

O que as pessoas estão falando sobre turismo nas mídias sociais?

As férias do meio do ano estão se aproximando. Tradicionalmente é nesta época que as pessoas começam a planejar suas viagens de lazer. O turismo é parte integrante da economia global, onde muitas empresas, como restaurantes, lojas, hotéis, empresas de turismo e outras, dependem desta indústria para conseguir a maior parte de sua renda anual.

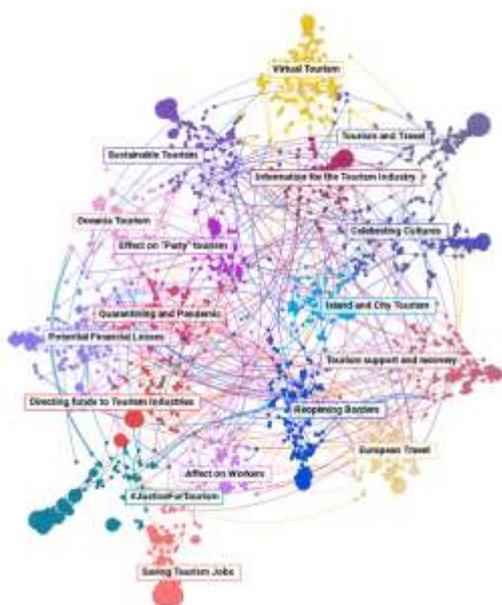
Devido à pandemia, pessoas em todo o mundo tem visto limitações em sua capacidade de viajar. Como consequência a maioria das empresas que dependem do turismo encontram-se em risco. Apesar disso, nossa **Escuta Social** encontrou conversas que indicam oportunidades potenciais para o setor.



Ao analisar os grupos de conversas, vemos discussões sobre as perdas financeiras que a pandemia tem imposto ao turismo em geral. Em contra partida, encontramos conversas sobre novas oportunidades, como o turismo virtual, onde sites estão oferecendo passeios on-line.

Achamos também questões sobre seminários on-line, que fomentam maneiras para o setor de turismo permanecer lucrativo durante a pandemia. Localizamos ainda aumento das conversas em torno do turismo sustentável, onde as pessoas podem ao mesmo tempo realizar suas atividades e manter o distanciamento social com mais facilidade

Conversas sobre turismo



Grupo de Conversas	
Salvando Empregos no Turismo	16,4%
Reconhecimento do Turismo	8,2%
Promoção de Cultura	6,6%
Turismo Virtual	6,2%
Turismo Sustentável	6,1%
Reabertura de Fronteiras	6,0%
Potencial Perdas Financeiras	5,7%
Viagem e Turismo	5,6%
Apoio e Recuperação do Turismo	5,1%
Pandemia e Quarentena	5,1%
Turismo nas Cidades e Praias	4,9%
Viagens para Europa	4,6%
Financiamento para a Indústria do Turismo	4,3%
Informações sobre a Indústria do Turismo	4,1%
Turismo Oceânico	3,9%
Efeitos sobre Excursões Turísticas	3,6%

Sobre NewsStats



A plataforma **NEWSSTATS** cria soluções multicamadas personalizadas voltadas para a gestão de comunicação dos clientes. Análises por marca, produto, setor, região, entre outros parâmetros.

Os resultados das iniciativas de comunicação corporativa são analisadas em tempo por meio de múltiplos gráficos e de índices customizados, como **ROI-C**, que mostra o valor individual de cada notícia, **IPC-C**, que identifica o resultado do cliente frente aos seus concorrentes, **IPR**, que dá o valor de reputação da companhia e mostra as variáveis que criam este valor, além de índices comparativos externos como volume de vendas ou mesmo índices setoriais.

São mais de **15 KPIs** que indicam os resultados da comunicação e ajudam descobrir oportunidades para redução de custos e riscos.

Assista ao vídeo ilustrativo



www.businessnews.com.br / atendimento@businessnews.com.br / (11) 4115-7063