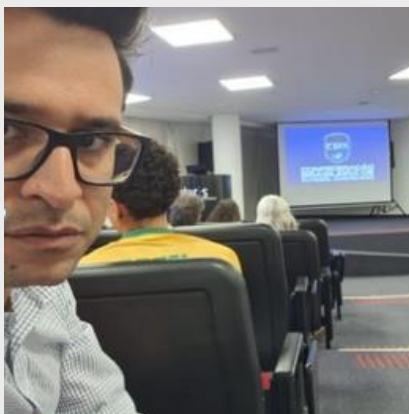


# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Vendas

O mês de fevereiro de 2025 foi um período de intensa atividade para o nosso hotel, com diversas ações estratégicas realizadas junto a clientes e parceiros, ampliando nossa presença em importantes mercados e consolidando a relação com nossos principais colaboradores.

- **Expansão no Mercado do Rio de Janeiro:** Durante fevereiro, intensificamos nossos esforços no mercado carioca, com ações focadas em clientes de setores chave, como o farmacêutico, offshore, petroleiro, grandes agências corporativas e grupos esportivos. Essa movimentação visa consolidar nossa presença no Rio de Janeiro e garantir novas oportunidades de negócios.
- **Ações em São Paulo e Belo Horizonte:** Além das ações no Rio de Janeiro, mantivemos nossa atuação forte em São Paulo e Belo Horizonte, com foco na renovação de contratos e fortalecimento da relação com nossos parceiros locais.



- **Sesc SP:** Realizamos visita à sede do Sesc, onde discutimos a demanda prevista para 2025, especialmente em relação ao Circuito Sesc;
- **Europlus:** Encontro com o time de vendas e inteligência de mercado para discutir os resultados de 2024 e o cronograma de ações para o ano.
- **Mondiale:** A reunião com a operadora de turismo do Grupo Ancoradouro visou atualizar o cadastro dos hotéis da rede para garantir nossa presença nas vendas do grupo.



- **Companhias Aéreas:** Realizamos visitas de relacionamento para captação de tripulações e layovers com diversas companhias aéreas internacionais, incluindo Iberia, Copa Airlines, Delta, Turkish Airlines, Air Canada, Emirates, e British Airways. As visitas ocorreram no Aeroporto GRU
- **Ações de Marketing e Promoção Local:** Na Maringá, realizamos ações promocionais, incluindo a entrega de bombons e ações de relacionamento com empresas locais como Bauducco, Marista, Suzano, Cimed, Swo, Camil, Stefanini, Grupo Dema, Inova, entre outras.

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Vendas

- Nix Travel: Reunião para alinhar as negociações dos acordos com a agência.
- Cantar e BeFly: Negociações com foco na captação de grupos corporativos, com destaque para a demanda da empresa Premier Pet e da FI 2025.
- Tristar Viagens: Reunião sobre a demanda do Grupo Bunzl, que teve grande volumetria em 2024, resultando na revisão das tarifas e acordos de hotéis.

### Renovação de Acordos Preferenciais:

- Kontik: Realização de visita para negociação e prorrogação do plano de preferencial 2025.
- RDC: Renovação de tarifas e acordos para o Tryp BH, com um reajuste de 5% em relação ao ano anterior.

### Perspectivas para os Próximos Meses:

Estamos confiantes de que as ações realizadas em fevereiro serão fundamentais para o crescimento contínuo da nossa operação em 2025. As visitas realizadas e as parcerias firmadas com importantes empresas e agências, além da expansão em mercados estratégicos como o Rio de Janeiro, são passos decisivos para fortalecer nossa posição no setor hoteleiro.

Além disso, seguimos trabalhando na renovação de acordos e contratos preferenciais, garantindo a manutenção de nossa base de clientes fiéis e a atração de novas demandas para o ano.



Agradecemos a confiança de todos os investidores e reafirmamos nosso compromisso com a qualidade e o crescimento sustentado do nosso hotel. Continuaremos a trabalhar com foco e dedicação para alcançar os resultados esperados e proporcionar uma excelente experiência aos nossos clientes.



# INFORMATIVO PRELIMINAR

## CS + Inteligência de Mercado

### RECEITA

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.



- Total de ligações atendidas: 386 de 436 ligações recebidas no mês.
- Pico de ligações/Dia: 25/02 recebemos 37 ligação, 36 foram atendidas.
- Pico de ligações/Hora: 62 ligações entre 16:00 às 16:59, 55 foram atendidas.

- 3.291 entre emails, whatsApp e reservas online. (+36,67%) referente ao mês anterior.



### Total de Tickets Abertos



### Total de Reservas Inseridas

- 486 reservas inseridas manualmente

### Receita total

Niara  
Telefone  
WhatsApp



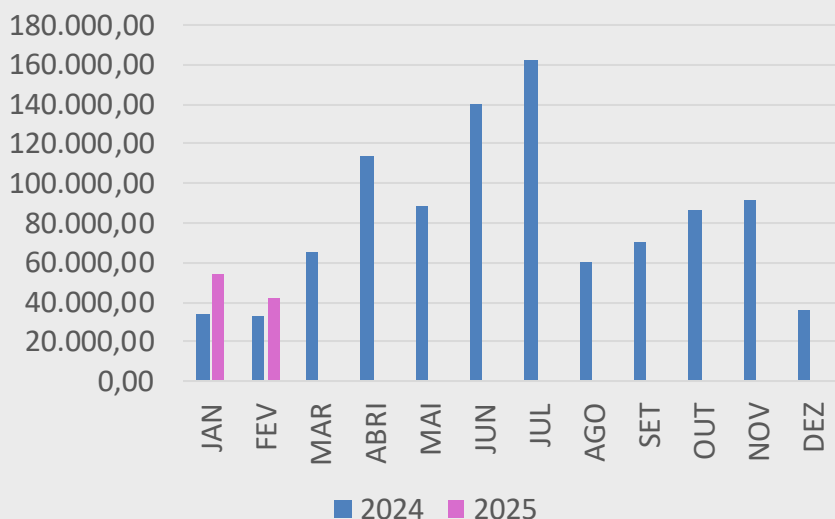
R\$184.824,57

■ Total

# INFORMATIVO PRELIMINAR

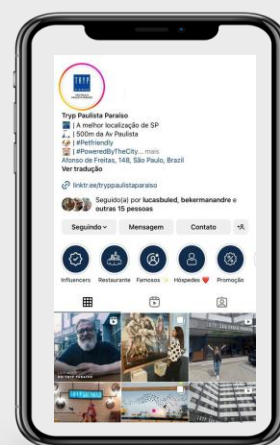
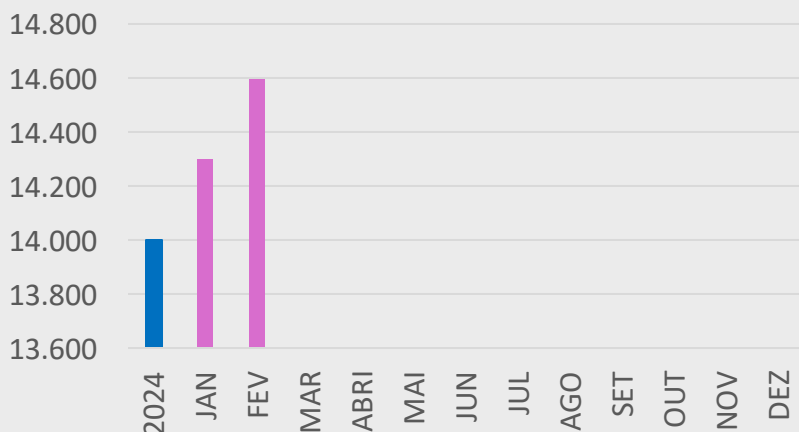
## Marketing

### Site Trul



Receita Total  
FEVEREIRO:  
**R\$: 42.427,75**

### Rede Sociais



**SEGUIDORES**  
| 14,6MIL

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Roas

	TRYP SP PARAISO											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Check in Institucional	R\$ 21.721,01	R\$ 41.023,51										
Reservas Institucional	R\$ 51.762,49	R\$ 40.229,54										
Check in Cupom												
Reservas Cupom	R\$ 2.622,01	R\$ 2.198,21										
Check in Total	R\$ 21.721,01	R\$ 41.023,51	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Vendas total	R\$ 54.384,50	R\$ 42.427,75	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimento	R\$ 5.077,47	R\$ 5.492,52										
ROAS	10,71094462	7,724641877	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

## Campanha de Feriados



A Campanha de Feriados 2025 tem como objetivo atrair mais hóspedes e aumentar a taxa de ocupação dos nossos hotéis durante os principais feriados do primeiro semestre. Para isso, estamos oferecendo 25% de desconto nas reservas realizadas com o cupom "FERIADO25", incentivando tanto novos clientes quanto a fidelização dos hóspedes recorrentes.



A campanha está sendo divulgada por meio de anúncios no meta e google, banners no site e post no instagram garantindo maior alcance e impacto.

A escolha do período de 01/01 a 30/06 permite aproveitar datas estratégicas que impulsionam as reservas, como:

- Carnaval (01 a 05/03)
- Páscoa (18 a 20/04)
- Tiradentes (21/04)
- Dia do Trabalho (01/05)
- Corpus Christi (19/06)

Valor total de vendas na campanha de feriados no mês de Fevereiro: **2.719,87**

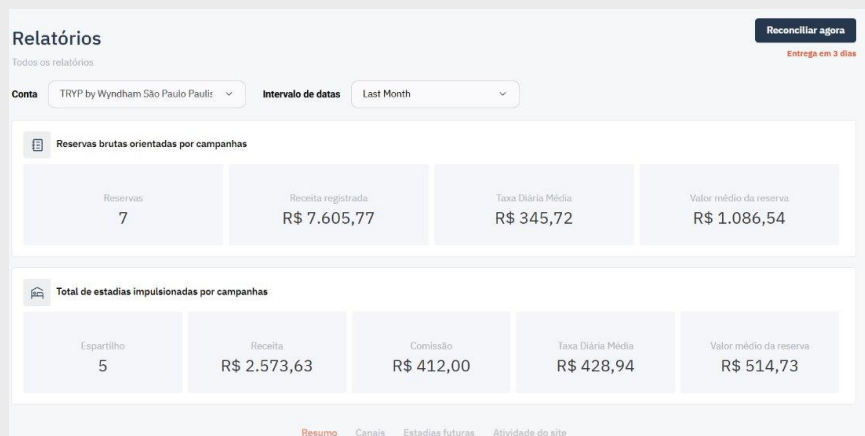


# INFORMATIVO PRELIMINAR

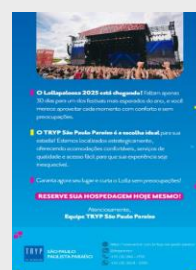
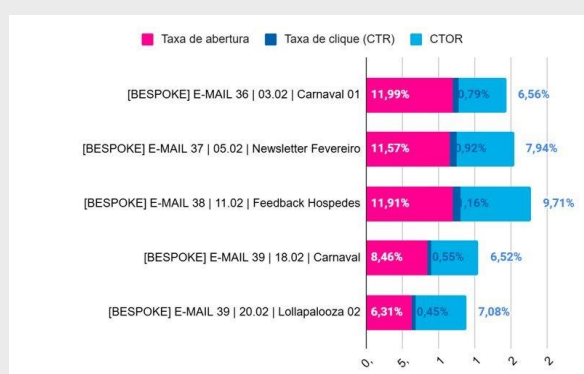
## Marketing

### Sojern Mídia Programática

Este relatório apresenta os resultados obtidos no mês de fevereiro, contabilizando um total de 7 reservas.



## CRM



# INFORMATIVO PRELIMINAR

---



Agradecemos a confiança de todos os investidores e reafirmamos nosso compromisso com a qualidade e o crescimento sustentado do nosso hotel. Continuaremos a trabalhar com foco e dedicação para alcançar os resultados esperados e proporcionar uma excelente experiência aos nossos clientes.

Tru! Hotéis