



# CRM e Ferramentas de Análise

## Módulo 6 · Parte 2

Domine as plataformas integradas, a segmentação data-driven e os dashboards executivos para transformar sua PME turística com inteligência de dados em tempo real.

# FORMADOR



## Ángel Barbero

Ángel Barbero é especialista em transformação digital e estratégia empresarial, com mais de 28 anos a impulsionar a inovação e o desenvolvimento de negócios na Espanha e internacionalmente.

Como Senior Manager no Indra Group e professor associado na ESCP Business School, destaca-se por integrar metodologias disruptivas e liderar projetos em diferentes setores, entre os quais destaca o de Turismo.

Forbes reconheceu-o como um dos 40 principais futuristas na Espanha, orientando a sua carreira em impulsionar empresas sustentáveis e de alto impacto.



Scanea o código para acceder à lista de  
presença

# Perguntas de Diagnóstico

Antes de começar, avalie o nível atual do seu negócio respondendo estas perguntas-chave:

1

## Big Data 5V

Usa Big Data (5V) para segmentar clientes?

2

## CRM/ERP

Possui CRM/ERP com dashboards de ocupação e RevPar?

3

## RFM Analysis

Aplica análise RFM (Recência / Frequência / Monetário)?

4

## Relatórios Preditivos

Gera relatórios preditivos de ocupação 90 dias antes?

5

## Benchmarking OTA

Faz benchmarking de preços de concorrentes?

6

## Alertas Automáticos

Possui alertas automáticos de baixa ocupação e cancelamentos?

MÓDULO 1

# Impacto Analítico da Digitalização

A transformação digital do setor turístico espanhol está impulsionada pelos dados. Compreender o seu impacto é o primeiro passo para concorrer no mercado atual.



# Contexto Setorial Espanhol 2026

**12.500**

**PMES turísticas**

Com mais de 50 reservas/mês que dependem de dados para sobreviver

**68%**

**Adoção CRM/ERP**

Aumento na adoção desde 2023, de acordo com SEGITTUR

**+18%**

**RevPar com analítica**

Hotéis com analítica vs. -3% sem analítica

**22%**

**Cancelamentos reduzíveis**

Com previsão ML, de acordo com INE 2025

# A Nova Realidade do Negócio Turístico

## Sem dados

Intuição → Concorrência data-driven → **Perda de mercado**

## Com dados

Precisão → Clientes fiéis → **+35% margem**

Dados = Petróleo do século XXI → Analítica = Refinaria

# O Turista Digital: 6 Perfis Data-Driven (2026)

**Buscador Preço 45%**

OTAs + Reviews

**Experiência Única 28%**

Redes + UGC

**Famílias**

Localização + Serviços

**Luxo Discreto 7%**

Direto + Privacidade

**Digital Nômade 4%**

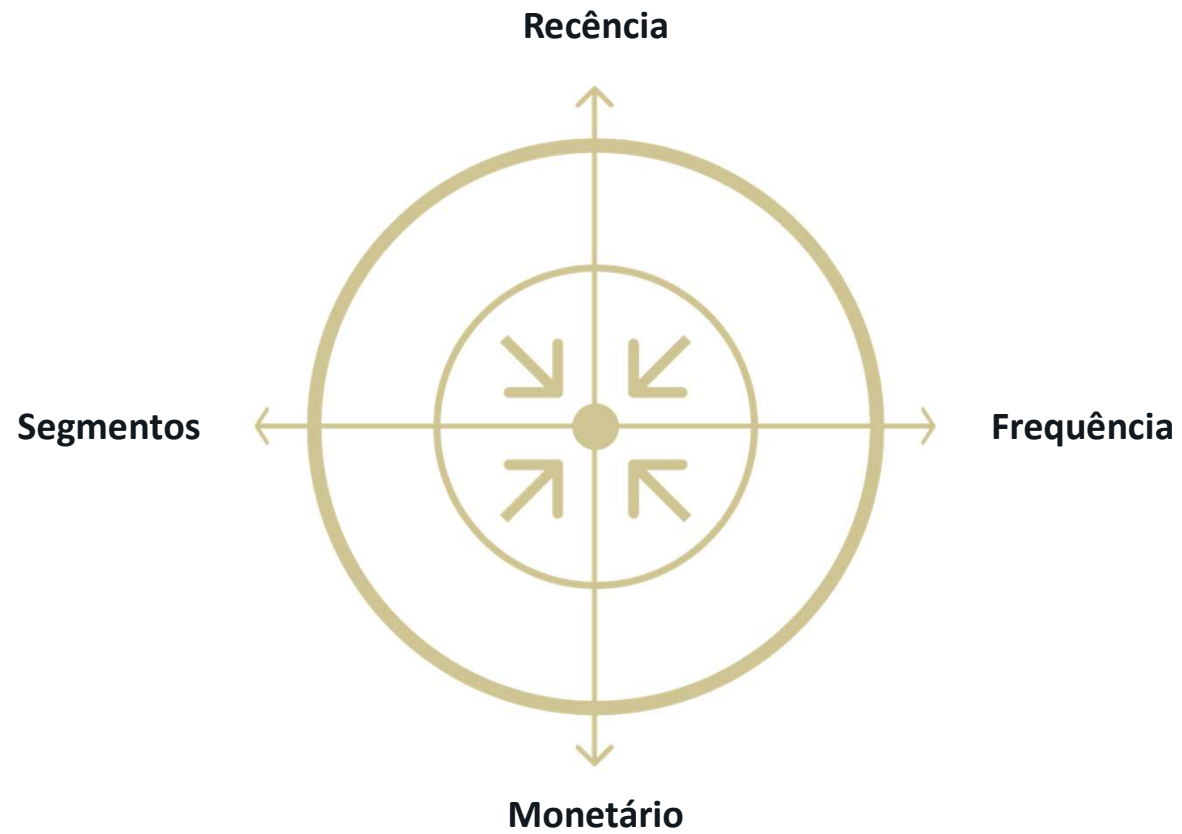
Wifi + Flexibilidade

**Sênior Tecno 1%**

WhatsApp + Simplicidade

# RFM Analysis no Turismo

A análise RFM permite identificar segmentos acionáveis de clientes para personalizar comunicações e maximizar o retorno.



Aplicar RFM permite identificar clientes VIP, clientes em risco de abandono e novos clientes com potencial de fidelização.

# KPIs Turísticos Fundamentais

Os 10 KPIs essenciais que toda PME turística deve monitorizar:

01

---

## RevPar

Revenue Per Available Room

02

---

## ADR

Average Daily Rate

03

---

## OTA Capture Rate

% reservas por intermediários

04

---

## LTV

Lifetime Value do cliente

05

---

## CAC

Customer Acquisition Cost

01

---

## Churn Rate

% clientes perdidos

02

---

## NPS

Net Promoter Score pós-estadia

03

---

## CLV/CAC Rácio

Ótimo: maior de 3

04

---

## Fill Rate

% ocupação real

05

---

## Direct Booking Ratio

Objetivo: maior que 40%



MÓDULO 2

## Big Data Aplicado ao Turismo

Descobre como os 5V do Big Data, os casos práticos espanhóis e as ferramentas acessíveis podem transformar o seu negócio turístico.

## Os 5V do Big Data Turístico: Volume

**47**

**Dados por reserva**

Dados estruturados gerados em cada reserva

**2.847**

**Interações/estadia**

Interações digitais geradas durante uma estadia

**1.2TB**

**Dados/ano PME**

Uma PME de 20 quartos gera 1,2 TB de dados ao ano

**3.7M**

**Menções/dia**

Menções turísticas em redes sociais na Espanha a cada dia

# Os 5V do Big Data: Valor e Variedade

## Valor: Transformar Dados em Dinheiro

- +12% RevPar → 1,7% aumento em qualidade de dados
- -23% cancelamentos → 41% melhor previsão
- +35% reservas diretas → 28% melhor segmentação

## Variedade: 7 Fontes de Dados

- **Estruturados:** PMS, CRM, TPV, Reservas
- **Semi:** Reviews TripAdvisor, Google, redes
- **Não estruturados:** WhatsApp, emails, voz
- **Tempo real:** Sensores ocupação, preços OTA
- **Externos:** Google Trends, INE, AEMET



# Caso Prático: Hotel Rural Galiza

## Problema

- 68% reservas via OTA
- 22% taxa de cancelamentos
- Decisões baseadas em intuição

## Solução e Resultados

**RFM + Weather API** → Oferta personalizada

- OTA capture **-41%**
- Cancelamentos **-29%**
- RevPar **+26%**

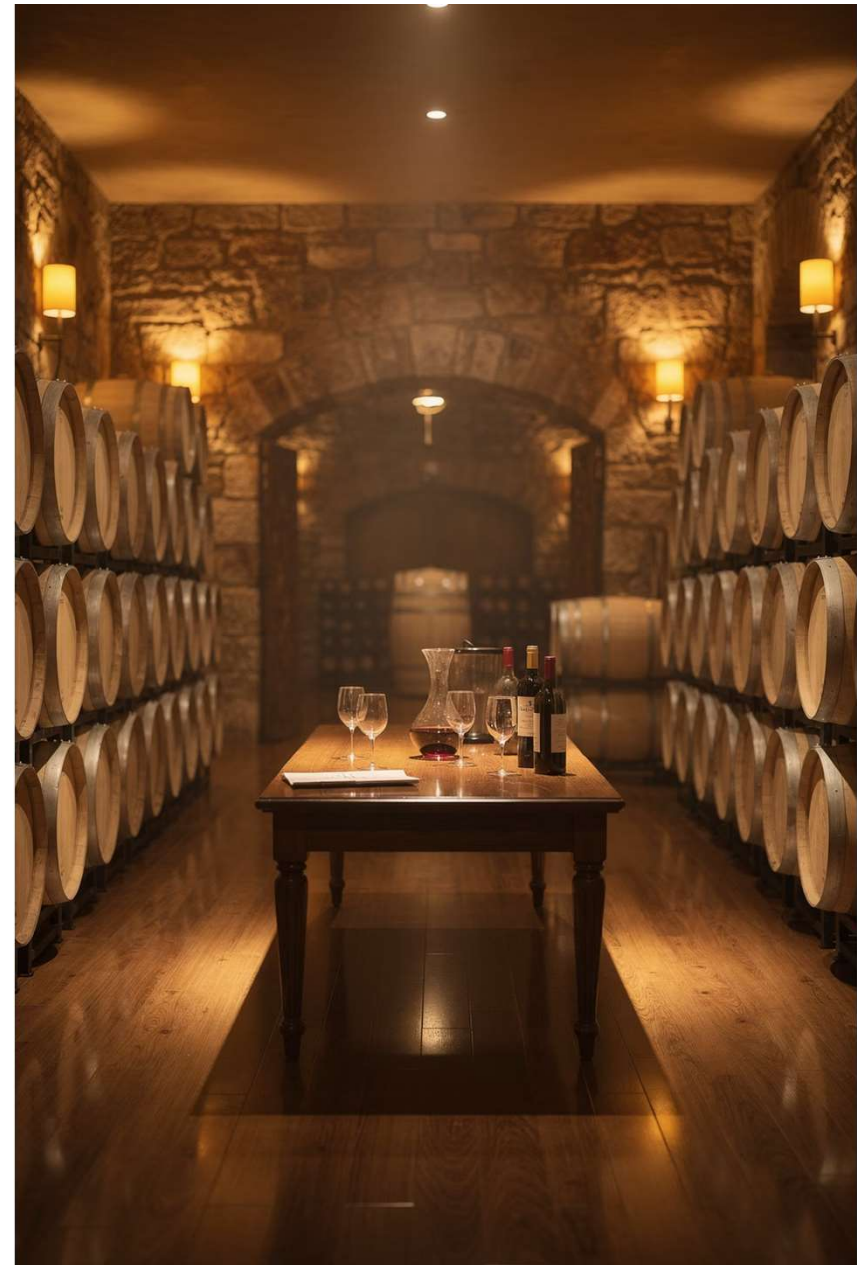
# Caso Prático: Adega Rioja

## Problema

Temporadas vazias de segunda a quinta-feira. Baixa ocupação em dias úteis.

## Solução e Resultado

- Google Trends: keywords “degustação vinho perto” +15% nas segundas-feiras
- CRM histórico + preços OTA
- Pacote "Noite + Degustação" para “Harmonização + hotel”
- **+43% reservas diretas**



# Ferramentas Big Data Acessíveis para PMES



## Gratuitas (Nível Básico)

- Google Analytics 4 → Comportamento web
- Google Sheets → Dashboard básico
- Google Trends → Demanda keywords
- Google Data Studio → Visualização



## Low-Cost (<50€/mês)

- ODOO Analytics → ERP integrado
- Hotjar → Heatmaps web reservas
- Mailchimp Analytics → Email ROI
- Zapier → Automatizações de dados

**Exercício: Identifique os seus principais indicadores**

## **Exemplo: Google Data Studio**

# Como usar Google Data Studio num negócio de turismo

Atualmente chamado de **Looker Studio**: uma forma simples de conectar dados, criar dashboards e tomar melhores decisões



## 1 Para que serve?

- Unificar dados de reservas, marketing e clientes
- Visualizar KPIs em tempo real
- Detetar tendências, problemas e oportunidades
- Facilitar decisões comerciais e operacionais



## 2 Fontes de dados que pode conectar

- Google Analytics 4
- Search Console
- Google Ads / Meta Ads (via conectores)
- Folhas de cálculo de Google Sheets
- PMS / motor de reservas / channel manager
- CRM e email marketing
- Questionários e avaliações
- Dados financeiros básicos



## 3 Passos para começar

- 1 Definir objetivos do negócio
- 2 Escolher KPIs-chave
- 3 Conectar as fontes de dados
- 4 Conceber um dashboard simples
- 5 Revisar e melhorar a cada semana



## 4 KPIs recomendados para turismo

- | Reservas e vendas  | Cliente   | Marketing  | Operação   |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>Reservas totais</li><li>Rendimentos</li><li>ADR</li><li>RevPAR</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Avaliação média</li><li>Cancelamentos</li><li>Estadia média</li><li>Repetição</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Tráfego web</li><li>Conversão</li><li>Custo por reserva</li><li>ROAS</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Ocupação</li><li>Antecedência de reserva</li><li>Origem de reservas</li><li>Canal de venda</li></ul> |

## 5 Dashboards mais úteis

- Visão geral do negócio
- Reservas e revenue
- Marketing digital
- Reputação e cliente
- Operação e sazonalidade

## 6 Boas práticas

- ✓ Começar com poucos indicadores
- ✓ Usar filtros por data, canal e segmento
- ✓ Comparar com o ano anterior
- ✓ Combinar dados online e operacionais
- ✓ Revisar o dashboard a cada semana
- ✓ Usá-lo para decidir, não apenas para reportar



Um bom dashboard turístico conecta ocupação, vendas, marketing e experiência do cliente para melhorar decisões e rentabilidade.



## MÓDULO 3

# CRM e ERP Turísticos

As plataformas integradas, a segmentação personalizada e os dashboards em tempo real são o núcleo da gestão turística moderna.



# ODOO Tourism: O All-in-One para PMES



## Gestão

Reservas + Faturamento + Inventário integrados



## Analítica

Ocupação + Revenue + Cancelamentos em tempo real



## Clientes

Histórico + Preferências + Segmentação RFM



## Revenue

Preços dinâmicos + Upselling automatizado



## Multicanal

Web + WhatsApp + Email + TPV unificados

# Cloudbeds Analytics: Marketplace Turístico

## Heatmaps

Identifica onde os usuários abandonam o processo de reserva

## Preditivo

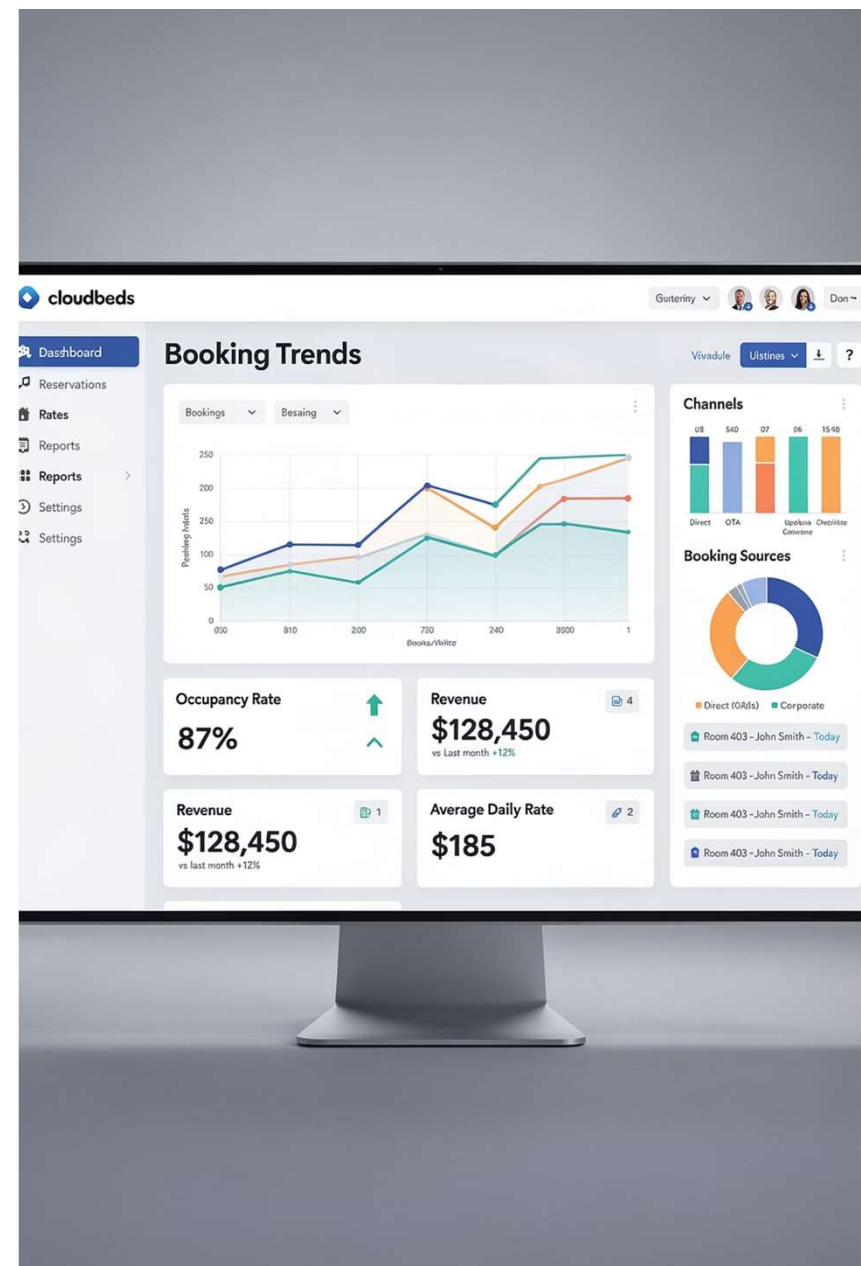
Previsão de ocupação 90 dias antes com IA integrada

## Segmentos

12 perfis de cliente gerados automaticamente

## Multi-idioma

89 mercados disponíveis, incluindo +34 Espanha



# Segmentação Data-Driven: Customer Journey Automatizado



## Awareness

Retargeting abandonos carrinho



## Consideração

Reviews e UGC social



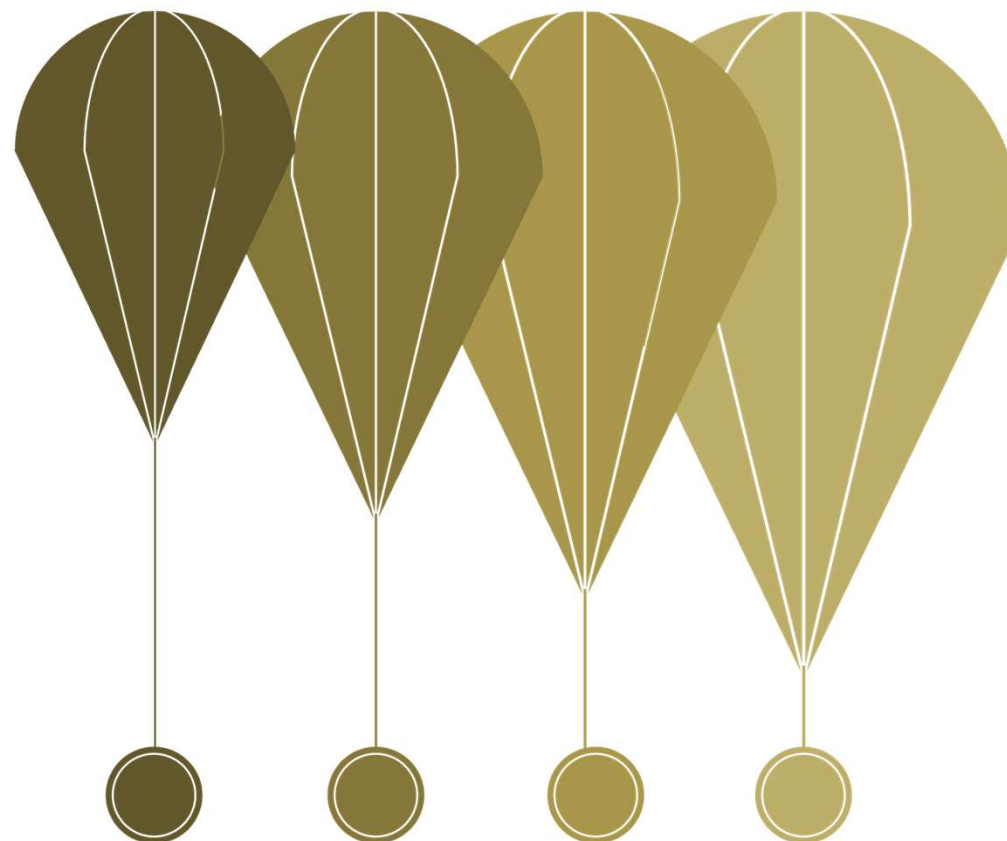
## Decisão

Email último quarto



## Pós-venda

Reserva próxima estadia +12%



Automatizar o customer journey permite impactar o cliente no momento preciso com a mensagem adequada, incrementando a conversão em cada fase do processo.

## 6 Triggers Automáticos CRM

1

### Abandonou o carrinho

"Seu enoturismo te espera" — recuperação de reserva perdida

2

### 1ª Reserva

"Bem-vindo, desconto na sua 2ª estadia" — fidelização inicial

3

### Aniversário

"Degustação gratuita este mês" — personalização emocional

4

### Temporada baixa

"Escapada flash -45%" — ativação demanda

5

### Review 9+

"VIP Club acesso exclusivo" — recompensa ao promotor

6

### Churn detetado

"Sentimos sua falta" — reativação cliente perdido

# Dashboard Executivo One-Page: KPIs em Tempo Real

O dashboard executivo de uma PME turística deve mostrar toda a informação crítica num único ecrã, organizada por filas temáticas:

## Fila 1: Revenue

RevPar | ADR | Ocupação | Pipeline de reservas

## Fila 2: Canais

OTA% | Direto% | Cancelamento | NPS

## Fila 3: Clientes

Top 5 clientes | Revenue source breakdown

## Fila 4: Alertas

Baixa ocupação | Preços baixos | Anomalias

# Alertas Automáticas Críticas

## ● Alerta Vermelho: Ocupação Crítica

Ocupação inferior a 60% com 30 dias de antecedência — ação imediata requerida

## ● Alerta Vermelho: Cancelamentos Elevados

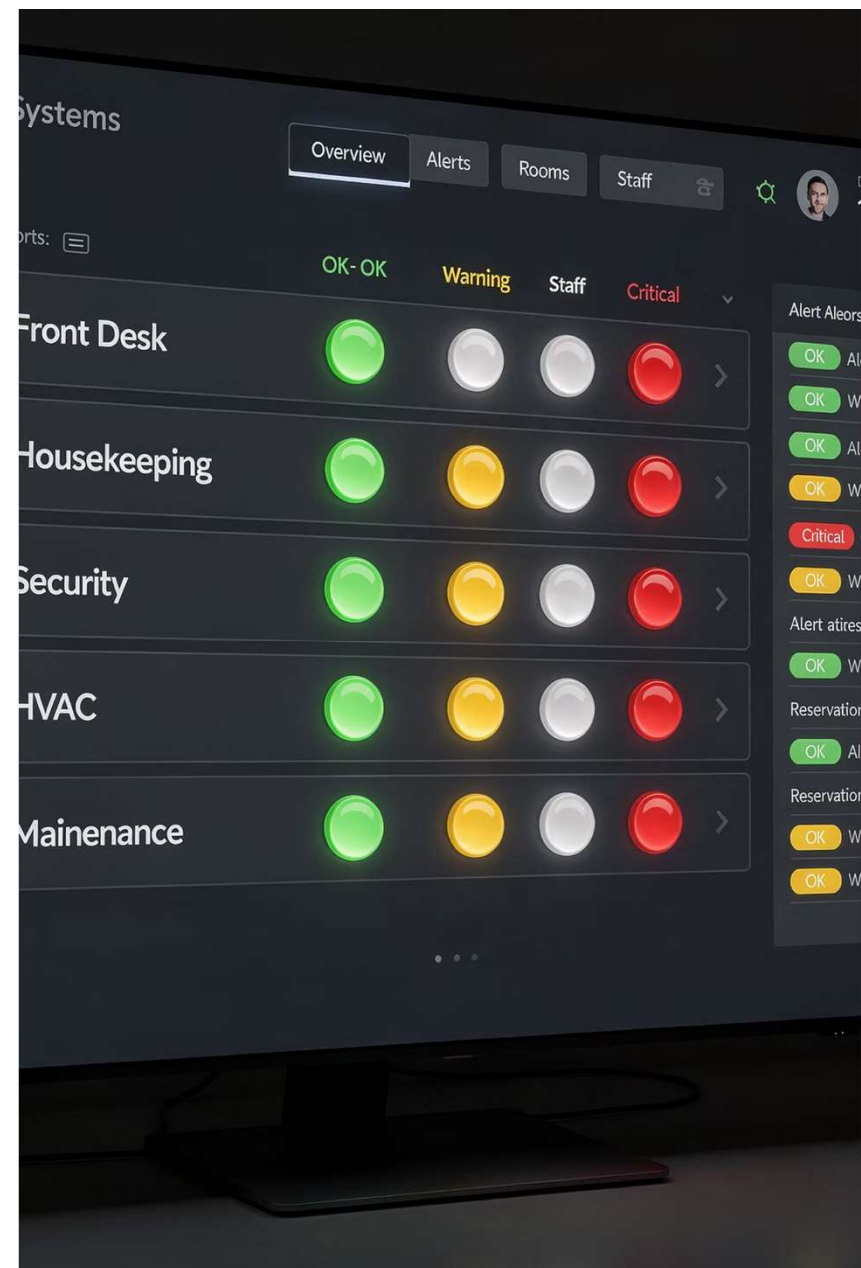
Cancelamentos superiores a 25% mensal — revisar política e comunicação

## ● Alerta Amarelo: Dependência OTA

OTA capture superior a 65% — ativar estratégia de reserva direta

## ● Alerta Verde: Rendimento Ótimo

RevPar superior ao benchmark do mercado — manter estratégia atual



## **Exercício: Definindo nosso dashboard**

## MÓDULO 4

# Inteligência de Mercado

Benchmarking competitivo, análise preditiva com IA e fontes de dados externas espanholas para tomar decisões com vantagem.



# 3 Ferramentas Gratuitas de Benchmarking Competitivo



## SimilarWeb

Analisa o tráfego web dos seus rivais: fontes, volume, palavras-chave e comportamento de usuários nas suas webs.



## OTA Insight

Consulta os preços reais que os seus concorrentes publicam no Booking e Expedia para ajustar a sua estratégia de revenue.



## TripAdvisor Ranking

Monitoriza a sua posição em reviews locais e compara-a com a concorrência direta no seu destino.

# Matriz de Benchmarking Rápida

Compare a sua posição frente à concorrência em três dimensões-chave para identificar oportunidades de melhoria:

| Estabelecimento | RevPar | OTA Capture | Reviews                  |
|-----------------|--------|-------------|--------------------------|
| Hotel A (Eu)    | 89€    | 72%         | 8.7                      |
| Hotel B         | 104€   | 59%         | 9.1 → Por que?           |
| Hotel C         | 76€    | 88%         | 7.9 → Oportunidade preço |

📌 Hotel B supera em RevPar e reviews com menor dependência OTA. Analise a sua estratégia de reserva direta e a gestão de reputação online.

# Machine Learning de Ocupação (No Code)

1

## Google Sheets + ChatGPT

Previsão de ocupação 90 dias antes sem necessidade de programação

2

## ODOO Forecast

Previsão automática integrada com os dados do ERP

3

## Airtable + Zapier

Pipeline visual com automatizações de dados em tempo real

# Preços Dinâmicos Automáticos

## Alta Demanda + Sol (AEMET)

Preço base +28%

## Chuva Prolongada

Preço base -17%

## Eventos Locais

Preço base +43%

## Concorrência Baixa

Preço base +12%



# Fontes de Dados Externas Espanholas



## INEstat

Demanda turística por Comunidade Autónoma e mês. Dados oficiais do Instituto Nacional de Estadística.



## AEMET API

Impacto do clima na ocupação. Integra previsões meteorológicas no seu modelo de preços dinâmicos.



## Google Trends

"Hotel rural + [província]" — deteta picos de demanda antes que cheguem as reservas.



## X/Twitter API

Percepção do destino em tempo real. Monitoriza a percepção da sua zona turística instantaneamente.

## **Exercício: Analisando cenários futuros**

# Exercício: Analisando cenários futuros

## 1. Variáveis

Identifique as variáveis que influenciam na demanda do seu negócio e quais comportamentos apresentam.

## 2. Histórico

Obtenha um histórico suficientemente relevante para dispor de uma base prévia para a análise.

## 3. Gere cenários

Construa cenários com base em possíveis evoluções das variáveis de influência.

MÓDULO 5

## Casos Práticos: PMES Espanholas

Três casos reais de transformação digital em negócios turísticos espanhóis com ferramentas acessíveis e resultados medíveis.



# Caso 1: Hotel Rural Galiza — ODOO Analytics

## Antes de ODOO

- 68% reservas via OTA
- 22% taxa de cancelamentos
- Decisões por intuição e calendário
- Sem identificar clientes fiéis

## Depois de ODOO

- Dashboard de ocupação em tempo real
- RFM → 18% clientes VIP identificados
- Emails automáticos → **+29% reserva direta**
- Previsão demanda → **-41% overbooking**



## Caso 2: Adega Rioja — Google Data Studio

### Problema

Temporadas vazias de segunda a sexta-feira. Baixa ocupação em dias úteis durante todo o ano.

### Solução

Google Trends “degustações vinho + Rioja” + CRM histórico + preços OTA → Dashboard “Dias problemáticos”

### Resultado

Pacote “Noite + Degustação” para procuras “Harmonização + hotel” → **+43% reservas de segunda a sexta-feira**

# Caso 3: Autônomo Barcelona

Demonstração de que com ferramentas 100% gratuitas se podem alcançar resultados extraordinários:

## Google Sheets

Gestor de reservas centralizado com fórmulas automáticas

## Google Data Studio

Dashboard de 1 página com KPIs essenciais do negócio

## Zapier WhatsApp → Sheets

Automatização de dados de reservas recebidas por WhatsApp

## Google Trends

Monitorização de concorrência e demanda local

📄 Resultado: **+67% reservas diretas** sem investimento em software pago.

MÓDULO 6

# Implementação Prática: Plano 90 Dias

Um plano estruturado e realista para que qualquer PME turística implemente análise de dados em três meses.



# Plano 90 Dias: Semanas 1-2 — Infraestrutura

01

---

## Exportar PMS → Google Sheets

Configurar exportação diária automática de dados do sistema de gestão de propriedades

03

---

## Google Trends 12 meses

Analisar keywords chave do negócio durante os últimos 12 meses para detetar padrões

02

---

## Google Analytics 4

Instalar e configurar GA4 na web do estabelecimento para medir comportamento

04

---

## Modelo RFM

Descarregar o modelo RFM com os dados históricos de clientes do CRM

# Plano 90 Dias: Mês 1 — Primeiro Dashboard

01

---

## Google Data Studio conectado

Conectar Data Studio com Google Sheets para visualização automática de dados

03

---

## Alertas Gmail

Configurar alertas automáticas de ocupação e cancelamentos por email

02

---

## 8 KPIs fundamentais visíveis

RevPar, ADR, Ocupação, OTA%, Direto%, Cancelamentos, NPS e Fill Rate no ecrã

04

---

## Email mensal para a direção

Automatizar envio de relatório mensal de resultados à equipa diretiva

# Plano 90 Dias: Mês 3 — Preditivo Básico



## ODOO Analytics (prova gratuita)

Ativar a prova gratuita de ODOO e integrar com os dados existentes



## Previsão ocupação 60 dias

Configurar o modelo preditivo de ocupação com horizonte de 60 dias



## Preços dinâmicos automáticos

Ativar regras de preços dinâmicos baseadas em demanda, clima e concorrência



## Reporte mensal benchmarking

Gerar relatório mensal comparativo com a concorrência do destino

# Modelos



## Dashboard Ocupação Excel

- 1 janela de input de reservas
- 5 janelas de KPIs automáticos
- Alertas de cores RAG (Vermelho/Amarelo/Verde)
- Gráficos RevPar vs. mercado



## Segmentação RFM Automática

- Input CRM → 6 segmentos automáticos
- Recomendações de ação por segmento
- Calendário de campanhas 12 meses



## Calendário KPIs Mensais

- 42 KPIs críticos do setor turístico
- Fórmulas automáticas integradas
- Benchmarking com a indústria espanhola

# Resumo Executivo: ROI Esperado

## Investimento Requerido

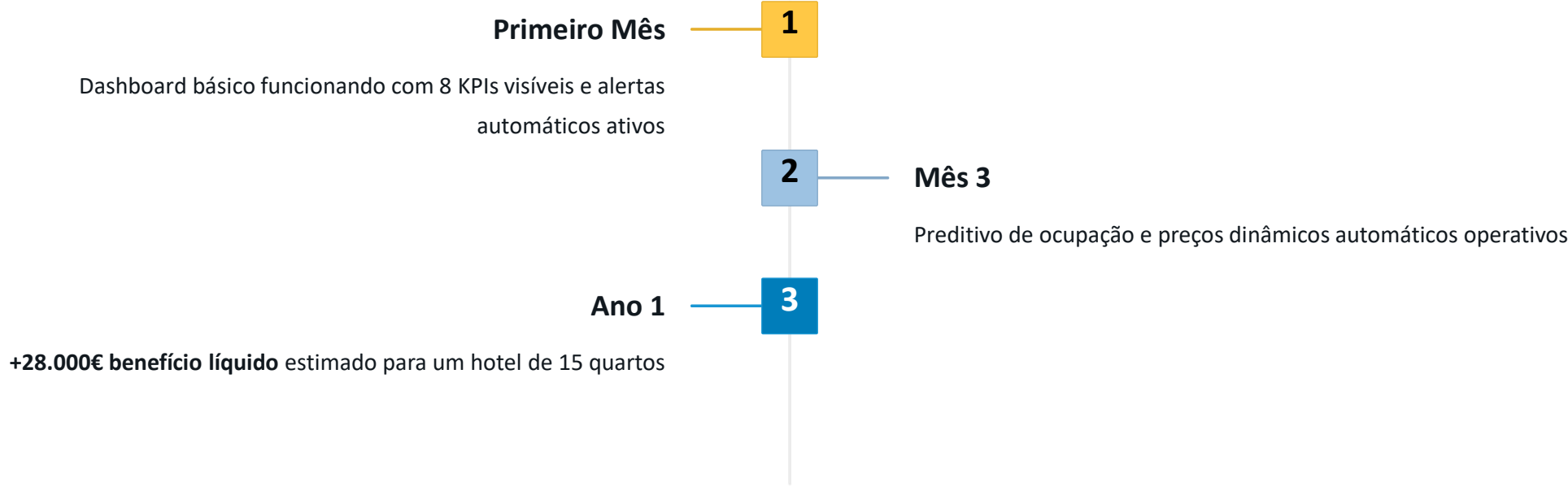
15 horas de configuração inicial

2 horas/mês de manutenção

## Retorno Obtido

- +24% RevPar (média PMEs analisadas)
- -19% cancelamentos
- +37% reservas diretas
- -41% dependência OTA
- CLV +56% em clientes segmentados

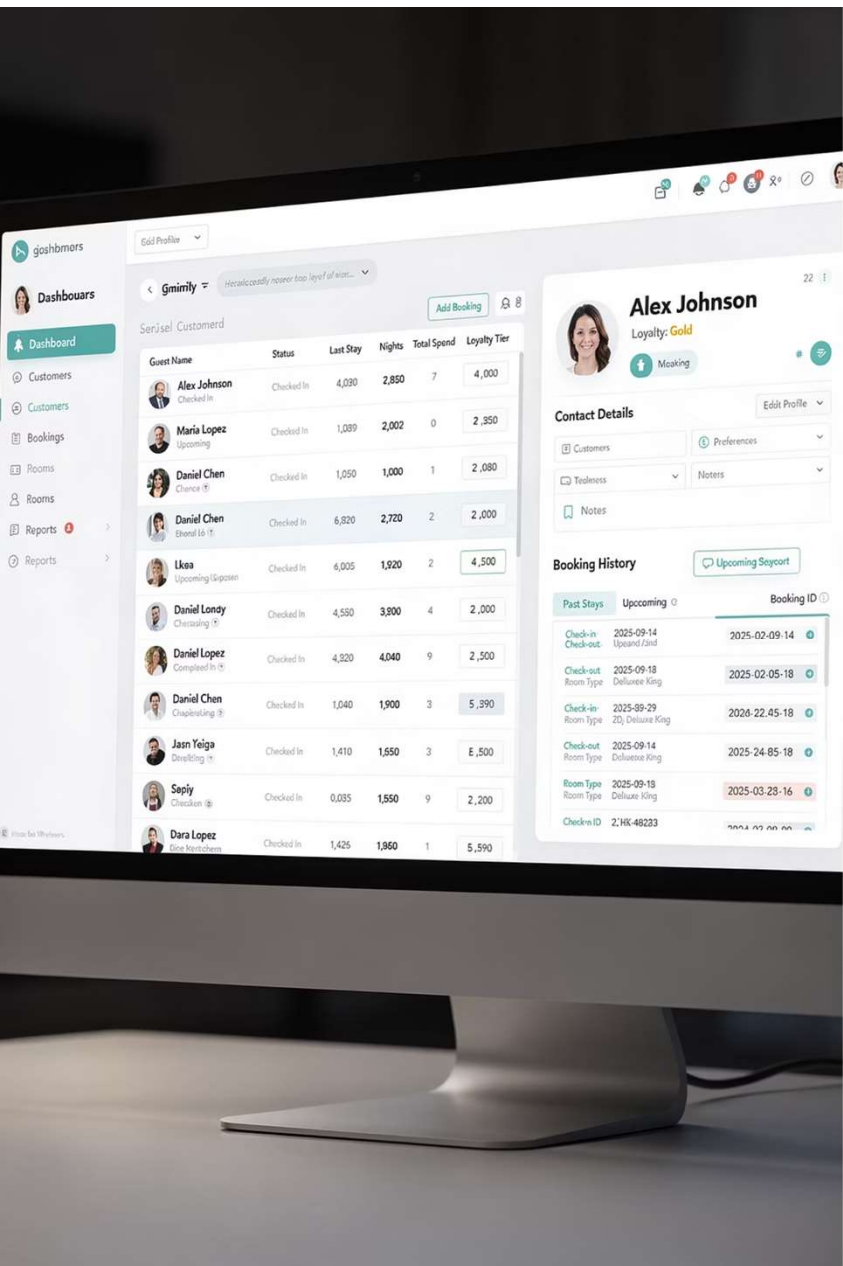
# Roteiro do ROI



# A Análítica como Vantagem Competitiva

As PMEs turísticas que adotam análise de dados não apenas sobrevivem — lideram o seu mercado local com margens superiores a 35%.





# Aprofundando no CRM Turístico

O CRM turístico vai além de armazenar contactos. É o motor de personalização que converte dados em experiências memoráveis e reservas repetidas.

## Centralização de dados

Unifica histórico de reservas, preferências, comunicações e valor do cliente num único perfil

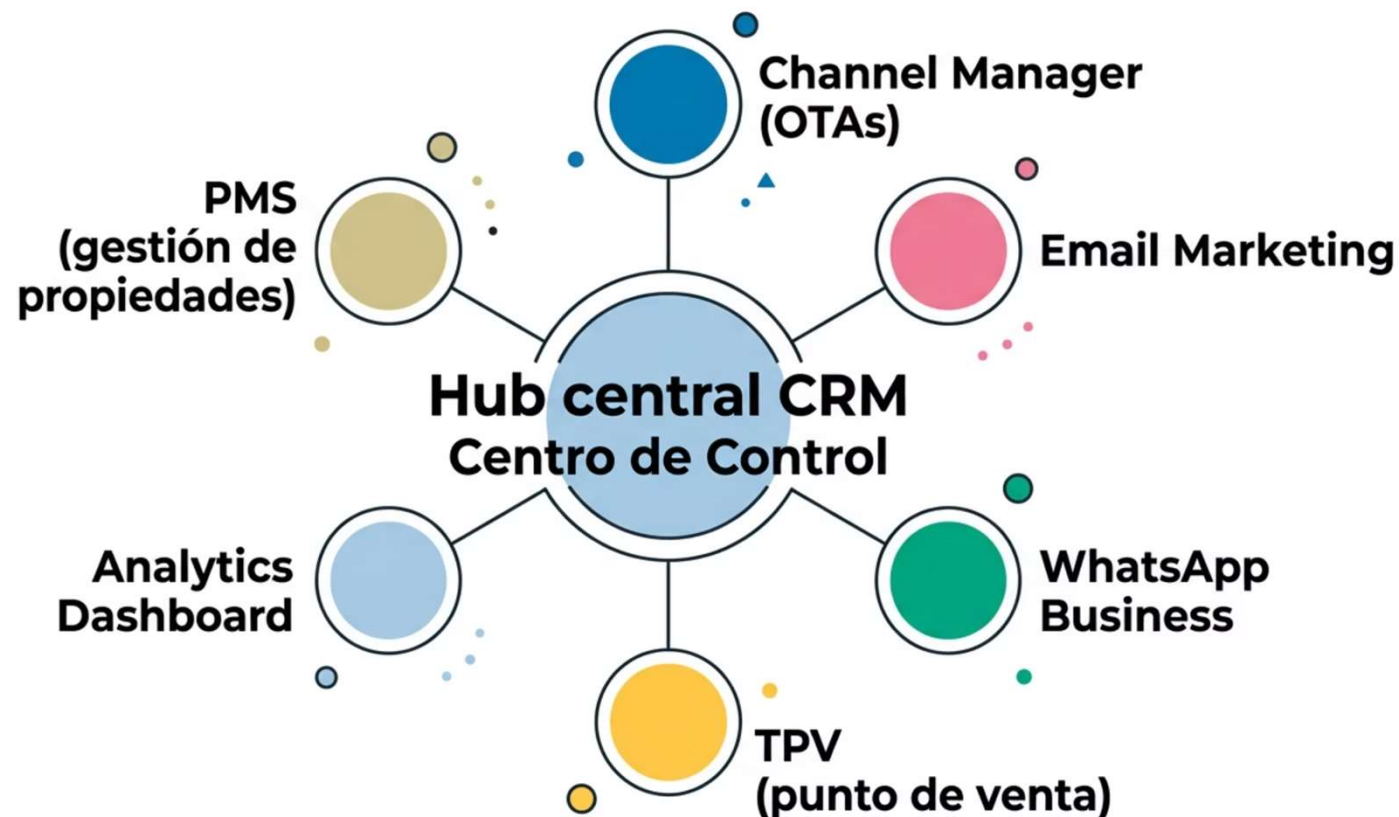
## Automatização inteligente

Triggers baseados em comportamento que ativam comunicações no momento ótimo

## Medição contínua

KPIs de CRM integrados no dashboard executivo para tomar decisões baseadas em dados reais

# Integração CRM + PMS + Channel Manager



A integração de todas as plataformas em torno do CRM elimina silos de dados e permite uma visão 360° do cliente em tempo real.

# Segmentação Avançada: Para Além do RFM

## Segmentação Geográfica

Origem do cliente, mercado emissor, idioma preferido e canal de captação por região

## Segmentação Comportamental

Padrão de reserva, antecedência média, duração estadia, serviços consumidos

## Segmentação por Valor

CLV calculado, rácio CLV/CAC, potencial de upselling e probabilidade de churn (abandono de clientes)

## Segmentação Preditiva

Propensão a reservar em temporada baixa, resposta a descontos, fidelidade projetada

# Email Marketing Automatizado para Turismo



## Sequências-Chave

- Boas-vindas (3 emails)
- Pré-estadia (2 emails)
- Pós-estadia (2 emails)
- Reativação (1 email)

## Métricas Objetivo

- Open Rate: >25%
- Click Rate: >4%
- Conversor reserva: >2%
- ROI email: >400%

# WhatsApp Business como Canal CRM



## Automatização de Respostas

Respostas automáticas a consultas frequentes: disponibilidade, preços, serviços e políticas de cancelamento.



## Recordatórios de Estadia

Envio automático de confirmação, instruções de chegada e questionário pós-estadia por WhatsApp.



## Upselling Contextual

Ofertas de upgrade, serviços adicionais e experiências personalizadas enviadas 48h antes do check-in.

# Revenue Management com IA: Conceitos-Chave



O ciclo de revenue management com IA permite otimizar preços de forma contínua, respondendo em tempo real a mudanças na demanda, concorrência e condições externas.

# Comparativa de Plataformas CRM/ERP Turísticas

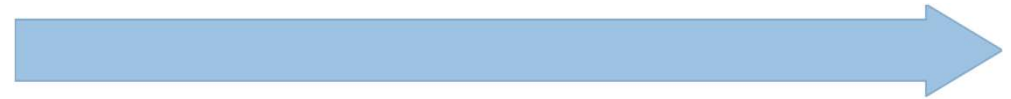
| Plataforma  | Preço/mês       | Ideal para            | Fortaleza-chave             |
|-------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------|
| ODOO        | A partir de 0€  | PMEs <50 quartos      | All-in-one integrado        |
| Cloudbeds   | A partir de 99€ | Hotéis 10-100 quartos | Channel manager + analytics |
| HubSpot CRM | A partir de 0€  | Qualquer tamanho      | Email marketing + pipeline  |
| Salesforce  | A partir de 25€ | Cadeias hoteleiras    | Personalização avançada     |

# Implementação ODOO: Passo a Passo



## Instalação e Configuração

Criar conta, configurar módulos de reservas, faturamento e CRM básico



## Importação de Dados

Migrar histórico de clientes, reservas e faturamento a partir do sistema anterior



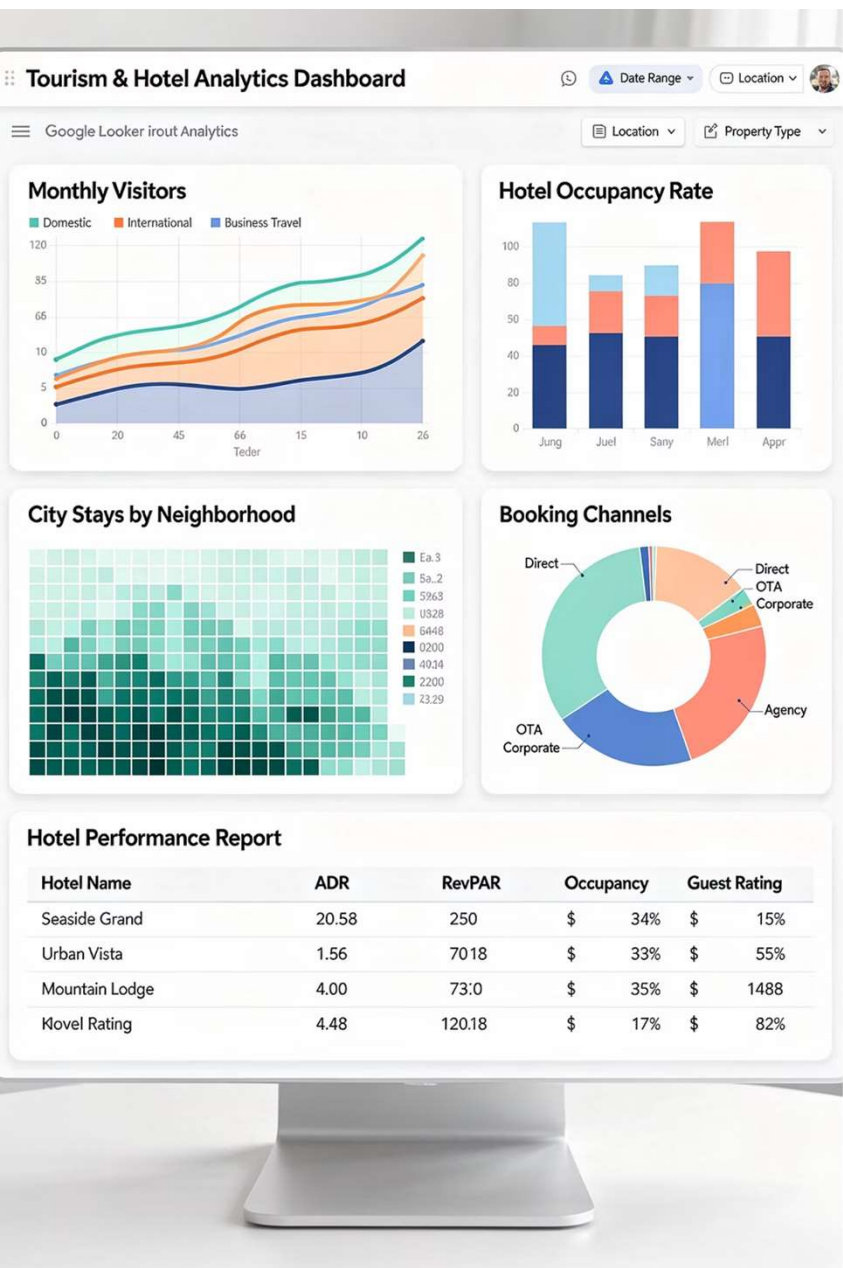
## Configuração de KPIs

Ativar dashboard de RevPar, ocupação, cancelamentos e revenue por canal



## Automatizações CRM

Programar os 6 triggers automáticos de email e WhatsApp por segmento



# Google Data Studio: Seu Dashboard Gratuito

## Conectores Gratuitos

Google Sheets, Analytics 4, Search Console, Google Ads sem custo adicional

## Modelos Disponíveis

Mais de 200 modelos de turismo disponíveis na galeria do Data Studio

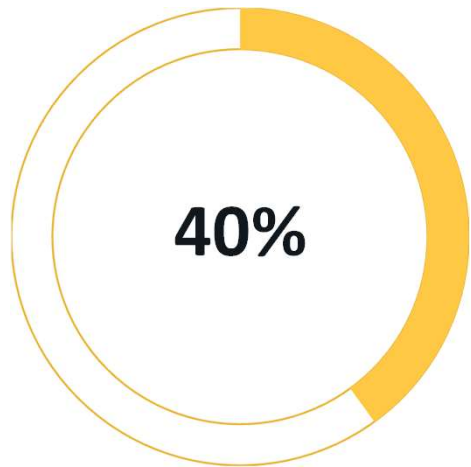
## Atualização Automática

Dados atualizados em tempo real sem necessidade de exportar nem atualizar manualmente

## Partilhar com a Equipa

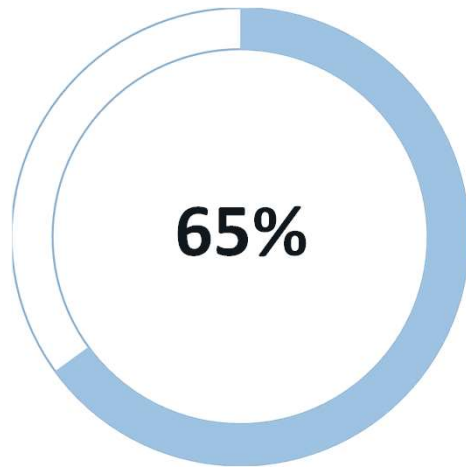
Acesso multiusuário com permissões diferenciadas para diretivos, receção e marketing

# Métricas de Êxito do CRM Turístico



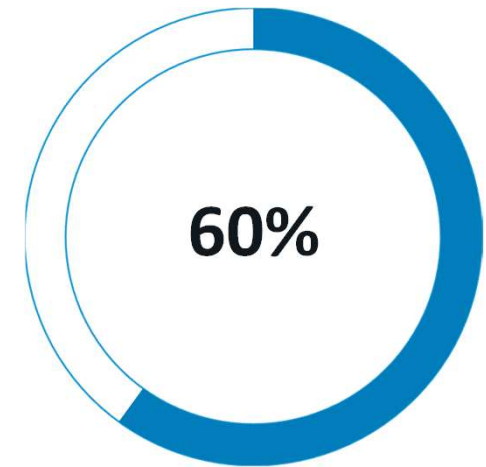
**Direct Booking Rácio**

Objetivo mínimo de reservas diretas sem intermediários



**OTA Capture Máximo**

Limiar de alerta amarelo para dependência de OTAs

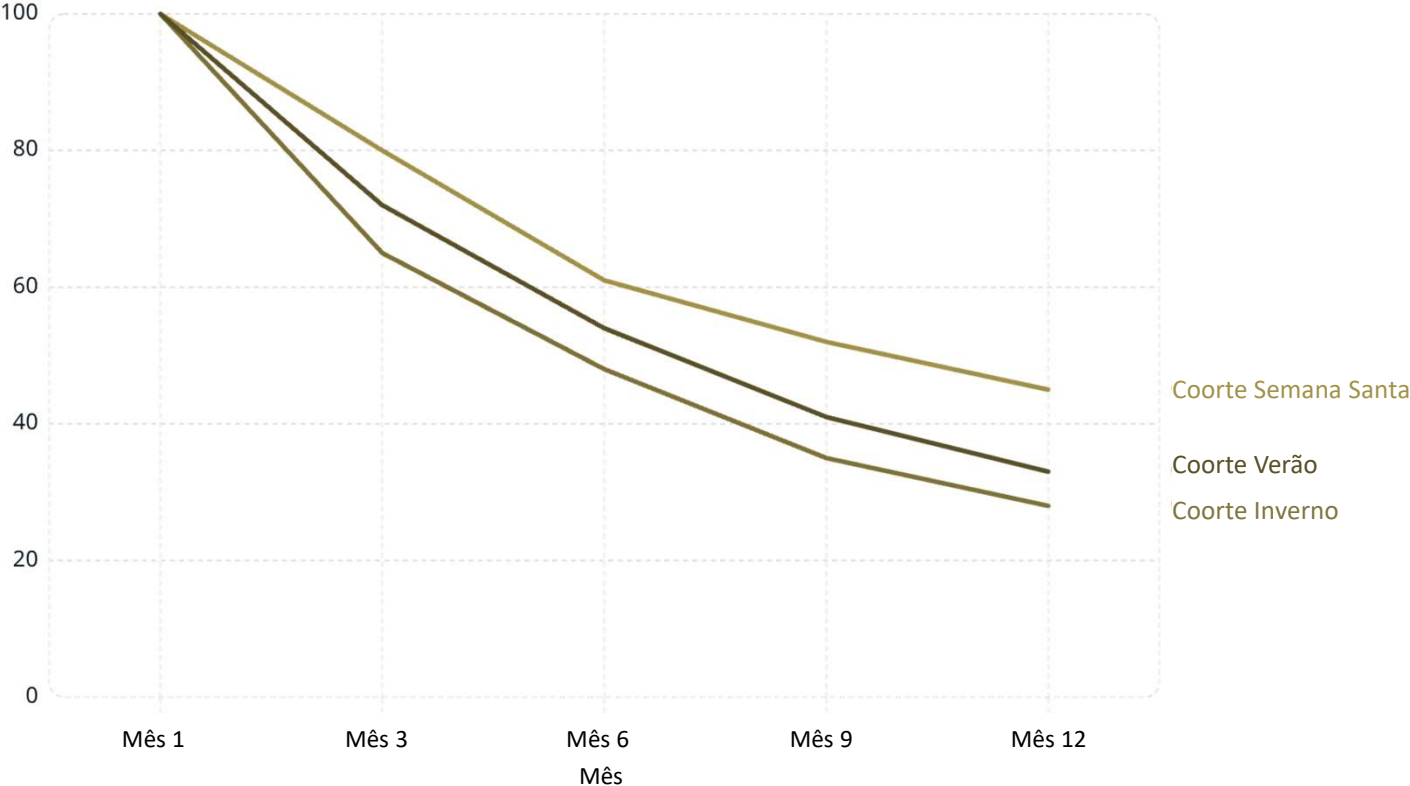


**Ocupação Mínima**

Limiar de alerta vermelho com 30 dias de antecedência

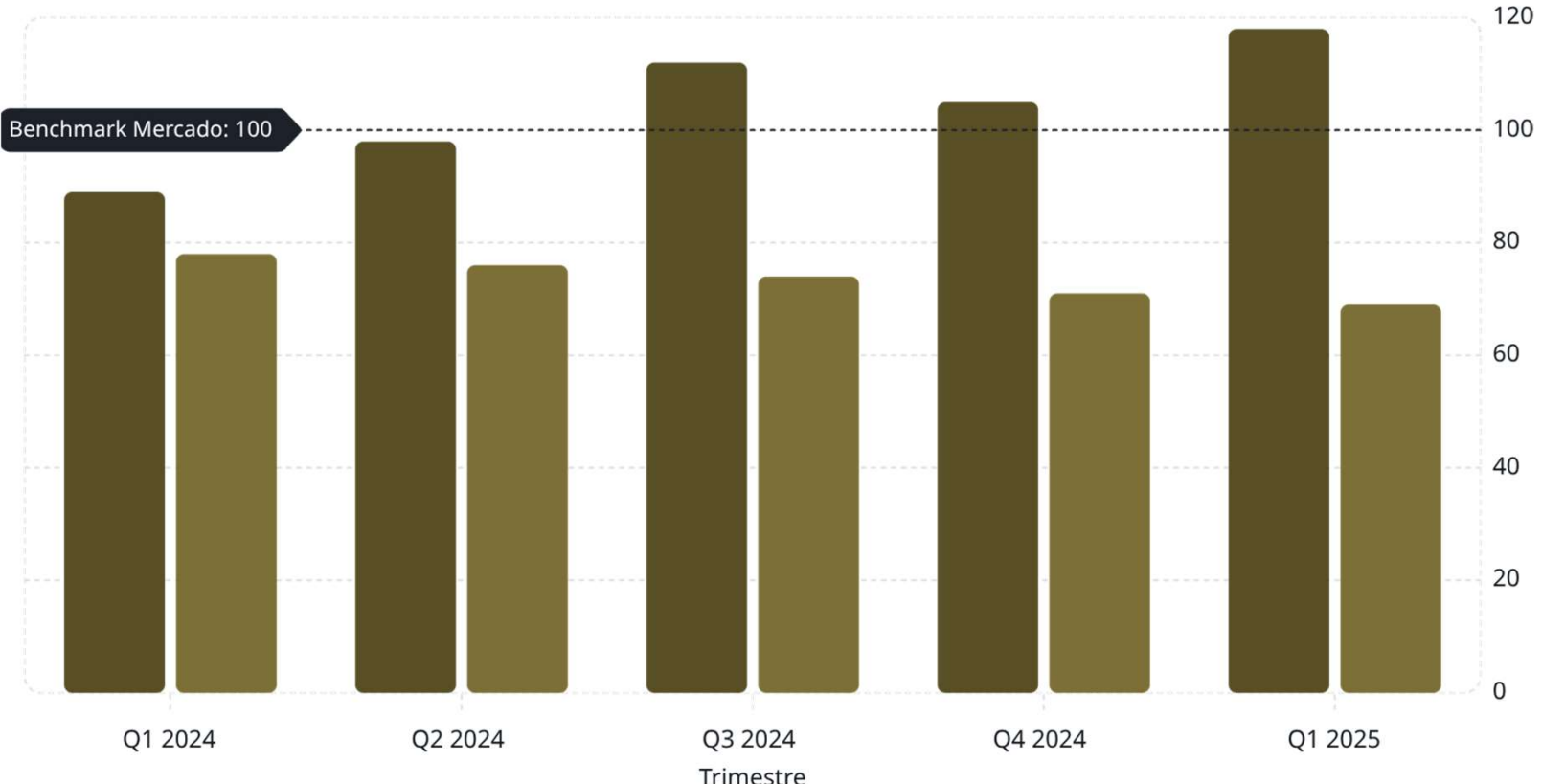
# Análise de Coortes de Clientes

A análise de coortes permite entender como evolui o comportamento de grupos de clientes ao longo do tempo, identificando padrões de retenção e abandono.



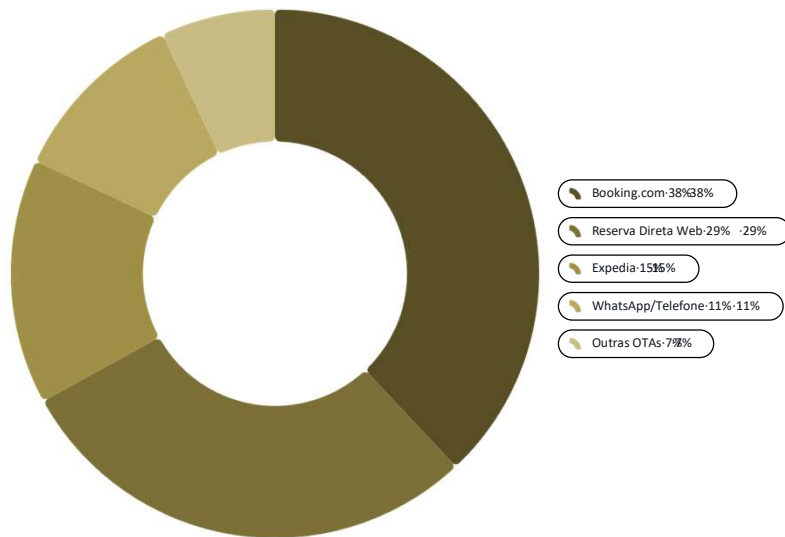
A coorte da Semana Santa mostra maior retenção aos 12 meses, indicando que os clientes captados nesse período têm maior fidelidade e CLV.

# Evolução RevPar: Com vs. Sem Analítica



Os hotéis com analítica implementada superam consistentemente o benchmark do mercado, enquanto os que operam sem dados mostram uma tendência decrescente de RevPar.

# Distribuição de Reservas por Canal



## Objetivo de Otimização

O objetivo é incrementar a reserva direta da web dos atuais 29% até superar **40%**, reduzindo a dependência do Booking.com para menos de **30%**.

Cada ponto percentual ganho em reserva direta supõe uma poupança de comissões entre 15% e 25% do valor da reserva.

# Personalização à Escala: O Poder do CRM

"A personalização não é um luxo — é a expectativa mínima do turista digital de 2026. O CRM é a ferramenta que torna isso possível à escala."

**+56% CLV**

Clientes segmentados e personalizados

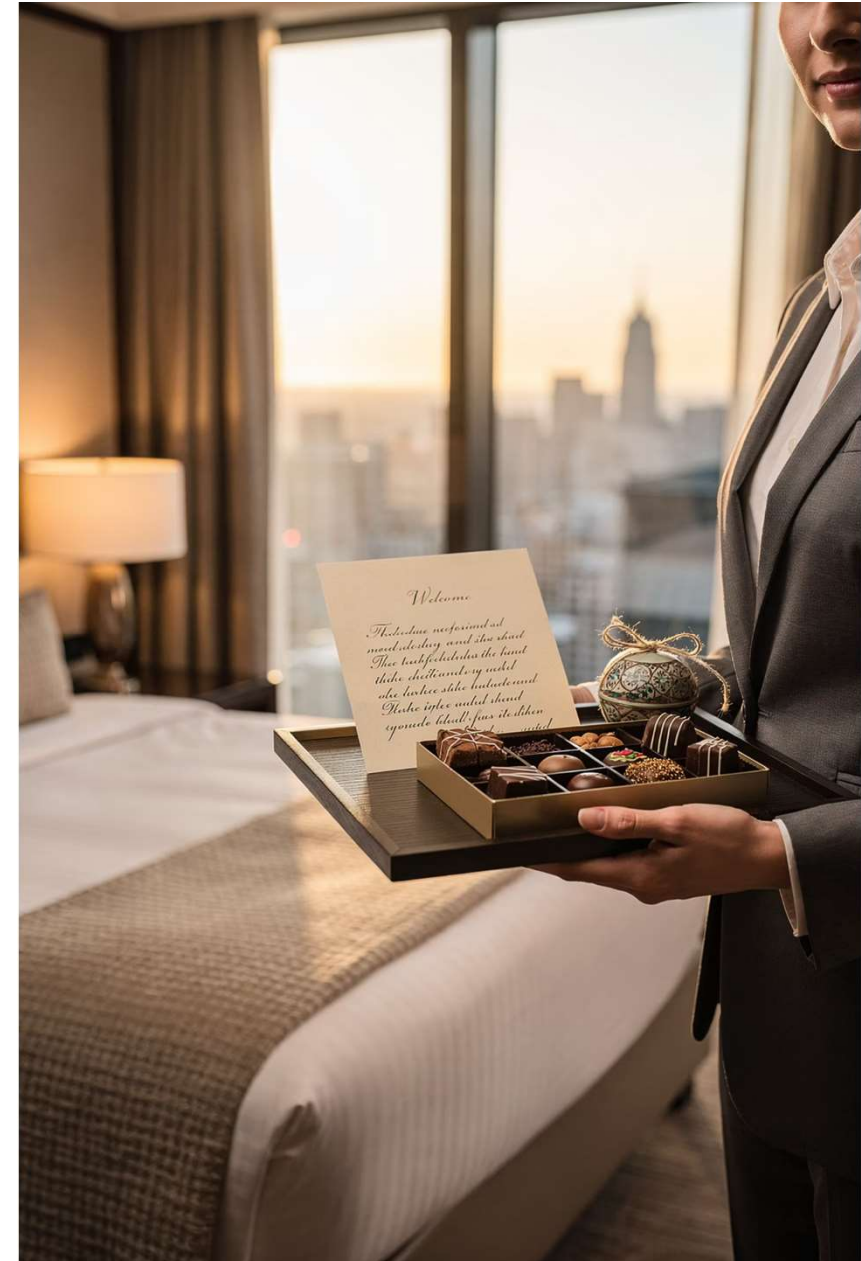
**+37% Direto**

Reservas sem intermediários

**-19%**

**Cancelamentos**

Com comunicação proativa



# Erros Comuns ao Implementar CRM

## → **Dados incorretos desde o início**

Importar dados sem eliminar duplicados nem normalizar campos gera segmentações incorretas desde o primeiro dia

## → **Automatizar sem estratégia**

Os triggers automáticos sem segmentação prévia geram spam e prejudicam a reputação do estabelecimento

## → **Muitos KPIs ao mesmo tempo**

Começar medindo 40 métricas paralisa a ação. Comece com 8 KPIs fundamentais e escale gradualmente

## → **Não medir o ROI do CRM**

Sem medir o retorno de cada campanha e automatização, é impossível otimizar nem justificar o investimento

# Checklist de Implementação CRM

## Fase 1: Fundamentos

- Plataforma CRM selecionada
- Dados históricos importados
- Segmentação RFM ativa
- Dashboard 8 KPIs visível
- Alertas automáticos configurados

## Fase 2: Automação

- 6 triggers CRM programados
- Sequências email ativas
- WhatsApp Business integrado
- Preços dinâmicos ativados
- Reporte mensal automatizado



# O Futuro do CRM Turístico: IA Generativa

## Chatbots com IA Generativa

Atenção ao cliente 24/7 com respostas personalizadas baseadas no histórico do hóspede no CRM

## Hiperpersonalização Preditiva

IA que antecipa as necessidades do cliente antes de que as expresse, baseando-se em padrões de comportamento.

## Revenue Management Autônomo

Sistemas que ajustam preços, inventário e distribuição de forma completamente autônoma em tempo real

## Casos de Êxito: Impacto Quantificado

**+24%**

**RevPar médio**

Média de PMES turísticas analisadas  
depois de implementar analítica

**+43%**

**Reservas diretas**

Adega Rioja depois de implementar  
Google Data Studio e CRM

**+67%**

**Reservas diretas**

Autónomo Barcelona com  
ferramentas 100% gratuitas INNOTUR

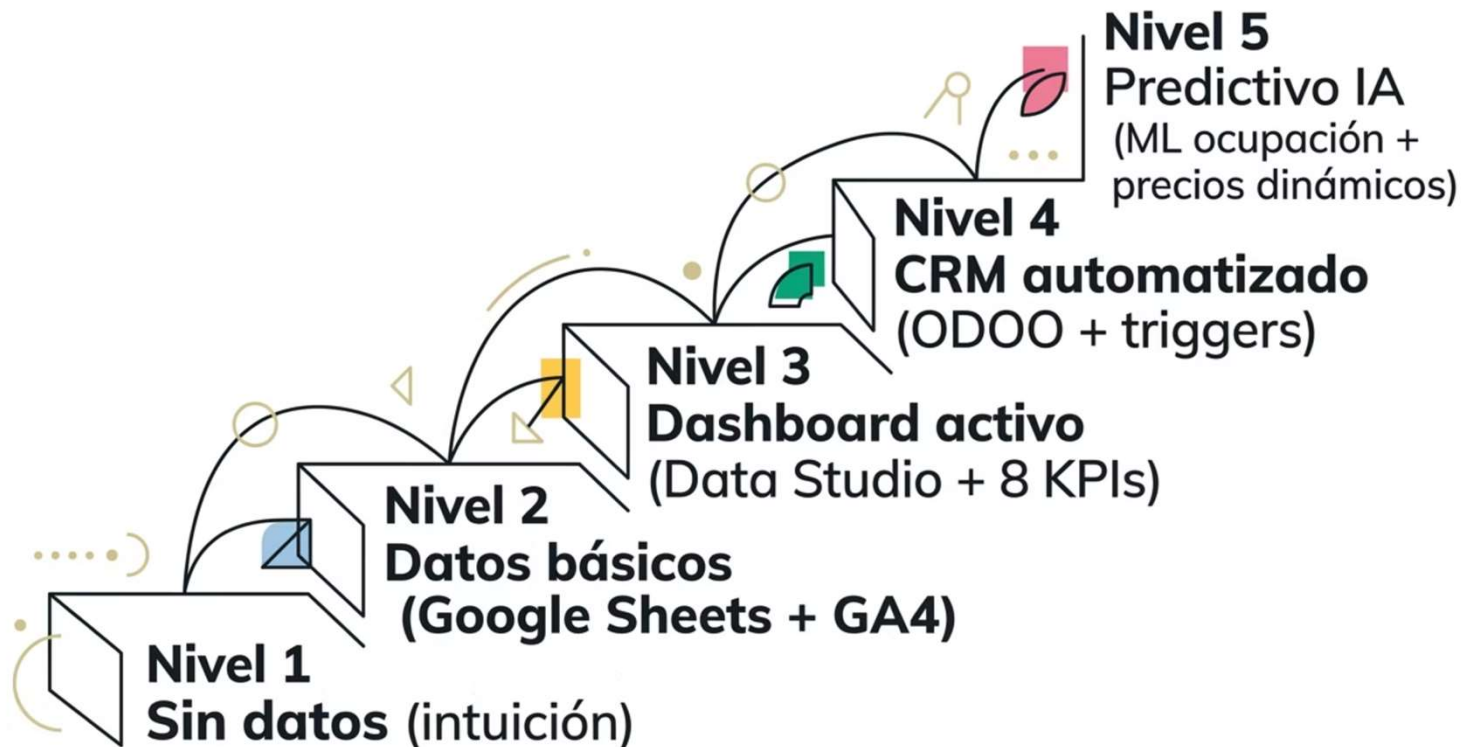
**28K€**

**Benefício líquido ano 1**

Estimado para hotel de 15 quartos  
com plano completo

# Seu Roteiro Pessoal

Defina o seu ponto de partida e trace o caminho até a analítica avançada:



# Recursos e Próximos Passos



## Descarregar Modelos

Dashboard Excel, RFM automático e Calendário KPIs disponíveis no portal INNOTUR



## Tutoriais em Vídeo

Guias passo a passo para configurar ODOO, Data Studio e Google Analytics 4



## Comunidade INNOTUR

Fórum de PMES turísticas espanholas para partilhar experiências e resolver dúvidas



## Consultoria Gratuita

Sessão de diagnóstico de 30 minutos para definir o seu plano de implementação personalizado

# Conclusão: Dos Dados ao Êxito

Com 15 horas de configuração e 2 horas de manutenção mensal, qualquer PME turística espanhola pode transformar seus dados em vantagem competitiva real e sustentável.

## Comece hoje

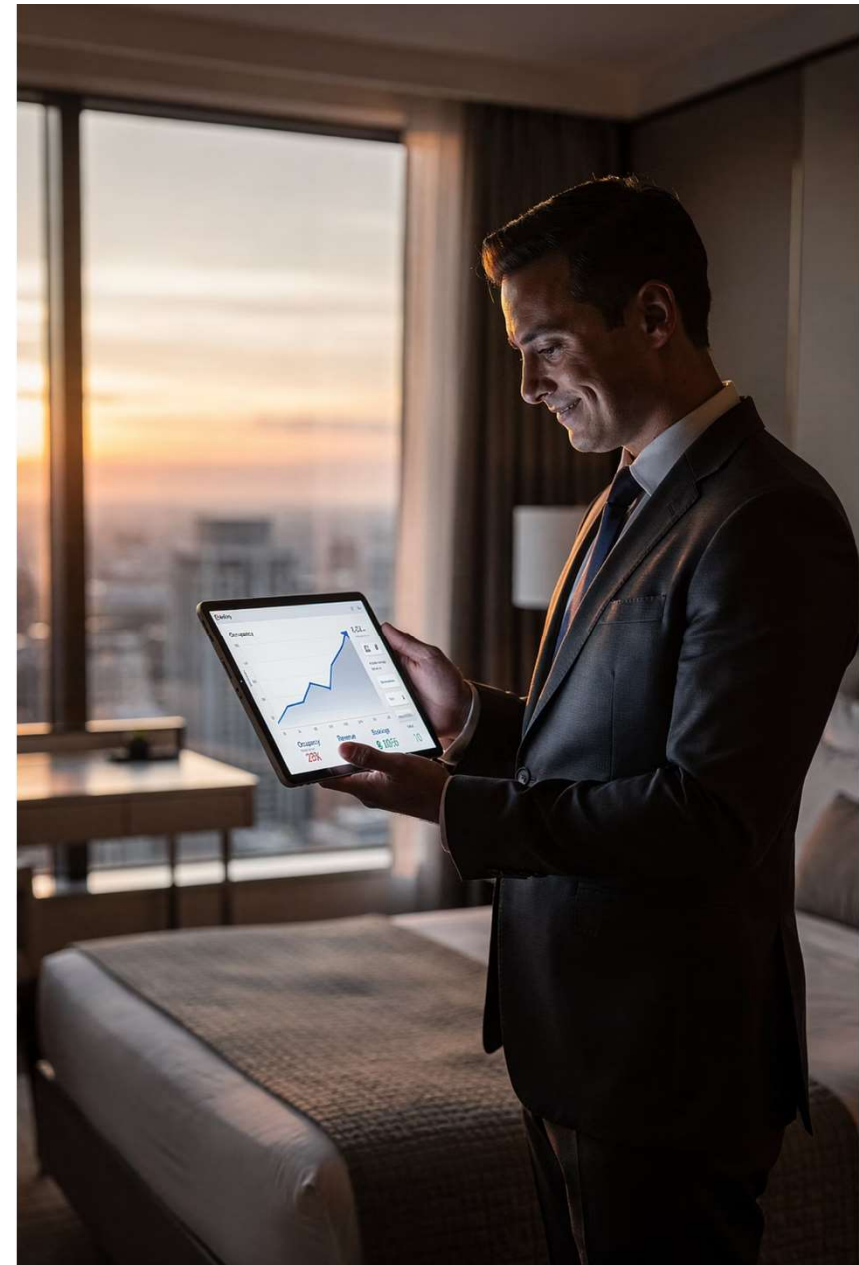
Descarregue os modelos INNOTUR e instala GA4 esta semana

## Meça em 30 dias

Seu primeiro dashboard com 8 KPIs funcionando em um mês

## Escale em 90 dias

Preditivo, preços dinâmicos e CRM automatizado operativos





# Creación Experiencias



[www.riominho.creacionexperiencias.com](http://www.riominho.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com](mailto:gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com)



Telephone: +34 692 43 95 19

Interreg  Cofinanciado por la Unión Europea  
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

VISIT\_RIO\_MINHO\_PLUS

AECT **RÍO MINHO**

 cim alto minho  
consorciado intermunicipal do noroeste

 Deputación Pontevedra

TURISMO **NORTE**  
REGIONAL DO NOROESTE

 TURISMO DE GALICIA *galicia*

 ADRIMINHO

 AXENCIA GALEGA DA CALIDADE ALIMENTARIA

**ipvc**

Universidade de Vigo

 CONCELLO SALVATERRA DE MIÑO

 CONCELLO DE TUI