobras, Pierre Fabri, Pallas, Multicidades, Vibra Energia,

Próximos Passos em andamento:

- **Análise aprofundada dos dados:** Realizar uma análise mais detalhada dos dados de ocupação, diária média e receita para identificar oportunidades de melhoria.
- **Otimização das ações de marketing:** Aperfeiçoar as campanhas de marketing digital e offline para aumentar a visibilidade do hotel e atrair mais hóspedes.
- **Fortalecimento das parcerias:** Expandir as parcerias com operadoras e plataformas de reservas online para aumentar a distribuição dos produtos do hotel.
- **Personalização da experiência do hóspede:** Oferecer experiências personalizadas aos hóspedes para aumentar a satisfação e a fidelização com a implantação da plusgrade



Resultados

Janeiro 2025

Durante o mês de janeiro foram efetuadas diversas ações com parceiros especiais da TRUL e com produtividade e potencial para diversos dos nossos destinos.

Além disso tivemos a participação de todo nosso time de vendas em São Paulo para momentos de troca, aproximação e melhora no relacionamento entre nosso time e ainda diversas palestras e diretrizes para que possamos otimizar nossos números nesse ano.

Tivemos ainda a participação em 2 eventos de suma importância e com parceiros de grande representatividade - ONFLY e BEFLY - e reuniões em São Paulo, Grande São Paulo e Campinas em clientes como Mascaro Tour, Coobrastur, Best Buy, E-htl, Europlus, Tour House (Rede D'or, Cielo,Anglo,Bunge, Ambev...), Agaxtur, Costa Brava, Ancoradouro / Mondiale ,SolFesta, MM eventos, Onfly, Quickly travel, Globalis, Avipam, Befly - Magnseita, Passaletti Calçados, Volei Barueri, Maringa - Protege, Tambasa, Maringa Volei, Maac travel - Hotmart, Belvitur eventos- CNH, Flytour Maxima, Sesi Bauru Volei, Plasson Brasil, Apan Volei, Voll - Afya, Promotional Fluminense, Costa Brava - Red Bull, Magnifico Formaturas, M Locações, Via Capi, Cemig, FMV, Max Farma, Tour House, Iset turRio, Red Bull



CS + Inteligência de Mercado

Janeiro 2025



Receita

Janeiro 2025

Iniciamos o ano com o histórico desaquecimento da demanda na cidade, com queda de 13% versus o último mês, porém 25% acima do mesmo período do ano anterior, devido à importantes concursos públicos, datas em que pontualmente tivemos os melhores resultados de Janeiro.

Destaque significativo para a diária média, que cresceu 15% versus o ano anterior e 1% versus Dezembro de 2024.

Ocupação	Diária Média	Revpar	Receita
44%	R\$ 379,57	R\$ 165,30	R\$ 676.395

Ficamos em quarta colocação no índice de penetração do market share, no total de 6 hotéis.

Importante ressaltar o aumento da ocupação dos apartamentos triplos, que determina um perfil de hóspedes diferente do que ocorre ao longo do ano.

Receita

Janeiro 2025

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: 466 de 545 ligações recebidas no mês.

Pico de ligações/Dia: 16/01 recebemos 47 ligações. 33 foram atendidas.

Pico de ligações/Hora: 50 ligações entre 15:00 às 16:00. 44 foram atendidas.

Receita

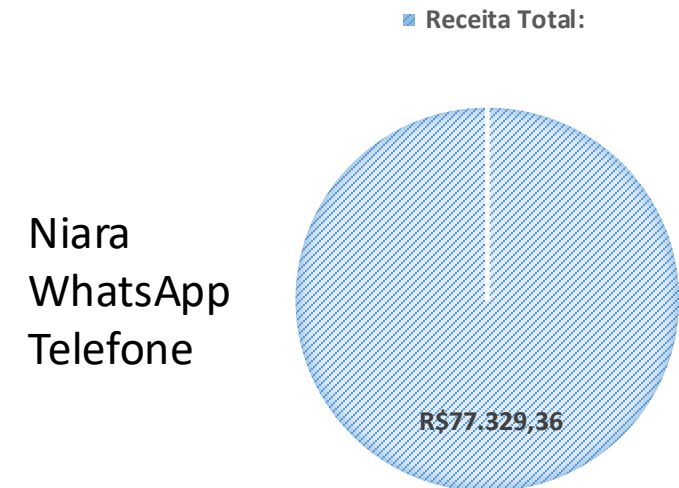
Janeiro 2025

Total de Tickets Abertos:

1.761 entre emails, whatsApp e reservas online. (+97,42%) referente ao mês anterior.

Total de Reservas Inseridas:

379 reservas inseridas manualmente



Marketing

Janeiro 2025



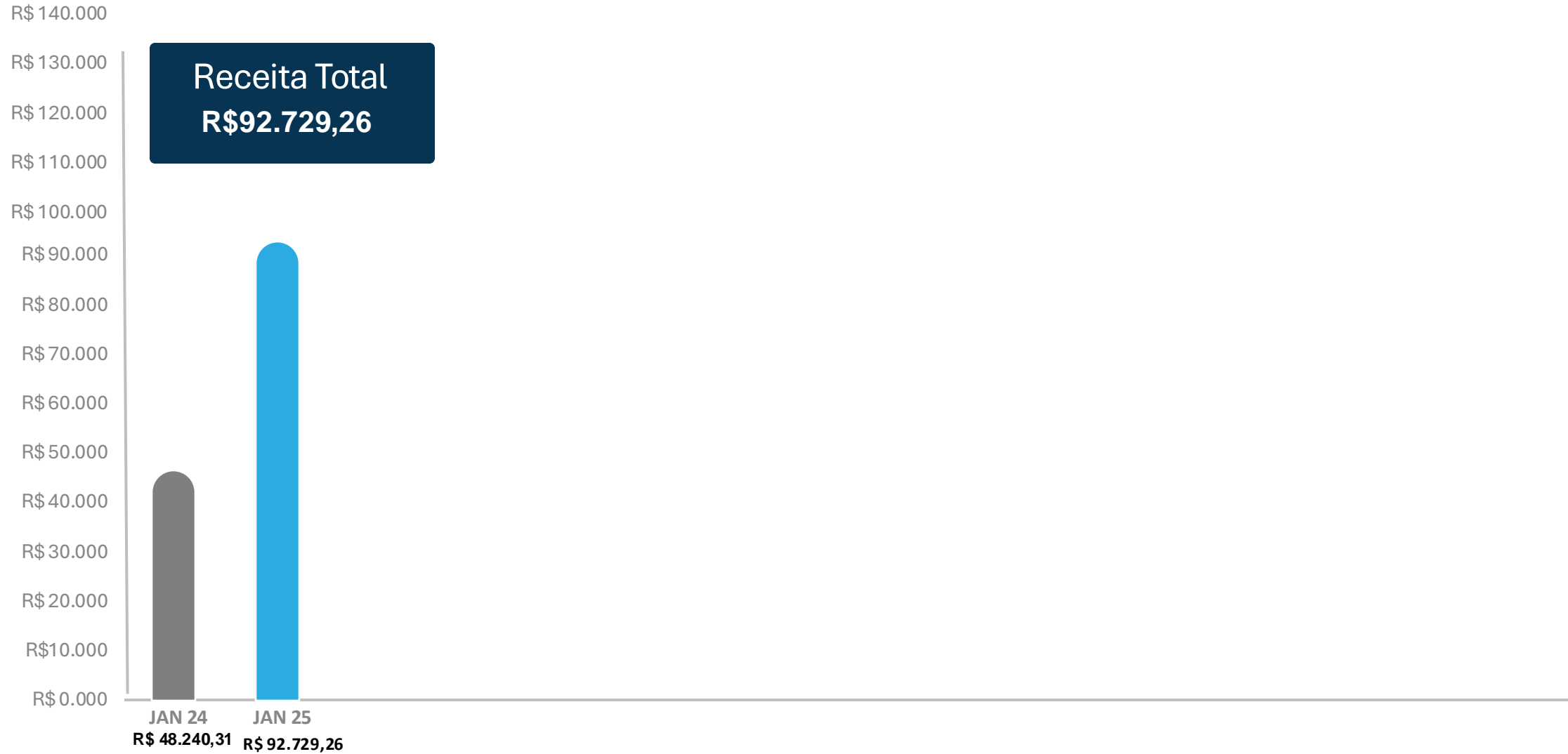
BELO HORIZONTE
SAVASSI



O Futuro da Hotelaria

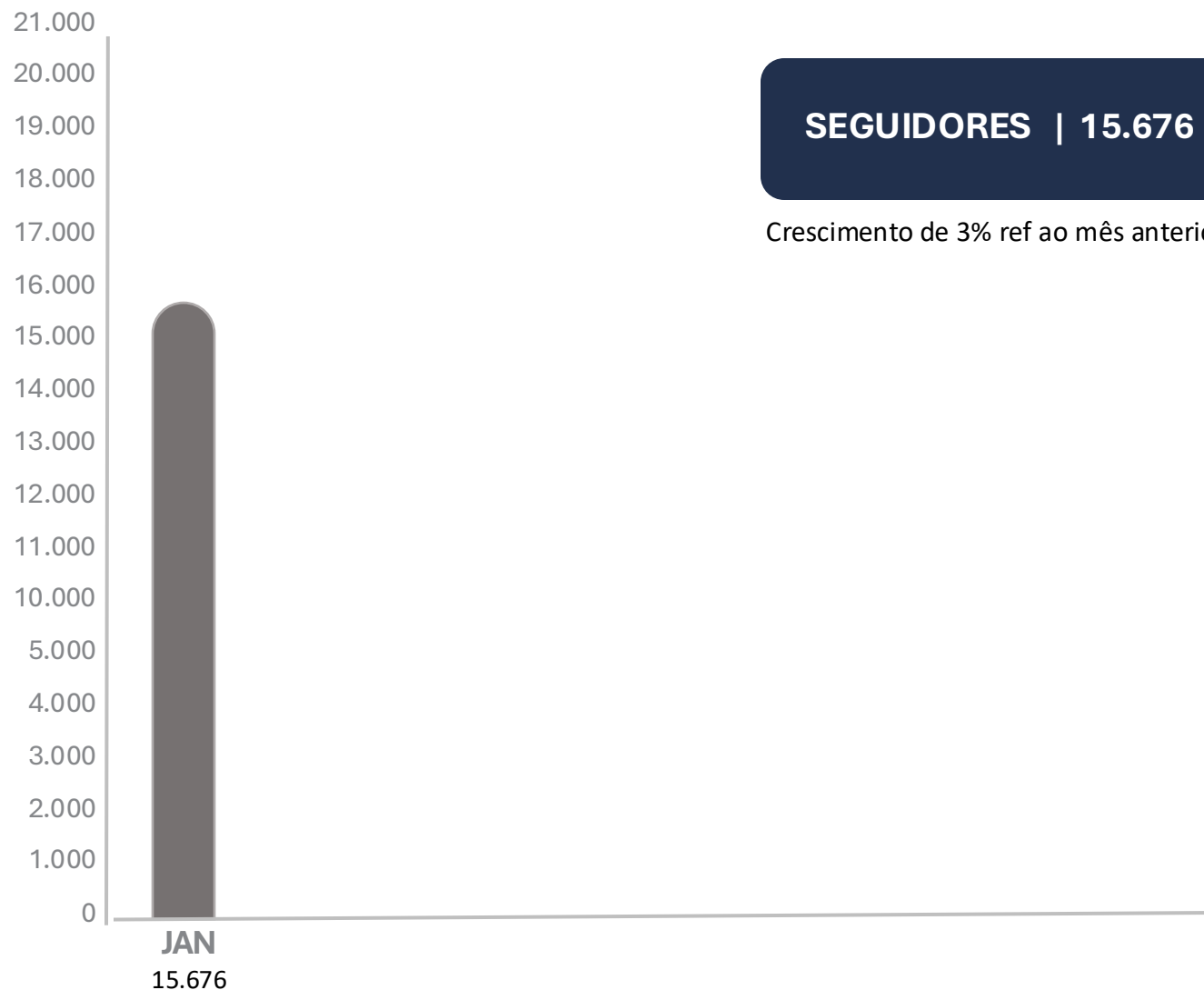
TRYP BH Savassi / Site Trul

Performance de Vendas | Janeiro 2025



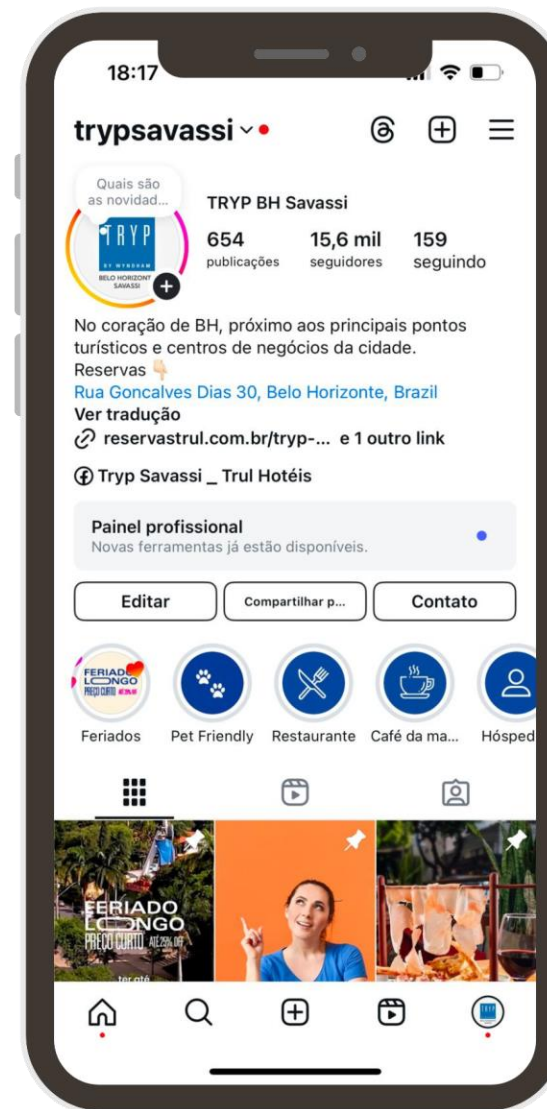
Redes Sociais

Janeiro 2025



SEGUIDORES | 15.676

Crescimento de 3% ref ao mês anterior.



Retorno sobre o Investimento (ROAS)

Janeiro 2025

	Jan	Total
Check in Institucional	39.271,48	39.271,48
Reservas Institucional	82.720,98	82.720,98
Check in Cupom		
Reservas Cupom	10.008,28	10.008,28
Check in Total	39.271,48	39.271,48
Vendas total	92.729,26	92.729,26
Investimento Total	5.616,24	5.616,24
ROAS	16,51	16,51

Cupom NEWS BH – Campanha de remarketing e cadastro no site.

Maior ROAS já alcançado.

Marketing de Influência

Nicolle Luiza

TEMA TRABALHADO:
Campanha Feriados

Formato: Permuta

Autorizado por: Juliana Fukano

Data da ação: 11/01/2025

Contrapartidas: Vídeo para anuncio, post no feed, Reels e stories.



nicolleluiza

Seguindo

Enviar mensagem

+2 ...

789 publicações

19,3 mil seguidores

4.316 seguindo

Nicolle Luiza • Viagens ✨

nicolleluiza

Criador(a) de conteúdo digital

18 países

Te ajudo a viajar sem complicações

Conheça o Brasil e o mundo comigo

marketingnicolleluiza@gmail.com

17:28
Insights do post



22 de janeiro às 17:29

77 19 1 17

Visão geral

Contas alcançadas	811
Contas com engajamento	79
Atividade do perfil	--



Um hotel incrível para você se hospedar em Be...
20 de janeiro - Duração 0:43

1,6 mil 62 23 2 16

Alcance

963
Contas alcançadas

Reproduções	1,557
Reproduções iniciais	1,087
Repetições	470
Tempo de visualização	2 h 21 min 45 s
Tempo médio de visualização	7 s

Marketing de Influência

Nicolle Luiza

TEMA TRABALHADO:
Campanha Feriados

Formato: Permuta

Autorizado por: Juliana Fukano

Data da ação: 11/01/2025

Contrapartidas: Vídeo para anuncio, post no feed e stories.



nicolleluiza Seguindo Enviar mensagem

789 publicações 19,3 mil seguidores 4.316 seguindo

Nicolle Luiza • Viagens ✨

nicolleluiza

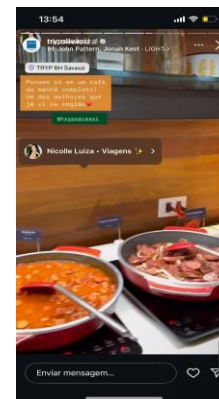
Criador(a) de conteúdo digital

18 países

Te ajudo a viajar sem complicações

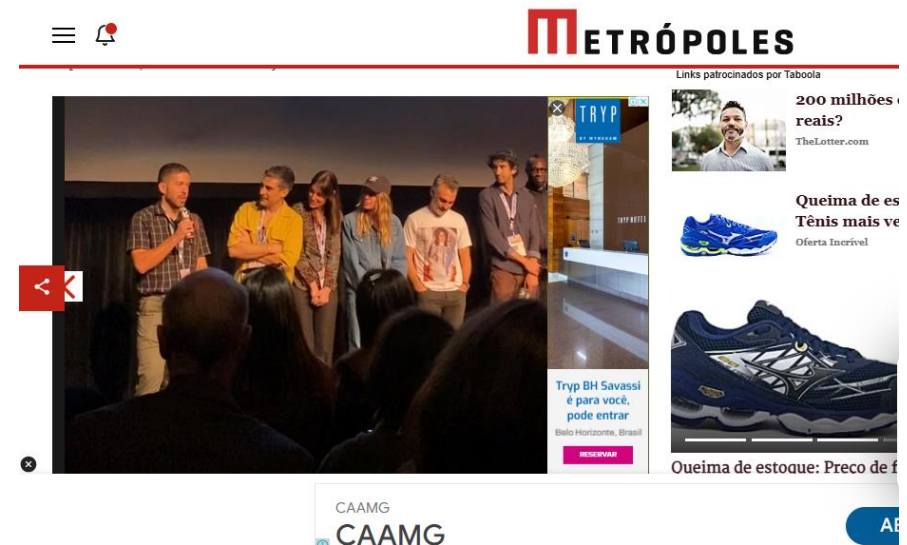
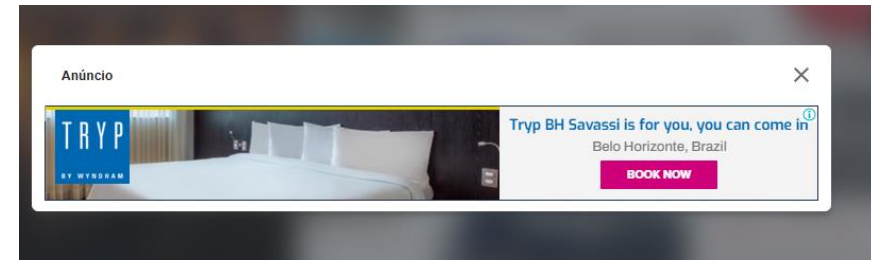
Conheça o Brasil e o mundo comigo

marketingnicolleluiza@gmail.com



Mídia Programática

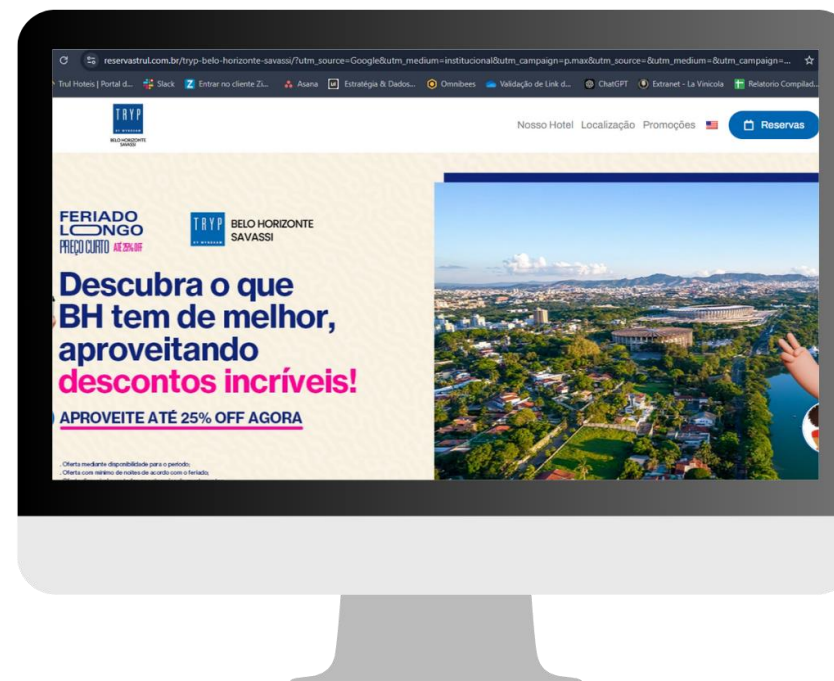
Mídia programática é uma estratégia que utiliza plataformas tecnológicas para automatizar e aprimorar a compra de publicidade digital.



Campanha de Feriados

Período da Campanha: 01/01/2025 a 30/06/2025

Objetivo: aumentar a taxa de ocupação do hotel durante os feriados e períodos de baixa temporada.



Campanha de Feriados

WhatsApp - Askflow

Envio de WhatsApp para clientes que se hospedaram nos últimos feriados no TBH, com o objetivo de aumentar nossa ocupação nos feriados.

Carnaval já está a 92%



Campanha Melhor Tarifa

Comunicação criada para incentivar a venda de reservas por meio do portal Trul Reservas, evitando o pagamento de comissão para as OTAs.





BELO HORIZONTE
SAVASSI



O Futuro da Hotelaria