

ReviewPro
A SHIJI GROUP BRAND



Como atender as expectativas do viajante na retomada

+ de 60,000 clientes em + 150 países

Hotéis

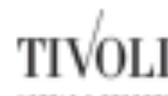
Restaurantes

Destinos e
Classificação de
Hotéis

Proprietários de
Hotel e
Investidores

Empresas de
Gestão e
Representação

Consultores e
Assessores



O que fazemos?

Feedback

ReviewPro Plataforma que agrega feedback...

Avaliações

175+
canais
Post-stay

Questionários

Feedback direto
In-stay & post-stay

Mensagens

Mensagens diretas
dos clientes
In-stay & some post-stay



AI

... utiliza AI para maximizar eficiência e ROI com...



A AI impulsiona a interação do hóspede na forma de chatbot



Analíticas & Ferramentas

... para gerenciar, agir e responder a esse feedback ...



Painéis, filtros e vistas, alertas, casos automáticos e fluxos de trabalho
Ferramentas de resposta do convidado



Relatórios

... Várias opções de relatórios para monitorar, comparar e obter insights...



Relatórios predefinidos e personalizados
Relatórios por função, Relatórios agendados
API: conectar PMS, CRM, BI

Agenda

- O novo viajante “recovery traveller”
- Tendências da reputação online
- Maximização da estratégia de resposta
- Como rentabilizar a ferramenta de questionários de satisfação
- Tecnologia Touch para No Touch
- Casos reais: entidades de turismo utilizando data de guest experience

Novo cliente!

Novas tendências na escolha de um hotel no destino

Os hóspedes, ao reservar as suas estadias, procuram:

- Saúde e segurança em primeiro lugar
- Um meio de fuga e lazer de qualidade
- Uma propriedade que garante uma boa relação qualidade / preço
- Opções de viagens locais
- Flexibilidade nas reservas



Resultados Webinário ReviewPro

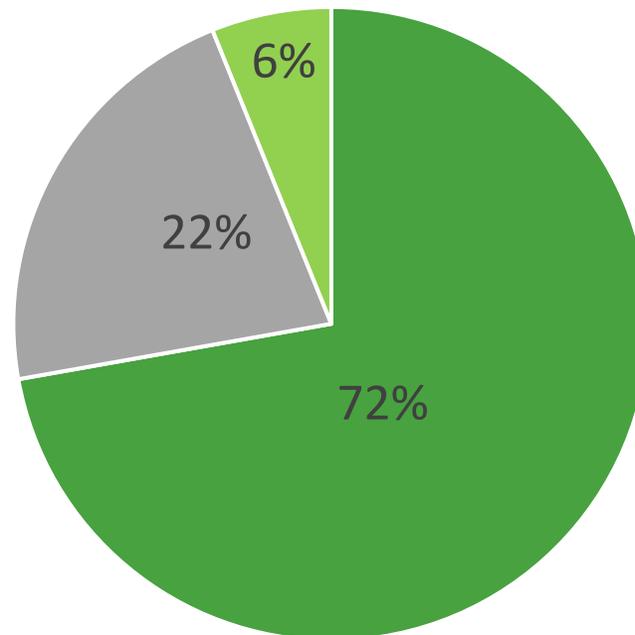


Os clientes continuam a ser os mesmos?

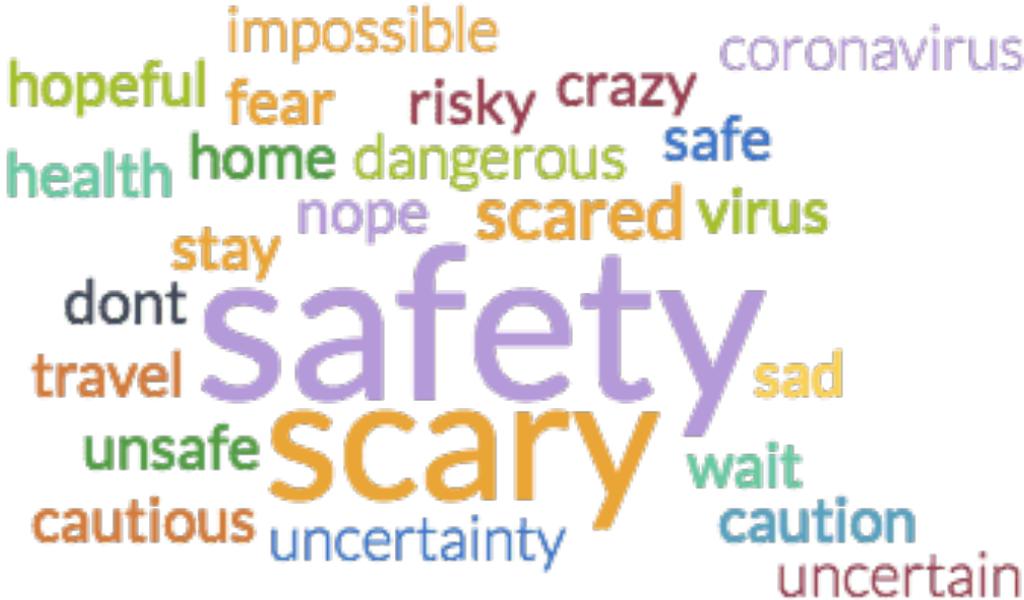
Vocês acreditam que o comportamento e expectativas dos hóspedes vão mudar permanentemente depois do Covid-19?

Maio 2020 ReviewPro, StayNTouch, Fuel.

■ Yes ■ Not sure ■ No



As expectativas e necessidades mudaram...



Missão reputação das marcas: Mais Limpos, Mais seguros



Recompensa as decisões estratégicas com base nos dados

Um aumento de 1 ponto do GRI Global Review Index™, equivale a:

+0.89%
in ADR

+0.54%
in Occupancy

+1.42%
in RevPAR



Cornell University
School of Hotel Administration
The Center for Hospitality Research



Hoteleria - Tendências da reputação online

São Paulo Hotéis 1 Jan 2020 - YTD

Resumo ?

Global Review Index™

85.0% -0.3

Avaliações

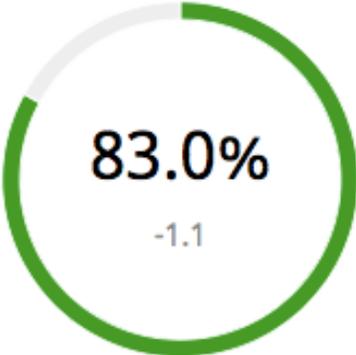
250,953 -268,767



GRI's Brasil Jan 2020 - YTD

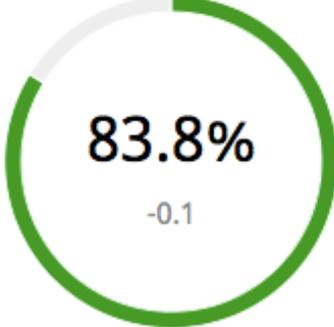
Rio de Janeiro

Global Review Index™



Ceará

Global Review Index™



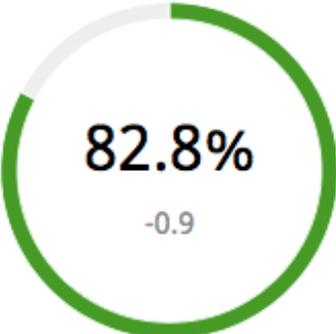
Rio Grande do Sul

Global Review Index™



Brasília

Global Review Index™



Porto Alegre

Global Review Index™



Manaus

Global Review Index™



São Paulo Hotéis 1 Jan 2020 - YTD

Categorias	M.Pos.	↑↓	↓ Impacto GRI™	↑↓	Top Conceito
 Experiência	26,089	-22,000	+0.6 	+0.1	tudo
 Serviço	20,719	-21,210	+0.2 		tratamento
 Limpeza	22,667	-13,313	+0.1 		higiene
 Pessoal	26,449	-24,344	+0.1 	-0.1	staff
 Ambiente	6,564	-6,565	+0.1 		tranquilo

São Paulo Hotéis 1 Jan 2020 - YTD

Categorias	M.Neg.	↑↓	↓ Impacto GRI™	↑↓	Top Conceito
 Quarto	34,343	-31,631	 -2.3	-0.6	barulho
 Limpeza	13,531	-11,019	 -1.4	-0.4	encardido
 Alimentos e bebidas	21,433	-13,831	 -1.3	-0.5	pão
 Estabelecimento	9,067	-9,238	 -1.1	-0.3	política
 Instalações	14,174	-13,543	 -1.0	-0.3	parking
 Banheiro	12,688	-15,181	 -1.0	-0.2	banheiro
 Custo-benefício	11,018	-11,562	 -0.9	-0.2	conta
 Experiência	7,218	-5,802	 -0.8	-0.3	hóspede
 Cama	7,835	-8,344	 -0.7	-0.2	colchão
 Serviço	4,093	-3,900	 -0.6	-0.1	serviço

São Paulo Hotéis – categoria Limpeza 1 Jan 2020 - YTD

- B.** Pedimos para trocar de quarto, e o outro apesar de mais **ameno o cheiro**, ainda nos incomodou bastante.
-
- B.** Negativo: O **quarto estava com o cheiro insuportável de mofo**, não aguentamos ficar 10 minutos lá dentro.
-
- B.** Desde o quarto com bastante conforto e **limpeza até o café da manhã maravilhoso** !.
-
- B.** Negativo: **Limpeza do banheiro**.
-
- B.** O quarto é bem espaço e aconchegante, a **limpeza também é muito boa**.
-
- B.** O quarto é bem confortável e estava **limpo**.
-
- G.** Muito bom o atendimento, **quartos limpos e camas** muito boas..
-
- B.** Positivo: It is big, **clean** and great location.
-
- B.** Positivo: O café da manhã é muito bom, os funcionários são super atenciosos, a **limpeza impecável** e a localização não poderia ser melhor!!
-
- G.** Atendimento espetacular, todos muito simpáticos e atenciosos, sem contar com a qualidade dos quartos, **tudo bem limpinho** e organizado, recomendo.

São Paulo Hotéis – categoria Limpeza últimos 30 dias

Resumo & Evolução ?



Conceitos em Limpeza

Tendências	Conceitos	↑ Menções	↕	Vol.Pos.	% Pos.	↕	Vol.Neg.	% Neg.
↓	higiene	4,007	+235	3,332	83.2%	-0.2	675	16.8%
↓	encardido	854	-91	25	2.9%	-1.9	829	97.1%
↓	cheiro	334	-208	43	12.9%	-1.5	291	87.1%
↑	inseto	132	-34	8	6.1%	+1.8	124	93.9%
↓	serviço de limpeza	130	-16	86	66.2%	-3.0	44	33.8%
↑	poeira	72	-17	6	8.3%	+0.5	66	91.7%
	caixote de lixo	13		3	23.1%		10	76.9%



Nova categoria: “Medicina e saúde”



🏥 Saúde e Questões médicas ▾

Visualizar
Todas as Menções ▾ Filtros Ações



- Nova categoria para gerenciar a nova normativa
- O conceito de Coronavirus foi adicionado à Análise Semântica
- Fique de olho na situação e veja como ela evolui
- Acompanhar e relatar sobre isso
- Use filtros para criar visualizações e relatórios

Nova categoria: “Medicina e saúde”



Conceitos em Saúde e Questões médicas

Tendências	Conceitos	↑	Menções	↕	Vol.Pos.	% Pos.	↕	Vol.Neg.	% Neg.	
	contágio		2,488	+2,488		1,320	53.1%	+53.1	1,168	46.9%
↑	vírus		554	+550		278	50.2%	+50.2	276	49.8%
↓	máscara		293	+292		89	30.4%	-69.6	204	69.6%
↓	alergia		151	-268		26	17.2%	-6.2	125	82.8%
	luvas		139	+139		61	43.9%	+43.9	78	56.1%
↓	facilidades para defi...		106	-153		47	44.3%	-1.6	59	55.7%
	quarentena		89	+89		50	56.2%	+56.2	39	43.8%
	álcool gel		79	+79		40	50.6%	+50.6	39	49.4%
	COVID-19 protocol		50	+50		40	80.0%	+80.0	10	20.0%
↓	enfermidade		29	-61		3	10.3%	-3.0	26	89.7%
↑	serviço médico		25	-5		14	56.0%	+12.7	11	44.0%
	distância social		11	+11		5	45.5%	+45.5	6	54.5%

Maximizem a estratégia de
resposta

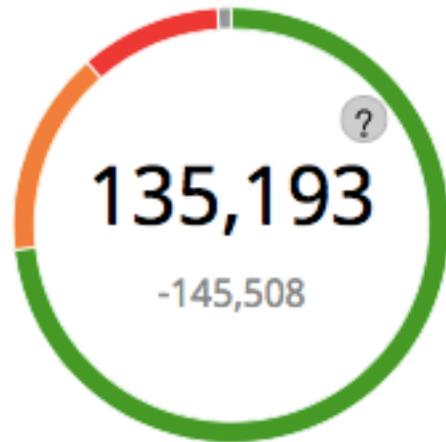
São Paulo Hotéis – Gestão de resposta

Fonte	Booking.com	Google	tripadvisor®
Volume de avaliações respondíveis	74,049	41,012	10,139
Taxa de resposta	44,9%	33,5%	63.4%

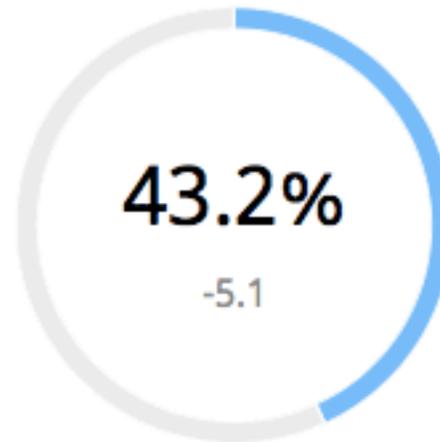
São Paulo Hotéis – Gestão de resposta Jan 2020 - YTD

Resumo ?

Avaliações Respondíveis



Resposta Do Gerente



Definir Meta

Tempo Médio



Importância da Estratégia de Resposta

Harvard Business Review examinou recentemente dezenas de milhares de avaliações de hotéis e respostas do TripAdvisor

Os hotéis que começam a responder comentários recebem:

+ 12% comentários

+0,12 estrelas avaliações

Um hotel que está respondendo comentários:

- Com uma classificação = 4,26 estrelas serão arredondadas para 4,5
- Um hotel com estrelas = 4,24 que não responde será arredondado para 4

Amostra do estudo = 1/3 dos hotéis aumentaram suas classificações arredondadas em +0,5 estrelas 6 meses após a primeira resposta da gerência.

Fonte: <https://hbr.org/2018/02/study-replying-to-customer-reviews-results-in-better-ratings>



Estratégia de resposta a avaliações

Cara! Sem comentários pelo final de semana que passamos de ontem pra hj 25/07/20 a 26/07/20 SIMPLEMENTE SENSACIONAL ❤️❤️ O Tribo Hostel é uma lugar com uma energia perfeita, os proprietário Paulinha e Igor, são pessoas do bem te deixam super a vontade, as acomodações são super aconchegantes, limpas, cheirosas, tudo perfeitamente higienizado, café da manhã perfeito, lanches perfeitos, eu poderia passar a semana falando da minha experiência com eles, pq estou apaixonada!!! A Tribo, foi um achado e nos aguardem, voltaremos mais cedo do que o esperado hahah OBS: O local cumpriu com todos os quesitos de cuidado devido ao Covid-19 ❤️ Da bjo na Manuuuu ❤️🌹 Obrigada por tudo!



Responder No Google



Criar Caso



Publicar

Estratégia de resposta a avaliações

Positivo: A experiência foi ótima. Mesmo no contexto da **pandemia** o hostel vem evitando que os hóspedes tenham contato.

O local é bonito e limpo. Não recomendo utilizar os serviços durante a **pandemia**. O funcionário é extremamente resistente ao uso da máscara.

Positivo: Achei tudo incrível, mesmo em meio a **pandemia** eles estão seguindo a risca todas as regras da OMS. Hostel super limpo, tranquilo e elegante, sem contar com a paisagem e piscina, o café da manhã é sensacional e os funcionários também. Amei muito e vou voltar sempre.

Muy bonito lugar para quedarse, en una zona cerca de la playa y con staff muy amigable. Falta eso si más actividades dentro del hostel para hacer las noches más entretenidas y mayor preocupación por la higiene (en plena **pandemia** del Covid 19 los jabones estaban diluidos en agua). El personal muy amable

O poder dos questionários



- Fechado para lock down enviou pesquisas ao banco de dados de hóspedes e aos funcionários
- Dados coletados para entender as necessidades, preocupações e desejos dos entrevistados
- Com base nos resultados, eles trabalharam com a Prevaris para elaborar um protocolo de reabertura, que chamaram de 'Nós protegemos você, você nos protege'. Este protocolo guiou toda a organização por uma temporada de verão de sucesso

Conhecer o novo hóspede - Exemplo real de um cliente ReviewPro

Once travel restrictions are lifted, how soon will you travel in 2020?

- Within 0-30 days
- 31-60 days
- 61-90 days
- 91+
- Not at all in 2020

Are you currently searching for travel options now?

Yes

No

What mode of transportation will you take?

- Car
- Commercial Plane
- Private Plane
- Train
- Other

I would like to hear more from [redacted] about the following topics:

- Packages and specials on future stays
- What the property is doing to protect guests
- How the Coronavirus is affecting the local area
- What the property is doing to protect staff
- The property's COVID-19 response plan
- How the property is helping the local community

What specific measures would you like [redacted] to adopt to ensure your peace of mind during your stay?

Conhecer o novo hóspede - Exemplo real cliente ReviewPro

How soon will you travel

Largest group

Responses

32.95%

+32.95

85 / 258

+85

Within 0-30 days

Within 0-30 days

32.95%

31-60 days

24.03%

61-90 days

21.32%



Surveys / Responses

1 Jan 2020 - 7 Jun 2020
vs. 1 Jan 2019 - 7 Jun 2019

How soon will you travel

Not at all in 2020

Hear more from

Packages and specials on future stays, What the property is doing to protect guests, How the Coronavirus is affecting the local area, What the property is doing to protect staff, The property's COVID-19 response plan, How the property is helping the local community

New measures

Social distancing measures...

In a few words, let us know what you think differentiates [redacted] from other hotel brands?

A high touch staff experience...

Maximizar a opção da lógica avançada | Covid-19 Protocolo

How would you rate your housekeeping service?



1- Below expectations

5- Beyond expectations

How would you rate the hygiene standards and procedures during your stay?



1- Below expectations

5- Beyond expectations

How can we improve going forward?

- Cleanliness of public areas
- Cleanliness upon arriving at my room
- Hygiene standards and procedures on arrival
- Hygiene standards and procedures for housekeeping
- Hygiene standards and procedures for food & drink
- Availability of sanitising products
- Availability disinfectant products
- Awareness of staff

Please tell us more:

Respondeu a todas as pesquisas negativas e NPS negativo

Surveys / Responses

1 Jan 2020 - 7 Jun 2020
vs. 1 Jan 2019 - 7 Jun 2019

en 24 Mar 2020 **Detractor 7 / 10**

Overall	7 / 10
Trip type	Couple
Feelings	Disinterested, Disconnected, Disappointed
Team Member	No
Problem	No
Reservation	10 / 10
Arrival	8 / 10
Departure	6 / 10
Departure: bad aspects	Speed of check-out, Clarity/accuracy of billing statement
NPS	6 / 10
Reason(s) for not recommending us	Other
Reason(s) for not recommending us - Other C...	We knew the hotel was under construction going in. The Guest Amenities Fee \$25.00 per night is a ridiculous charge which I will be bringing up with my credit card company, especially being at this time everything was shut down within the hotel. When I checked out the women could not even tell me what the charge was for. My family had multiple rooms at your hotel that weekend and I guess it really was not worth it!

Reply Create Case

O poder do In-Stay

Guest Feedback enquanto o hóspede ainda está no hotel

How would you describe your stay so far?



Is there anything we can do to improve your stay with us?

Yes No

Please let us know how we can improve your stay

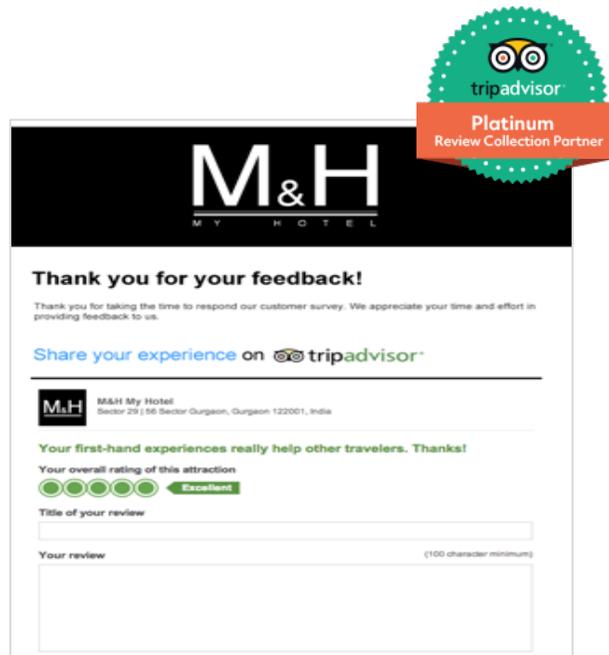
Would you like us to contact you?

- Yes, please call me in my room
- Yes, please call me on my mobile
- Yes, please send a message to my email
- Yes, please visit my room
- No, there's no need to contact me

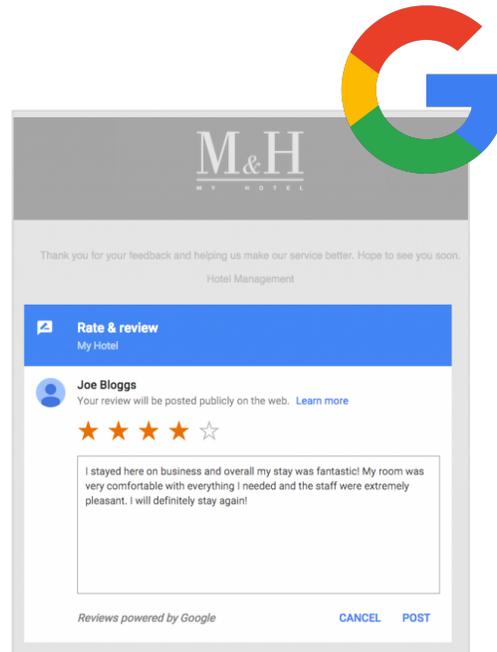
- In-stay
- Detetar e eliminar problemas antes do hóspede fazer check out
- Melhorar satisfação e reduzir avaliações negativas
- Curtos e simples para o facilitar o preenchimento

Impulsionar o volume de análises nos principais canais

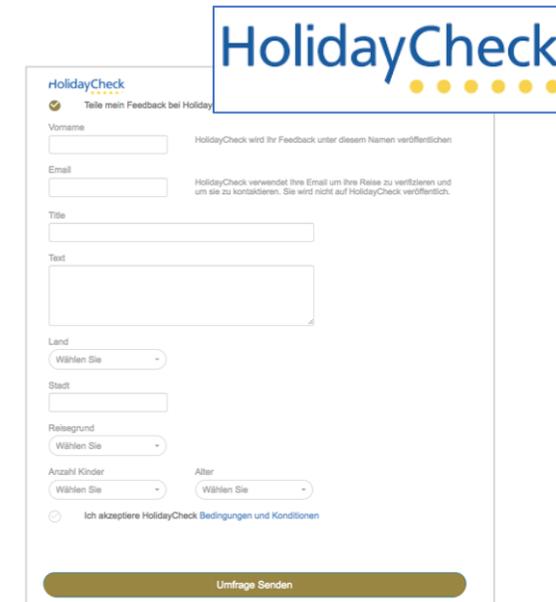
- Escolha onde criar volume de avaliações implementando um dos seguintes Programas de recolha de avaliações:



TripAdvisor Review
Collection Program



Google Review Collection
Widget



HolidayCheck Review
Collection Program

Importância de automatizar a
comunicação com o cliente

Novos desafios



“From High Touch to No Touch”



“We used to be known for the human touch - but now we're all about no touch at all.”

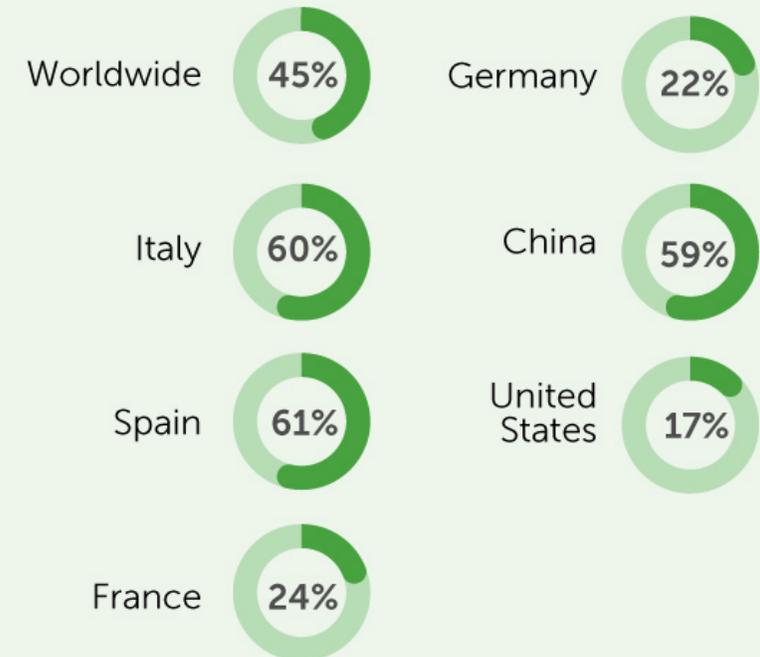
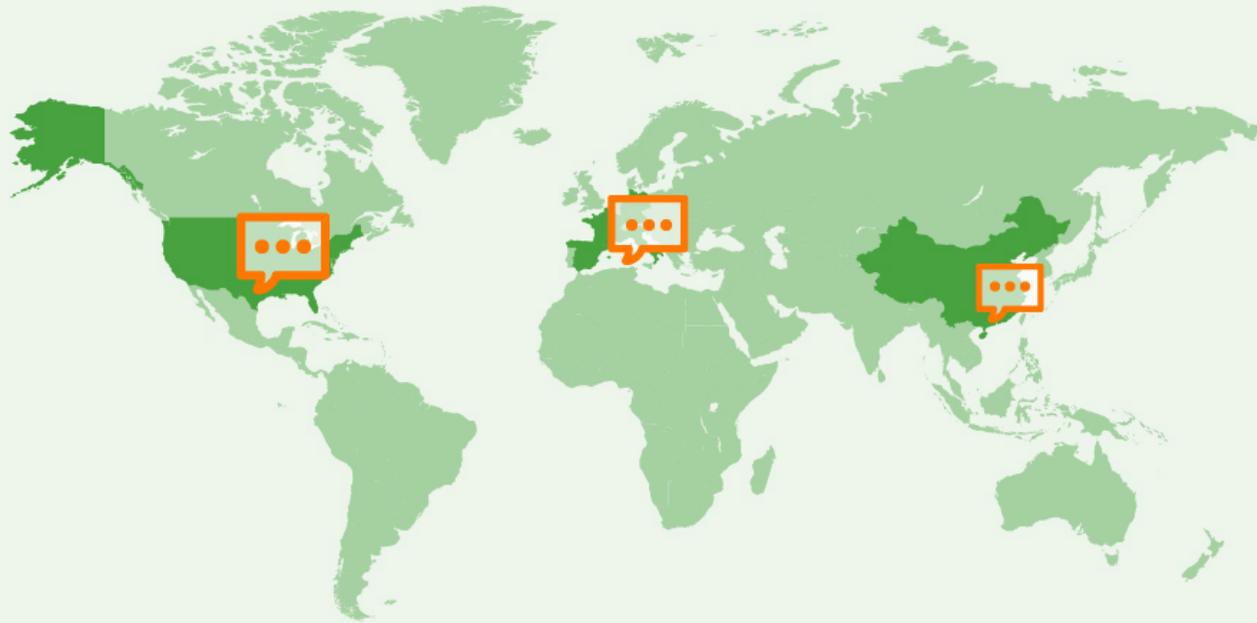
Rudy Tauscher, General Manager
Four Seasons New York

Guest Messaging é imprescindível

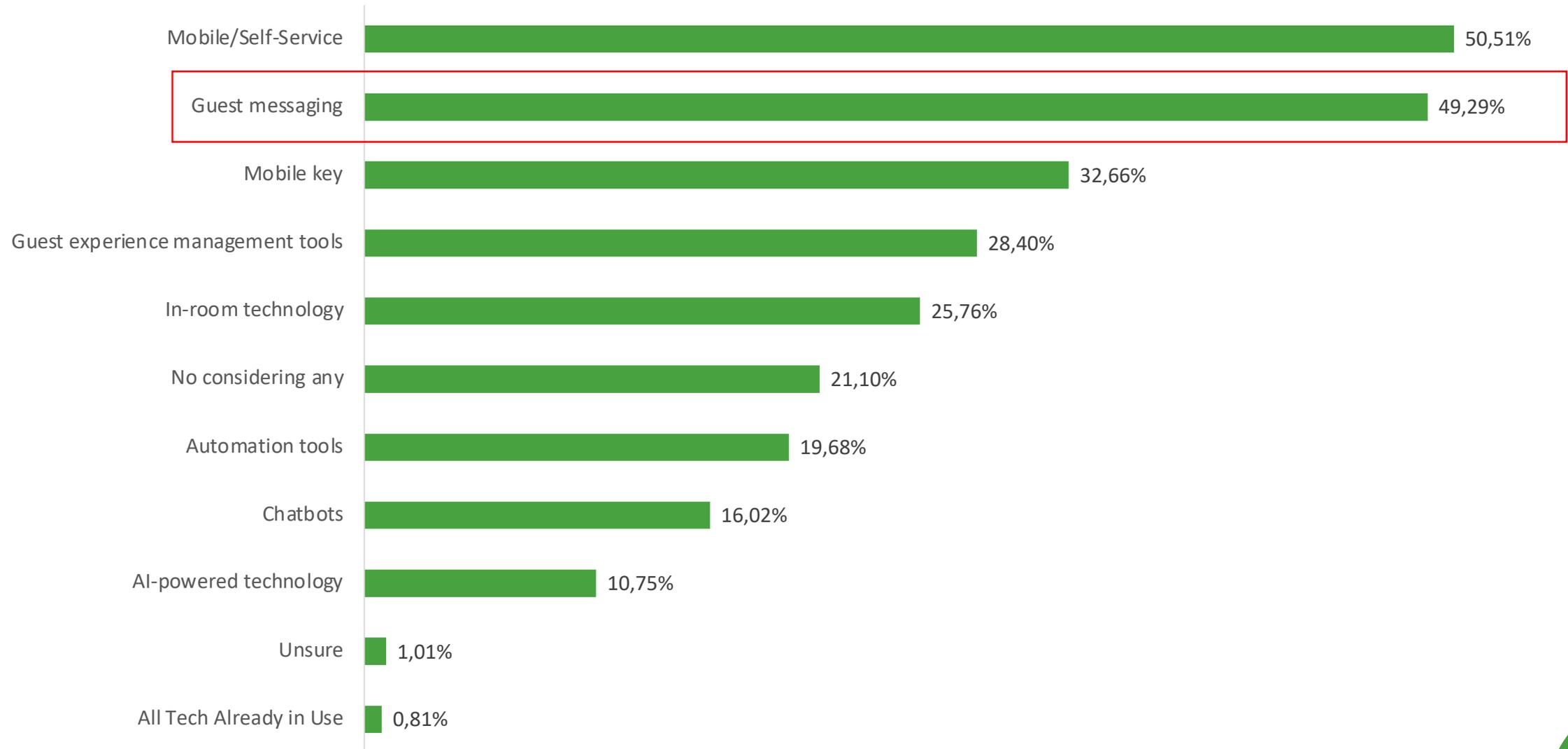


Spending longer on messaging services

WhatsApp, Facebook, Messenger, etc.



Tecnologias que estão a ser consideradas pelos hoteleiros Post-Covid-19



Preferências de comunicação do milênio

A geração do milênio usa a tecnologia todos os dias, então, naturalmente, eles querem usar seus dispositivos durante as estadias. A Oracle Hospitality estudou recentemente as preferências da geração Y com 9.000 pessoas da geração Y de 8 países diferentes:

- 87% usam smartphones, 37% usam iPads ou tablets, 72% usam laptops
- 13% usaram o aplicativo móvel de hotel / albergue
- 12% solicitaram serviço de quarto com seus dispositivos móveis
- 82% conectaram seu dispositivo móvel ao wi-fi de hotel
- 46% reservaram um quarto com seu dispositivo móvel
- 20% usaram um dispositivo móvel para fazer check-in em um hotel



Importância da comunicação correta e rápida

- Da exploração à reserva, pré-estadia, check-in e check-out, as informações orientam a jornada do hóspede
- Os hóspedes sempre terão as mesmas perguntas básicas
- Atendê-los significa que as recepções estão sempre ocupadas
- Os hóspedes esperam, com razão, respostas rápidas às mensagens
- Garantir informações corretas e atualizadas do hotel é fundamental para o apoio à viagem do hóspede



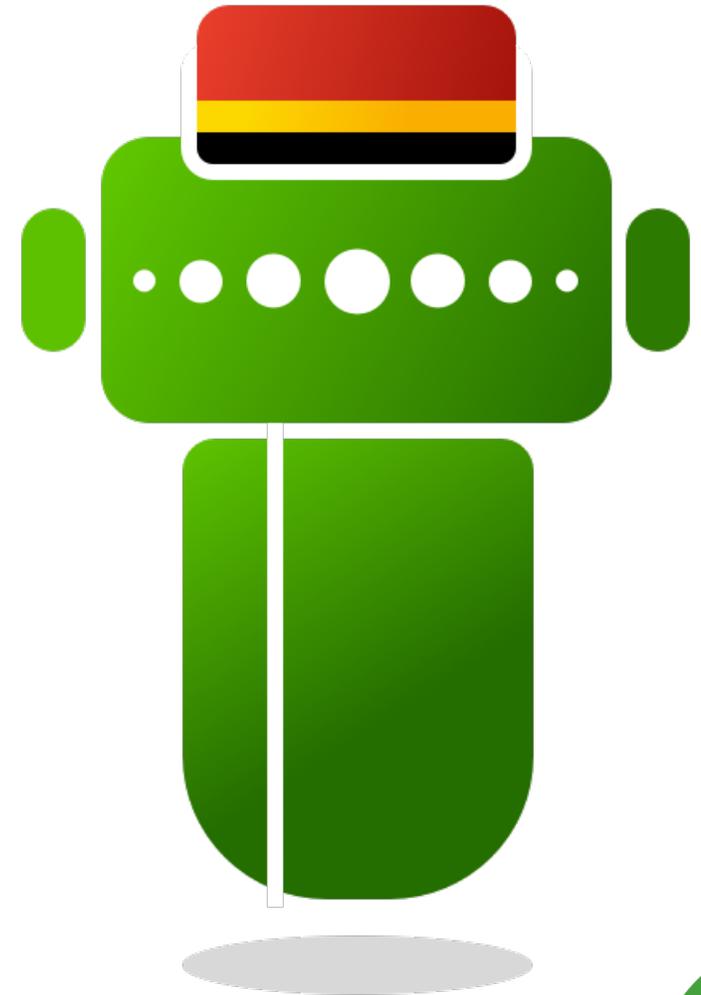
Cadeia de 30: 63% dos e-mails / mensagens são as mesmas 8 perguntas



Mais de 50% das solicitações antes e durante a estadia por meio de OTAs ficam sem resposta

A informação impulsiona a jornada do visitante

- Quantas vezes em sua propriedade você teve medo de ir à recepção por causa do tamanho da fila?
- Em cada estágio se:
- Informações de exploração, reserva, pré-estadia ou check-in e check-out orientam a jornada do hóspede
- Se eu não conseguir as informações de que preciso, não reservarei
- Se eu não conseguir a ajuda de que preciso, isso afetará minha satisfação



Mensagens fora do horário de trabalho

Mensagem de ausência

Obrigado por nos contatar. Nossa equipe está disponível para ajudar com qualquer mensagem que você enviar das 7h às 23h.

Fora deste horário, visite-nos na Recepção ou fale com qualquer membro da equipa que terá todo o gosto em ajudá-lo. 05:59



yha

Ei prazer em conhecê-lo! Eu estou aqui para ajudar!
Deixe-nos cuidar das mensagens fora do horário comercial. Aqui está o porquê:

45% das conversas acontecem fora do horário comercial.

80% de precisão nas solicitações de bot / guest.

90% dos pedidos atendidos pelo bot.

Quer saber mais?



Guest Experience Automation | Guest Journey

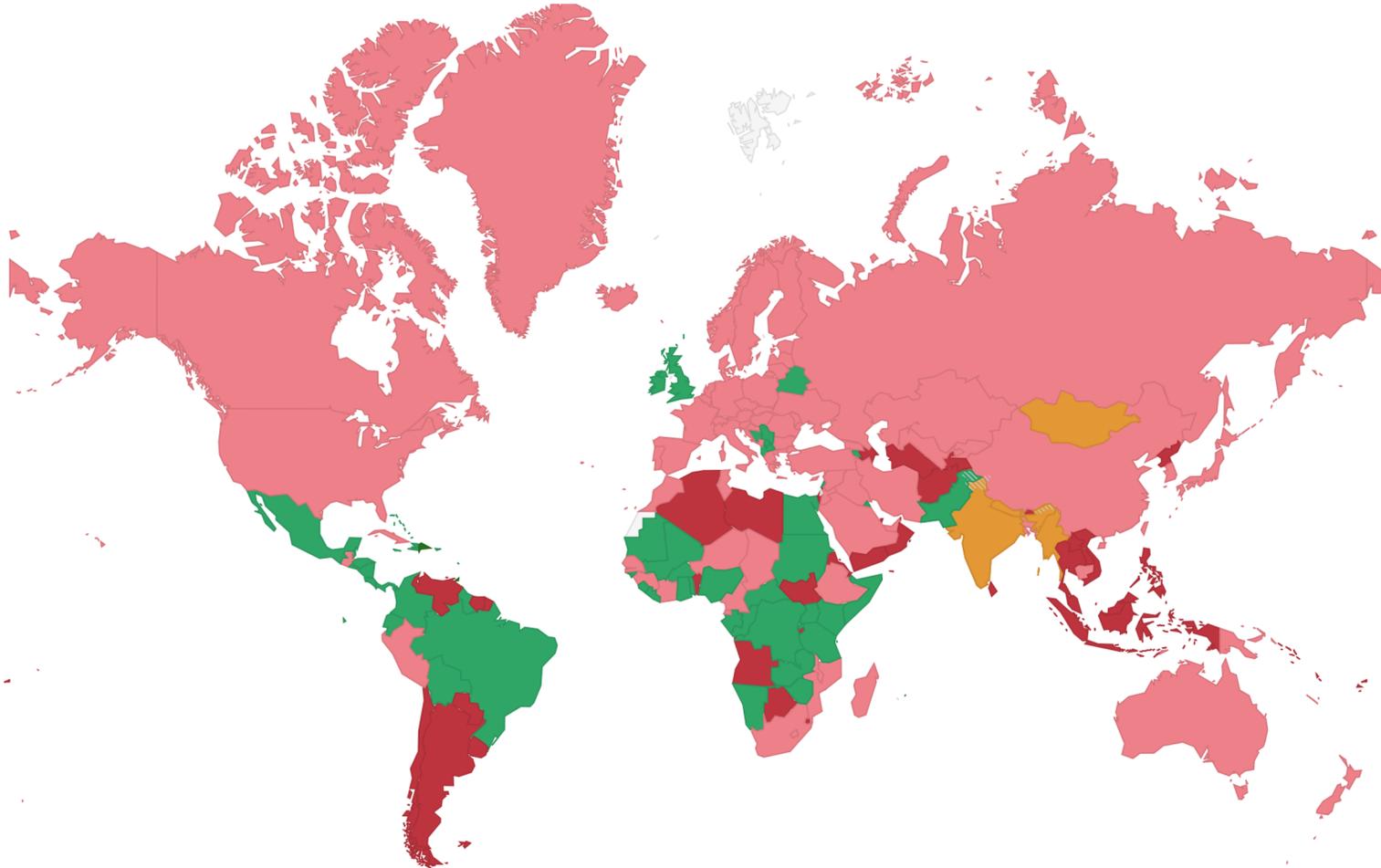


Entidades de turismo utilizando
dados da ReviewPro

Restrições ..

Travel restrictions by country*

This map shows which countries have entry restrictions by air for travel into the country.



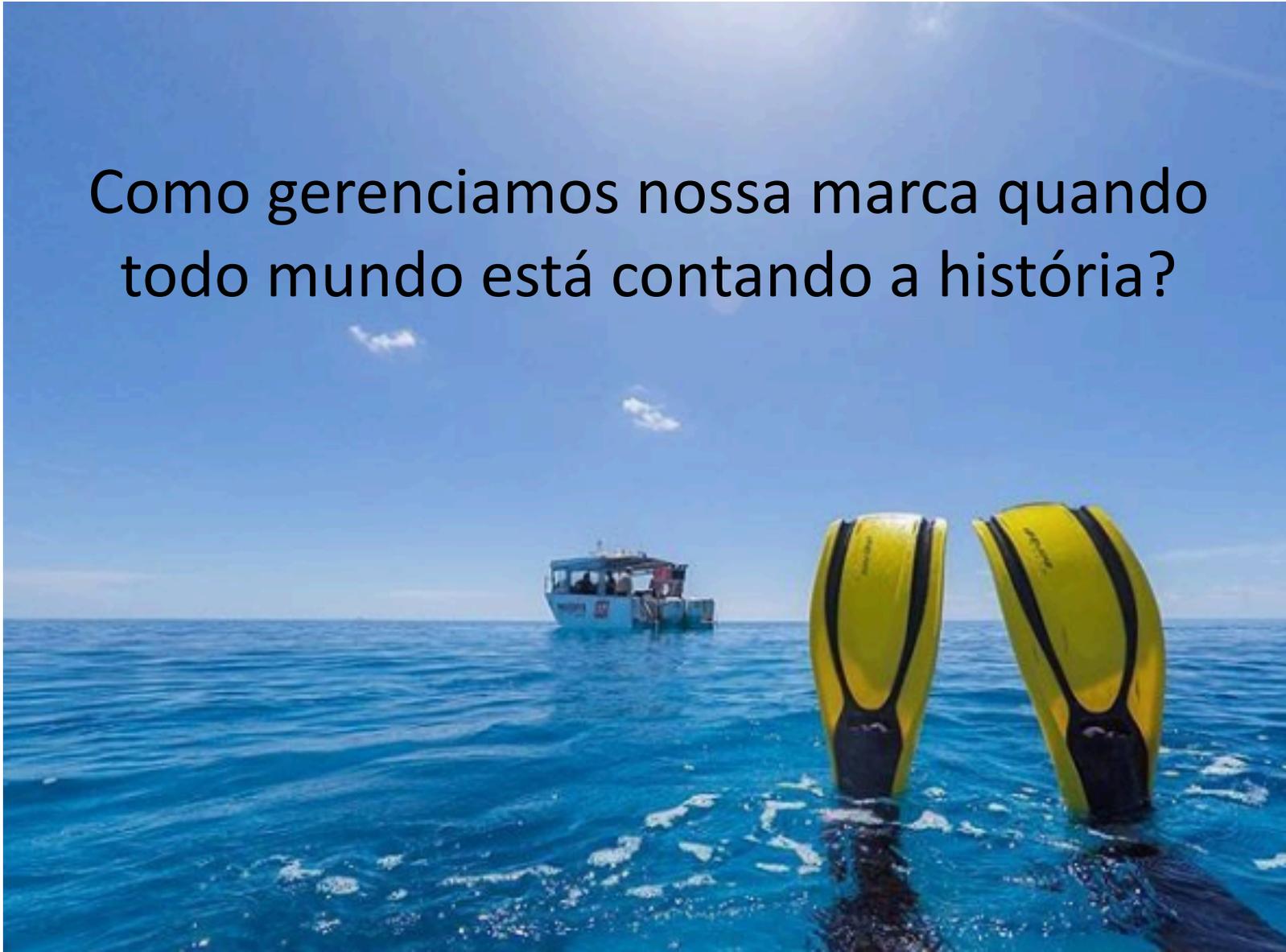
Fonte: Kayak, data 16/11/2020

Medindo experiências : Marketing de destino



- A promoção de destinos acontece por meio de histórias contadas por muitos
- As histórias de destinos são o resultado de uma experiência de destino
- O sucesso do marketing de destino vem de um esforço conjunto entre muitas partes interessadas

Como gerenciamos nossa marca quando todo mundo está contando a história?



Prefeitura premia hotéis, equipamentos e atrativos turísticos de SSA

Programa - O Programa de Otimização de Performance (POP) foi implantado pela Secult em dezembro de 2017. O POP ganhou o Prêmio Nacional do Turismo 2018 na categoria Monitoramento e Avaliação.

Ao todo, 112 meios de hospedagem de Salvador são monitorados pelo POP, além de 37 equipamentos e atrativos turísticos. O prêmio conta com quatro categorias: "Hotéis de até 50 apartamentos"; "Hotéis entre 51 a 150 apartamentos"; "Hotéis com mais de 150 apartamentos"; e "Equipamentos e atrativos turísticos".

"A avaliação pelo POP já é um sucesso em seu segundo ano de implantação, aquecendo o setor turístico da cidade através da fomentação da concorrência saudável entre os meios de hospedagem, além do incentivo ao bom serviço pelos atendimentos na capital", afirmou o secretário Claudio Tinoco.



Fonte:

<http://www.bahiaja.com.br/salvador/noticia/2020/03/09/prefeitura-premia-hoteis-equipamentos-e-atrativos-turisticos-de-ssa,125010,0.html>

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/equipamentos-e-atrativos-turisticos-de-salvador-sao-premiados-nesta-terca/>

Govern Andorra

No Govern Andorra, eles incluem a Experiência como parte dos Critérios de Classificação por Estrelas de Andorra, ela foi aprovada no Boletim Oficial del Estado.

O GRI é considerado um fator do sistema de pontuação necessário para que o hotel seja categorizado em 3 estrelas, 4 estrelas, 5 estrelas.

Nesse caso, a soma total de pontos de um hotel é multiplicada, permanece igual (X1) ou é dividida dependendo do GRI.

Índex / Reputació	Trams inclosos	Ponderació a aplicar
100	>96,00	+8%
95,99	>92,0<95,99	+6%
91,99	>88,0<91,99	+4%
87,99	>84,0<87,99	+2%
83,99	>80,00< 83,99	
79,99	>76,0<79,99	-10%
75,99	>72,0<75,99	-15%
71,99	>68,0<71,9	-20%
67,99	<67,99	-25%

Abu Dhabi Tourism Authority

- Desenvolveu um sistema online personalizado para monitorar a reputação online de cada hotel do emirado por meio do rastreamento de avaliações online de cada hotel em Abu Dhabi
- Os dados rastreados fornecem uma medida da satisfação geral do visitante em cada hotel
- A principal responsabilidade da Unidade de Licenciamento e Classificação é realizar a classificação obrigatória de todos os hotéis em Abu Dhabi
- Classificou entidades de hospitalidade com base em uma estrutura de desempenho construída na realização de inspeções físicas regulares no local
- Melhorou ainda mais a estrutura de classificação de hotel existente ao incorporar o componente de medição da experiência do visitante na estrutura de classificação do hotel



دائرة الثقافة والسياحة
DEPARTMENT OF CULTURE
AND TOURISM



Turismo da Costa Rica

O Instituto de Turismo da Costa Rica usa os dados ReviewPro para um projeto interno de desenvolvimento de destinos. Eles agruparam os hotéis dependendo da região interna.

A partir dos dados regionais, eles analisam melhor para entender melhor as expectativas e experiências dentro dessas regiões para melhorar, mas também para encorajar as pessoas a visitarem outras regiões não tão turísticas nos últimos anos.

Os auditores visitam as regiões e tomam decisões sobre o investimento, seja na área de infraestrutura ou na decisão de realizar treinamentos para os diferentes players da região para que possam aprender as melhores práticas sobre como melhorar a experiência geral e estender a média de dias de visitantes gastos no país.

Turismo NT

Objetivos do Turismo NT:

- Medir a reputação online em vários segmentos, incluindo geográfico (estado, região), tipos e categorias de negócios (indígena, luxo, acomodação, etc.)
- Identificar lacunas para auxiliar o desenvolvimento da indústria
- Identificar lacunas para auxiliar o Marketing

ReviewPro & Turismo NT:

- Os dados do ReviewPro fornecem Reputação Online e Sentimento do Visitante em um nível macro (Território), regional e micro (negócios) com percepções em setores específicos e demográficos que auxiliam KPIs do Turismo NT e capacidade de compartilhar resultados para a indústria
- Os dados da ReviewPro forneceram uma orientação crítica no desenvolvimento da Estratégia da Indústria do Turismo NT 2030
- Programa de Empresa de Negócios: Turismo O NT identificou elementos-chave de uma empresa de turismo para criar o Programa de Desenvolvimento de Negócios, compilado em 9 pilares principais, dos quais um pilar é Gerenciamento de Reputação Online, apoiado por dados e conteúdo ReviewPro



Turismo NT – Programa de desenvolvimento



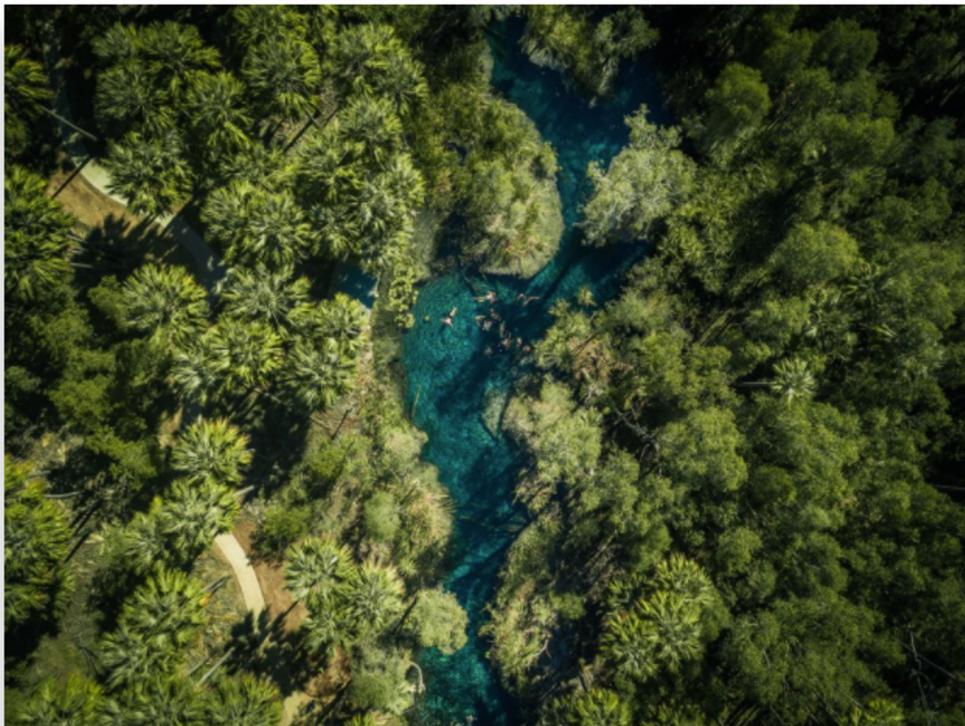
About us

Marketing

Industry toolkit

Research

Your Guide to Tourism Business Support



Projetado para ajudar os operadores de turismo a desenvolver conhecimentos e habilidades empresariais e aumentar a eficácia.

Elementos-chave identificados de uma empresa de turismo, compilados em pilares centrais reconhecidos como a base de todas as empresas de turismo do NT:

Business Essentials

Marketing digital Mídia social

Distribuição Geral

Conectividade da Indústria

Gestão de reputação online

Qualidade e Excelência

Pronto para exportação

China Ready

O programa ajuda a identificar:

- Status do negócio atual
- onde eles gostariam de estar
- fornecer um roteiro amigável de como chegar lá

Fonte: tourismnt.com.au/industry-toolkit/business-enterprise-development-program

Tourism NT – Programa de desenvolvimento

Pilar de Gestão de Reputação Online do Programa de Desenvolvimento de Negócios do Turismo NT:

- Reconhece e orienta as empresas de turismo sobre a importância de monitorar
- Responder e agir de acordo com as avaliações e comentários dos hóspedes
- Os benchmarks fornecem orientação para as empresas medirem seu desempenho na gestão de reputação online
- Incentive as empresas a usarem ferramentas como o ReviewPro para auxiliar na gestão da reputação online

Benchmark	
Liderando	Monitorar todas mídias e OTA's com avaliações
Estabelecidos	Responder a avaliações online dentro de um período considerável
Desenvolvendo	Não respondem a avaliações; apenas monitoram

- Qualidade e Excelência destacam o Índice de Revisão Global da ReviewPro como um indicador de Excelência
- Os benchmarks fornecem orientação para as empresas medirem seu desempenho na gestão de reputação online
- O credenciamento QTF fornece às empresas acesso ao ReviewPro para permitir que visualizem seu GRI



Qualmark 100% Nova Zelândia Experiência pura

- Qualmark é a organização oficial de garantia de qualidade do Turismo da Nova Zelândia, fornecendo um guia confiável para experiências de viagem de qualidade.
- Objetivos Qualmark :
 - Avalie os critérios de experiência para o programa inaugural: Prêmio Qualmark 100% Pure New Zealand Experiences
- GRI da ReviewPro é usado pela Qualmark na avaliação dos critérios de premiação
- Critérios: excelência nos 3 pilares de Manaakitanga, Tiaki e Whānau



Manaakitanga	Tiaki	Whanau
Uma hospitalidade baseada em verdadeira empatia e conexão	Nosso dever é cuidar das pessoas e lugares	Receber visitantes como família

Turismo e eventos Queensland (TEQ)

ReviewPro é um parceiro integral do programa Best of Queensland Experiences da TEQ.

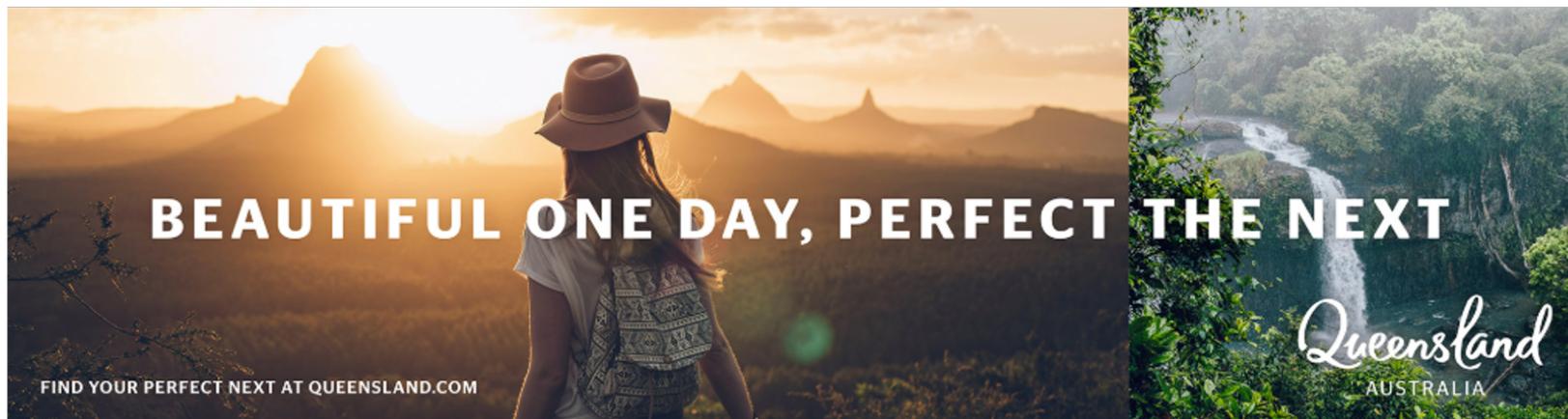


Programa inovador que orienta a indústria do turismo de Queensland a:

- entregar experiências excepcionais ao cliente
- crie um boca a boca positivo ajude a atrair mais visitantes aumentar despesas
- aumentar a participação de mercado

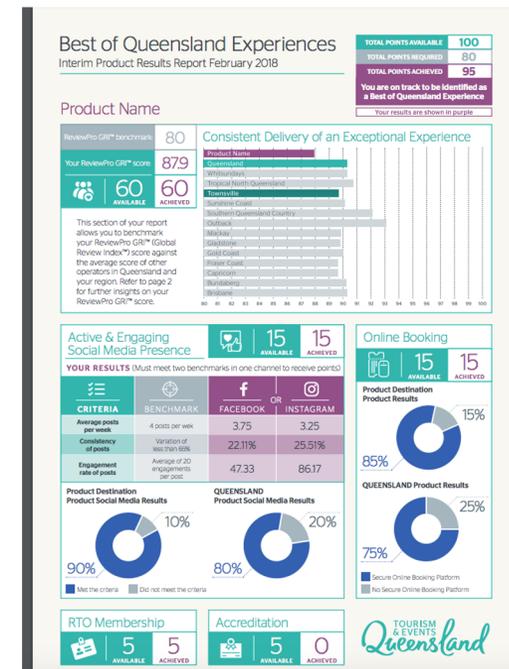
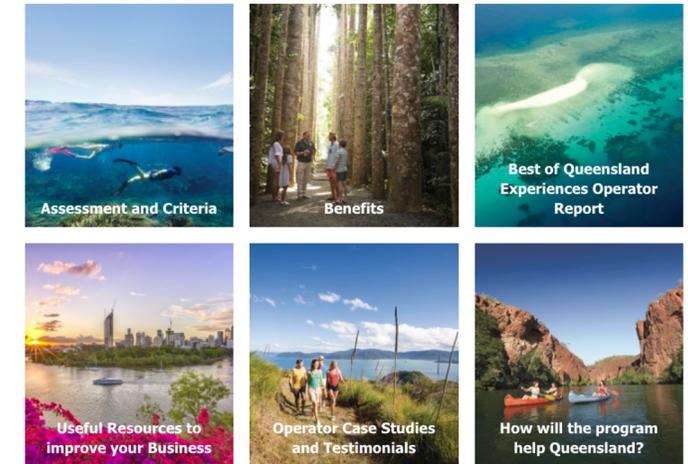
Desenvolvido em parceria com RTOs regionais, Queensland Tourism Industry Council e o Departamento de Inovação e Desenvolvimento da Indústria do Turismo.

Identifica e reconhece as experiências que melhor dão vida à história de Queensland e proporcionam de forma consistente uma experiência de alta qualidade ao visitante.



Melhor das experiências de Queensland

- Com base em um conjunto independente de critérios que incorpora avaliações de clientes online, responde às expectativas do cliente e reflete as melhores práticas do setor
- As melhores experiências de Queensland são avaliadas anualmente
- Os produtos de turismo exigem pelo menos 80 pontos em 100 para serem identificados como a Melhor Experiência de Queensland
- 80 pontos podem ser adquiridos através da obtenção de "Entrega consistente de uma experiência excepcional com base em avaliações positivas do cliente"
- A TEQ contratou a ReviewPro para fornecer a cada operadora um Índice de Revisão Global (GRI) para avaliar este critério
- Todos os operadores do programa recebem um relatório de benchmarking personalizado, permitindo-lhes comemorar seus sucessos e fornecer continuamente experiências excepcionais



P&R