

## CVC ALAVANCA EXPERIÊNCIA EM VIAGENS COM O LANÇAMENTO DE PRODUTOS DIGITAIS

*Maior operadora de viagens do Brasil investe em tecnologia na pandemia, para convidar clientes a experimentarem viagens sem sair de casa e lança produtos digitais para a retomada no turismo, para que o cliente tenha assistência humana e integração digital, em tempo real e na palma da mão*

18 de junho de 2020 – Com a pandemia da Covid-19, as viagens estão temporariamente suspensas e, de olho nas tendências e anseios de seus consumidores, a CVC aproveita o período da quarentena para investir na construção digital com o lançamento de novos produtos.

A principal novidade é o **Orçamento Dinâmico**, que depois de um piloto em 30 lojas agora entra em operação para a rede de 1.400 lojas franqueadas em todo o Brasil. Por meio dele, o cliente agora pode acompanhar, em tempo real e na palma da mão, a variação de tarifas da viagem desejada no futuro, podendo aproveitar o melhor preço e fechar a reserva da viagem mesmo se a loja física estiver fechada.

Até então o orçamento que o cliente solicitava na loja tinha validade curta, por envolver questões como câmbio do dia, valor das diárias dos hotéis, da cotação dos voos, e as atualizações de preço demandam a emissão de novos orçamentos pela loja.

Com o orçamento dinâmico, o processo foi facilitado: o consultor de viagem gera um link com o destino de interesse do cliente e, por este link, o cliente acompanha a cotação automaticamente e recebe notificações sobre promoções e variações de alta ou baixa no preço, podendo escolher o melhor momento para fechar a viagem, com **pagamento totalmente online e comissionamento direcionado à loja física**.

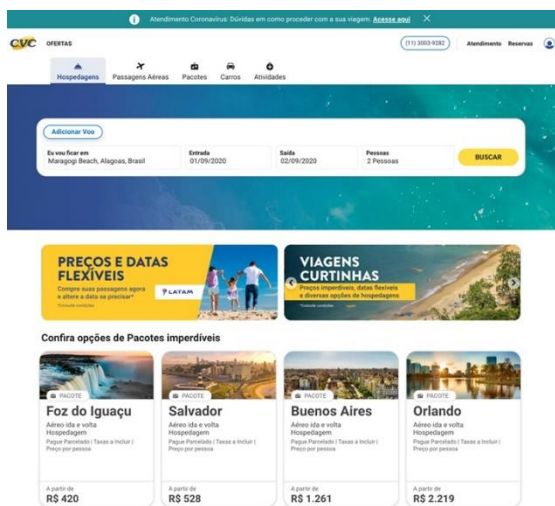
Além de facilitar a vida do cliente, o orçamento dinâmico **integra plataformas físicas e digitais da CVC** e fortalece o **trabalho do consultor de viagem**, que fica permanentemente conectado com o cliente e à disposição do mesmo, para auxiliá-lo de ponta a ponta – do momento de consulta da viagem, passando pela realização da viagem e até o retorno.

“A assistência dos nossos especialistas, consultores de viagens, sempre foi o nosso diferencial e entramos em uma nova fase, inédita na nossa história, em que a assistência integral e o cuidado do atendimento humano são potencializados pela tecnologia, ou seja, colocamos a força da marca nos canais e ambientes digitais para gerar vendas e fortalecer o atendimento da loja física”, afirma **Leonel Andrade, presidente da CVC Corp.**



Isso porque orçamento dinâmico tem a capacidade de “estender” o horário de funcionamento das lojas físicas do varejo, visto que o cliente agora tem a possibilidade de acompanhar as notificações a qualquer momento e reservar a sua viagem até de madrugada, já que o cliente determina quando prefere finalizar a escolha da viagem. Acesse [aqui](#) para ver um exemplo de orçamento dinâmico e assista ao [vídeo](#) explicativo.

Na esteira de lançamentos digitais, o time de inovação também trabalhou em jornada integral nesta pandemia para o novo site CVC, que foi migrada para a mesma plataforma que é utilizada pela Al mundo,



empresa argentina adquirida pelo grupo CVC Corp em 2019. Esta plataforma é muito flexível e modular, permitindo uma evolução mais rápida dos Produtos Digitais. Um exemplo claro disso é que ela foi adaptada para a CVC em 4 meses, enquanto projetos mais antigos levavam anos. Com a migração, foi possível incluir novos serviços, como venda de passeios avulsos e aluguel de carros.

Outras novidades que serão implantadas ainda esse ano também estão relacionadas à integração dos mundos virtual e físico. Por exemplo, se um cliente não finalizar uma compra pelo site, a loja física mais próxima a ele – identificada por tecnologia de geolocalização – entrará em contato para se disponibilizar a ajudá-lo na conclusão.

Outro passo será a identificação de clientes que pesquisam por um destino, mas não seguem com a compra da viagem. Um especialista sobre este determinado destino entrará em contato com o cliente para fornecer mais informações e auxiliá-lo em qualquer dúvida, de forma a ajudá-lo a optar por fechar a viagem.

Já o **APP Minha CVC**, disponível para download no Google Play e na Apple Store, foi atualizado. Antes, ele estava disponível apenas para clientes que fechavam viagens com a operadora.

Agora, todas as pessoas podem baixar o APP e, por meio dele, comprar viagens completas, com serviços como aéreo, hotel, atividades e passeios. O aplicativo fornece todas as informações referentes à viagem, como vouchers, datas e dicas sobre o destino, e ainda oferece a possibilidade de incrementar a viagem com o cross selling de atividades, atrações e passeios.

No caso do cliente ter adquirido sua viagem em uma loja física e decidir incluir outros serviços por meio do aplicativo, a comissão também é gerada para a loja que originou o atendimento.

Ambos os produtos digitais da CVC – novo site e APP – foram desenhados sob conceito da cultura agile e digital, com equipes organizadas em Squads e com o conceito de **MVP** ou Produto Mínimo Viável, na tradução em português, que é muito utilizado por startups.



Isso significa que o produto vai evoluir ao longo do tempo de acordo com o comportamento do usuário. “As melhorias nas plataformas são feitas a partir da experiência dos clientes, ou seja, é um modelo de aprendizado colaborativo com os consumidores. São vários ciclos de testes e ajustes até que a plataforma esteja completamente adequada às necessidades dos nossos clientes”, afirma Marcelo Quintella, Diretor Executivo de Produtos Digitais da CVC Corp.

Sendo uma empresa que tem responsabilidade com a sociedade e cuidado com a segurança de seus passageiros, a CVC lançou filme pedindo que as pessoas fiquem em casa - [“Fique em Casa. Viaje Depois”](#). Após esta campanha, a marca segue com estímulos para fazer as pessoas sonharem e, por isso, convida os clientes a sonharem com a próxima viagem com um novo filme a partir desta semana. A ação **“Vamos sonhar juntos?”**, assinada pela agência *Lew’Lara\TBWA*, tem proposta imersiva com uso da tecnologia. Os 3 filmes que compõem a campanha contam com gravação em 8D binaural, que possibilita emular a forma como os áudios deveriam ser ouvidos caso a cena de um filme acontecesse na vida real e promovem uma experiência 360. O

objetivo é transportar o viajante para um destino como praias e florestas sem que ele precise sair de casa, mantendo aceso o desejo de viajar. Confira [aqui](#).

É importante ressaltar que os investimentos da CVC no desenvolvimento digital não sofreram impacto por conta da pandemia. A área de Produtos Digitais da CVC está inclusive contratando e as vagas abertas podem ser conferidas no perfil da CVC Corp no [LinkedIn](#), que traz oportunidades para profissionais de São Paulo, Rio de Janeiro e demais praças.

De janeiro a junho de 2020, foram abertas 50 vagas no Digital. E, atualmente, cerca de 250 colaboradores da companhia trabalham dedicados às inovações digitais das 10 marcas de viagens B2B e B2C que compõem o grupo CVC Corp, no Brasil, Argentina, México e Colômbia.

### **INFORMAÇÕES À IMPRENSA**

Comunicação Corporativa CVC CORP

[imprensa@cvccorp.com.br](mailto:imprensa@cvccorp.com.br)

(11) 2123-2194 | 2195 | 2155