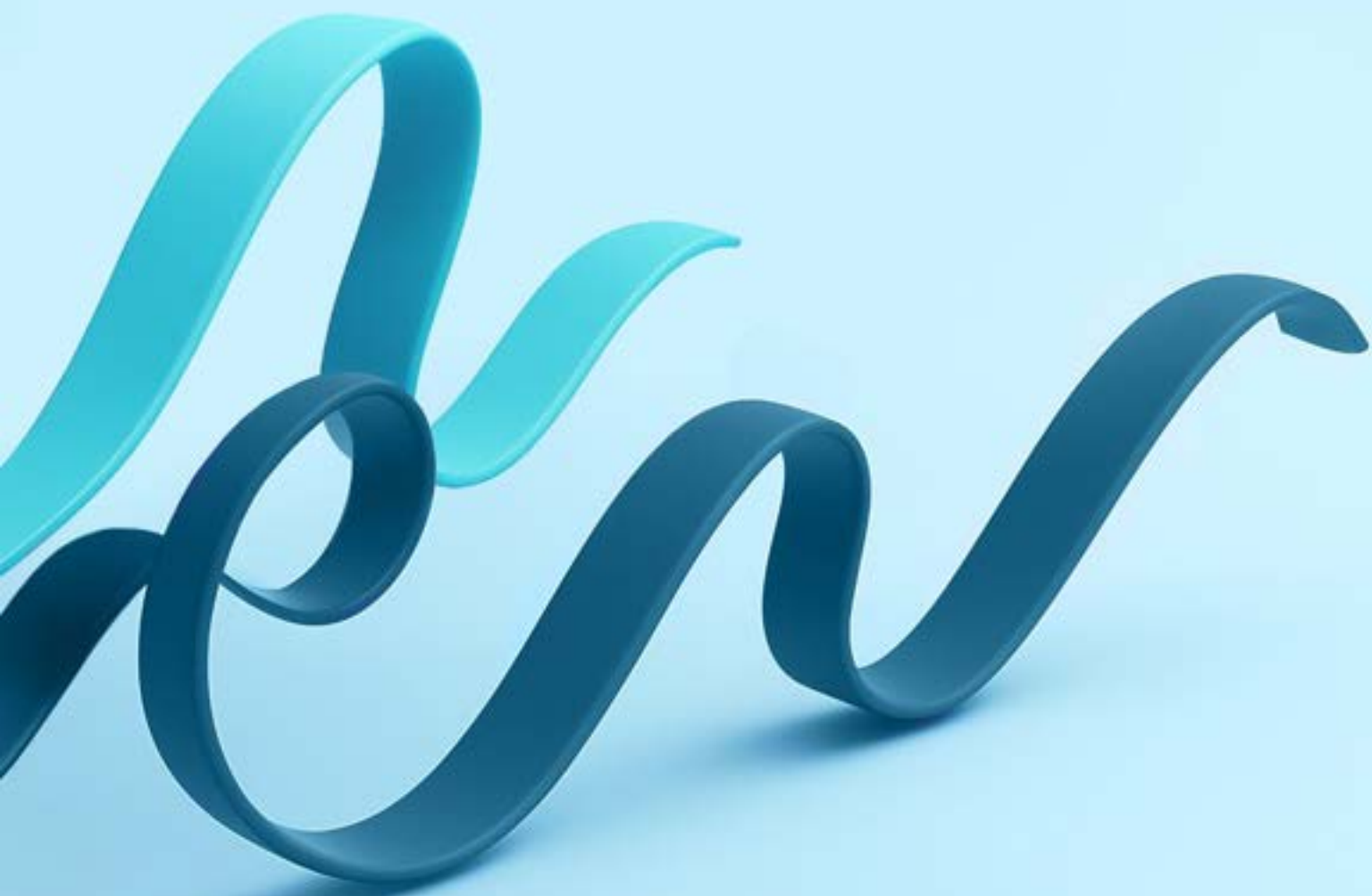




Manual de Dados de Pesquisa



As reservas revelam o passado,
os dados de pesquisa revelam o futuro.



Toda a reserva começa com uma pesquisa.
A Beyond é a única plataforma que mostra
a pesquisa antes que se transforme em
receita, dando aos operadores a previsão
para agir, e não apenas reagir.



Sumário executivo

Os gestores de receita estão habituados a trabalhar com indicadores desatualizados: reservas, ocupação e receita. Estas métricas são essenciais, mas descrevem apenas o que já aconteceu. Quando uma reserva aparece no seu sistema de gestão de propriedades (PMS), o mercado já se mexeu.

A atividade de pesquisa muda o jogo

As pesquisas são o primeiro sinal de intenção nos alojamentos locais. Revelam onde a procura está a aumentar antes que se converta em reservas. Isto permite que os operadores passem de reativos a proativos, possibilitando-lhes:

- Obter tarifas médias diárias (ADR) mais elevadas antes que os concorrentes reajam.
- Proteger as margens em vez de depender de descontos tardios.
- Diagnosticar se o desempenho lento se deve a atritos de preço ou de conversão.



**A atividade de pesquisa
vê o mercado com
antecedência**



Com os Dados de Pesquisa da Beyond, tem acesso a estes principais sinais de procura e a capacidade de agir com previsão. Não se trata apenas de mais uma camada de dados; é uma alteração na forma como a receita é gerida.



Conclusão principal

Os insights de pesquisa não são algo opcional, são a diferença entre perseguir o mercado e controlá-lo.



Completando o quadro de receitas

Os gestores de receitas já trabalham com dois conjuntos de dados principais:

- > **Reservas** - reservas confirmadas, mostrando o que já aconteceu.
- > **Dados de mercado** - preços e ocupação dos concorrentes, mostrando como se compara hoje.

Mas uma peça esteve sempre em falta: o que está prestes a acontecer.

Os dados de pesquisa preenchem essa lacuna. Mostram a intenção antes de se tornar uma reserva, oferecendo aos operadores uma camada de visão de futuro nunca antes vista.



PASSADO

PRESENTE

FUTURO

**Juntos, criam um quadro
completo de receitas**



Ao reunir as três camadas, obtém uma visão completa da procura:

- **Passado:** As reservas contam a história.
- **Presente:** Os dados de mercado mostram contexto competitivo.
- **Futuro:** Os insights de pesquisa revelam a procura antes de esta ser convertida.

Esta visão em três partes transforma a gestão de receitas de reativa em proativa. Com a Beyond, estas camadas são integradas num único fluxo de trabalho, pelo que as recomendações de preços e as estratégias de portefólio são baseadas nestas três partes.



Conclusão principal

A gestão de receitas é mais forte quando os sinais passados, presentes e futuros estão ligados.



Os três cenários de dados de pesquisa

A atividade de pesquisa não é aleatória; segue padrões que revelam como o mercado se comporta ainda antes do aparecimento das reservas. Ao observar como as pesquisas e as reservas se movem em conjunto ou em separado, pode diagnosticar o que está a acontecer e decidir a resposta correta.

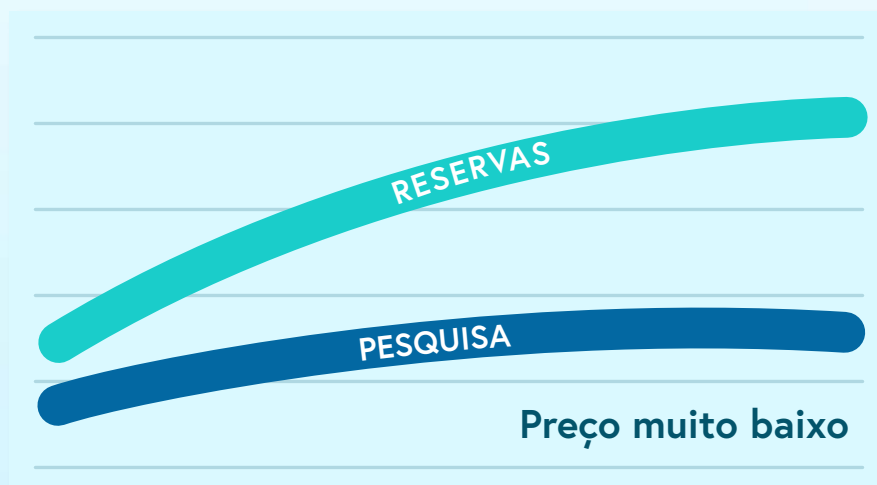
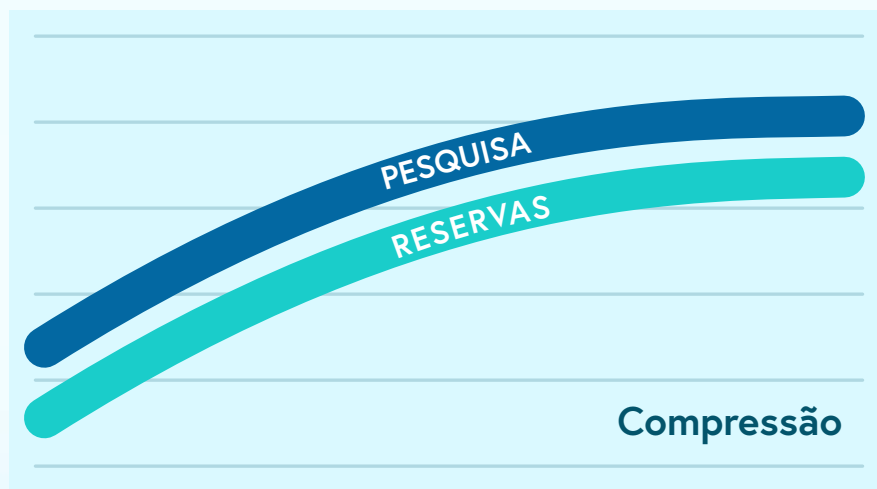
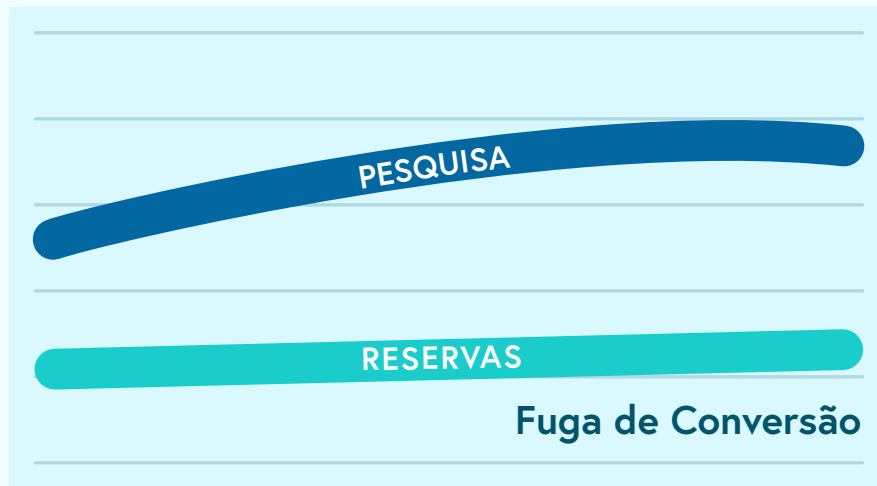
Existem três cenários comuns:

- **Pesquisa Elevada / Poucas Reservas → Fugas de Conversões**
Os viajantes estão à pesquisar, mas não estão a reservá-lo. Isto indica restrições, políticas ou problemas de desempenho no anúncio que estão a bloquear a conversão.
- **Pesquisa Elevada / Reservas Elevadas → Compressão**
A pesquisa está a aumentar e a converter rapidamente, o mercado está a aquecer e este é o momento de capturar o valor máximo e proteger o seu inventário.
- **Baixa pesquisa / reservas estáveis → Subvalorização**
Está a vender muito cedo e muito barato. A procura ainda não é elevada, mas as taxas baixas estão a aumentar as reservas e a limitar o rendimento futuro.

Por que razão isso importa:

Estes cenários funcionam como uma estrutura de diagnóstico, simplificando os sinais de pesquisa em padrões que podem ser lidos rapidamente, para que se possa perceber se o problema é de conversão, compressão ou preço baixo e, depois, executar a jogada certa.

Como as pesquisas e as reservas evoluem juntas





CENÁRIO 1

Elevada Pesquisa / Baixas Reservas (Fuga de Conversão)

Sinais que verá na Beyond:

- Atividade de pesquisa a crescer bem acima da linha de base do mercado.
- Reservas estáveis ou com desempenho inferior em comparação com estas tendências de pesquisa.

O que significa: a procura existe, mas as reservas não

Isto é uma fuga de conversão. Os viajantes estão a pesquisar ativamente no seu mercado, mas algo os impede de reservar consigo. Na maioria dos casos, o problema não é o preço, mas sim a fricção.

Causas típicas:

- **Restrições** - Estadias mínimas ou mudanças fixas que não correspondem ao comportamento dos hóspedes.
- **Políticas e taxas** - taxas de limpeza, taxas para animais de estimação ou termos de cancelamento rigorosos desencorajam a conversão.
- **Desempenho do anúncio** - Pontuações baixas de avaliação, fotografias desatualizadas ou descrições pouco competitivas.

Como responde a Beyond:

- As recomendações de preços da Beyond geralmente permanecem estáveis aqui porque o problema não é a sensibilidade à tarifa.



- O sistema está a sinalizar que algo diferente do preço está a limitar as reservas.

O seu papel como Operador:

- Auditar as restrições: as suas regras de estadia estão alinhadas com a forma como os hóspedes estão a pesquisar?
- Rever as políticas e taxas, remova ou ajuste os pontos de atrito sempre que possível.
- Melhore o desempenho do anúncio, atualize as fotografias, incentive as avaliações e responda rapidamente às perguntas.
- Rever os preços assim que estes forem fixados. A Beyond ajustará automaticamente as recomendações de preços assim que as restrições ou problemas de desempenho forem resolvidos.

Dica Pro:


Nunca faça descontos numa fuga. A Beyond já está a precificar corretamente, a oportunidade é desbloquear a conversão.

Caso de estudo:

Em Lisboa, as pesquisas para o fim de semana da Páscoa aumentaram 140%, mas as reservas para muitos apartamentos mantiveram-se estáveis. Os imóveis com estadias mínimas de 5 noites foram ignorados. Os operadores que reduziram as estadias para 3 noites capturaram a procura antecipadamente com ADRs saudáveis, enquanto outros foram forçados a fazer descontos posteriormente.



 Restricções → Políticas → Propriedade → Preço

 Pesquisas ↑ 140% | ADR estável | Desconto de -20%
para quem mudou tardiamente



CENÁRIO 2

Elevada Pesquisa / Reservas Elevadas (Compressão)

Sinais que verá na Beyond:

- A atividade de pesquisa está a crescer bem acima do normal.
- As reservas estão a aumentar fortemente em paralelo.
- O ritmo está significativamente acima dos padrões históricos.

O que significa: quando o mercado aquece, mova-se com confiança.

Isso é compressão. A pesquisa é elevada e converte rapidamente, os hóspedes estão menos sensíveis aos preços e focados em garantir a disponibilidade. A compressão ocorre geralmente em períodos de pico sazonal, eventos locais ou choques externos (como interrupções em viagens).

Como responde a Beyond:

- O motor de preços da Beyond aumenta automaticamente a ADR à medida que a atividade de pesquisa e reserva aumenta.
- O sistema garante que as tarifas aumentam em sintonia com a pesquisa para proteger o rendimento.



O seu papel como Operador:

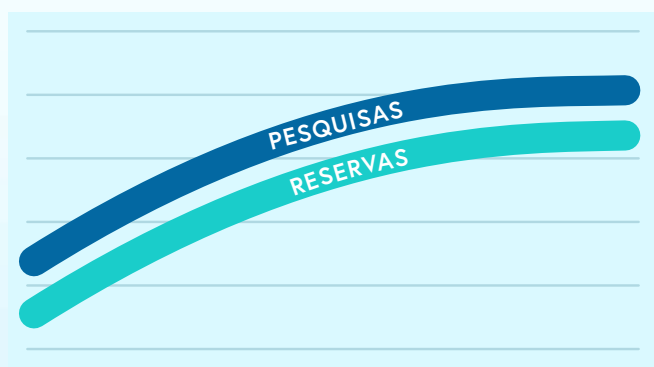
- Rever as restrições e ajustar as estadias mínimas para favorecer reservas mais longas e rentáveis.
- Proteger o inventário, evitar descontos ou promoções desnecessárias; a compressão não é o momento para incentivar.
- Estratégia de canais: priorizar as reservas diretas ou os canais com custos de comissão mais baixos.
- Vender opções premium, utilize comunicações diretas para destacar upgrades ou agregações de valor.

Dica Pro:

A compressão é quando as margens são conquistadas. Além de gerir os preços, a sua função é proteger e priorizar as reservas certas.

Caso de estudo:

Em Edimburgo, as buscas durante semanas do Fringe Festival aumentaram 180% em relação ao ano anterior. As operadoras que utilizam a Beyond observaram um aumento contínuo nas recomendações de ADR, à medida que a pesquisa aumentava. Aqueles que alinharam as restrições e priorizaram os canais diretos obtiveram um aumento de **+15% na receita por noite disponível (RevPAN)**, enquanto os concorrentes que mantiveram as restrições inalteradas esgotaram mais cedo, com margens mais baixas.



 **Maior intensidade em janelas de reserva curtas**

 **Sondagens ↑ 180% | ADR ↑ continuamente | RevPAN ↑ 15%**



CENÁRIO 3

Baixa pesquisa / reservas estáveis (Subvalorização)

Sinais que verá na Beyond:

- Atividade de pesquisa estável ou abaixo do mercado.
- Reservas continuam a aumentar.
- Está significativamente à frente das normas do mercado.

O que significa: vender muito cedo e muito barato

Isso é subvalorização. Os hóspedes não estão a pesquisar ativamente em grande número, mas as suas tarifas são suficientemente baixas para impulsionar as reservas. Embora isto possa parecer positivo, geralmente limita a produtividade e corrói as margens futuras, e as datas premium são vendidas pelo preço errado.

Como responde a Beyond:

- O mecanismo de preços da Beyond aumentará gradualmente as tarifas se detetar que as reservas estão a exceder a procura de pesquisa.
- O sistema ajuda a abrandar o ritmo para preservar as noites de alto valor.



O seu papel como Operador:

- Monitorize o ritmo em relação ao mercado e verifique se a sua recuperação está significativamente à frente dos concorrentes.
- Proteja as datas premium, aplique restrições de janela de reserva para conter períodos de elevada procura (festas, férias escolares, eventos).
- Transfira a pesquisa, utilize regras de estadia para ligar as noites de baixa procura a noites de alta procura (por exemplo, sexta-feira a sábado ligadas a domingo).
- Confie nos ajustes de alta do sistema. A Beyond já está a elevar a ADR; o seu papel é apoiar com restrições que alinhem a oferta e a procura.

Dica Pro:

Se as reservas chegam antes das pesquisas, o resultado não é positivo, é sinal de que está a ser muito económico. A Beyond ajusta as tarifas; o seu trabalho é reter o inventário.

Caso de estudo:

Na Cornualha, as pesquisas por alojamentos para o período de férias de outubro permaneceram estáveis em junho, mas as casas de campo familiares foram preenchidas antecipadamente por 150 libras ADR. Para além dos preços abaixo do esperado e dos aumentos recomendados, os operadores que apoiaram as regras da janela de reservas e confiaram em ADRs mais elevados venderam mais perto da data da estadia por 180 libras, gerando um aumento de 20% no ADR.



⚠ Preenchimento demasiado cedo

✓ ADR £ 150 vs £ 180 | +20% ADR para vendedores posteriores



Plano Avançado: A Proporção de Pesquisa para Reserva

Um novo KPI para os gestores de receita

A taxa de pesquisa/reserva (S:B Ratio) mede o quão bem a intenção do mercado está a converter-se em reservas. Compara o volume de pesquisas com o número de reservas no mesmo período.

$$\text{S:B Ratio} = \frac{\text{Volume de pesquisas}}{\text{Volume de reservas}}$$

Como fazer a leitura:

- **Rácio elevado** → Muitas pesquisas, poucas reservas, provavelmente uma fuga de conversões.
- **Rácio equilibrado** → A pesquisa está a converter de forma saudável.
- **Rácio baixo** → As reservas estão a chegar antes da pesquisa, provavelmente com preços abaixo do mercado.

Como responde a Beyond:

- A Beyond monitoriza tanto as pesquisas como as reservas, permitindo que a proporção seja apresentada nos painéis.
- O sistema ajusta os preços em conformidade, ao mesmo tempo que sinaliza cenários em que a conversão deve ser revista.



O seu papel como Operador:

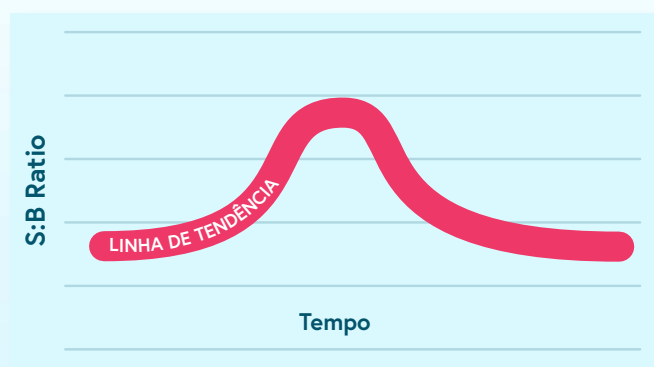
- Utilize o rácio como uma verificação semanal de desempenho.
- Quando o rácio parecer incorreto, pergunte-se: "É um problema de preço ou de conversão?"
- Adicione restrições, melhorias de anúncios ou estratégia de canal aos ajustes de preços da Beyond.

Dica Pro:

A relação pesquisa/reserva é o sentimento do mercado em tempo real. Só a Beyond lhe pode dar essa visão.

Caso de estudo:

Em Barcelona, o rácio S:B nos fins de semana do início de setembro atingiu 40:1, um sinal de fuga de conversões. A Beyond manteve os preços estáveis, mas os operadores que reviram as restrições (alterando o mínimo de 4 noites para 2) viram as reservas acelerar sem descontos.



⚠ Exclusivo Beyond : Proporção Pesquisas/ Reservas

📊 Volume de pesquisa = 1,200 | Reservas = 60 | Proporção = 20:1



Quatro perguntas a fazer ao ler dados de pesquisa

Os dados de pesquisa são poderosos, mas apenas se souber que perguntas lhes fazer. Os melhores operadores não analisam apenas o volume, questionam as normas.

1. As pesquisas estão a chegar mais cedo ou mais tarde do que o habitual? (Dinâmica do Prazo)

- A procura está a aumentar na sua janela normal de reserva ou mudou?
- Exemplo: a procura de fim de semana geralmente atinge o pico 45 dias antes. Se as pesquisas atingirem o pico 120 dias antes, isso sinaliza uma compressão precoce.

Pergunta: "O momento dos sinais de pesquisa é normal, antecipado ou tardio em comparação com o esperado?"

2. Que tipo de estadia procuram as pessoas? (Qualidade vs Quantidade)

- Os hóspedes pesquisam estadias curtas ou longas, fins de semana ou dias úteis, casais e famílias?
- Se a maioria das pesquisas não estiver alinhada com as suas restrições, as reservas não serão realizadas.

Pergunta: "A minha estadia mínima, mudança ou tipo de propriedade correspondem ao comportamento de pesquisa que vejo?"



3. O meu desempenho está alinhado com o mercado?? (Benchmarking)

- Toda a gente está a ter muitas pesquisas, mas poucas reservas, ou sou só eu?
- Se o mercado estiver fraco, não desista demasiado cedo. Se for apenas o seu imóvel, verifique as barreiras de conversão.

Pergunta: "Este sinal é uma tendência de mercado ou um problema específico de um imóvel?"

4. Os picos de pesquisa indicam um evento? (Sistema de Alerta Precoce)

- Os aumentos de pesquisa geralmente precedem concertos, eventos desportivos e férias escolares.
- Se observar um pico repentino, investigue a causa e ajuste a estratégia antes que as reservas aumentem.

Pergunta: "Que fator externo poderá explicar esta atividade de pesquisa e como me devo preparar?"



Conclusão principal

Os insights de pesquisa não se limitam a "mais ou menos procura". São ferramentas de diagnóstico. Ao fazer as perguntas certas sobre tempo, tipo, benchmarking e gatilhos, pode transformar a pesquisa num sistema prático de previsão.



**Dinâmica do
Prazo**

**Qualidade vs
Quantidade**

**Análise
comparativa**

**Sistema
de Alerta
Precoce**

**A pesquisa é informação. As
perguntas certas transformam-
na em inteligência**



Caso de estudo

Como os dados de pesquisa revelaram oportunidades antes do aumento das reservas

No final da primavera, as pesquisas por um fim de semana de junho em York aumentaram mais de 250% em relação ao ano anterior. No entanto, as reservas em todo o mercado permaneceram estáveis durante quase duas semanas.

À primeira vista, os operadores poderiam ter assumido que a pesquisa era fraca. No entanto, este foi uma clássica fuga de conversão: os viajantes estavam a pesquisar ativamente, mas as restrições de estadia mínima e as mudanças rigorosas estavam a bloquear a conversão.

Os operadores que reconheceram o sinal agiram rapidamente:

- Flexibilizou o mínimo de 3 noites para permitir estadias de 2 noites.
- Garantiu que os anúncios estavam atualizados, com fotos atualizadas e políticas de cancelamento claras.
- Manteve os preços estáveis, resistindo à urgência dos descontos.



Quando as reservas finalmente dispararam, estes operadores já tinham captado a onda inicial de procura lucrativa. Em vez de perseguirem o mercado posteriormente com descontos, venderam com ADR mais altos e garantiram reservas diretas de maior valor.

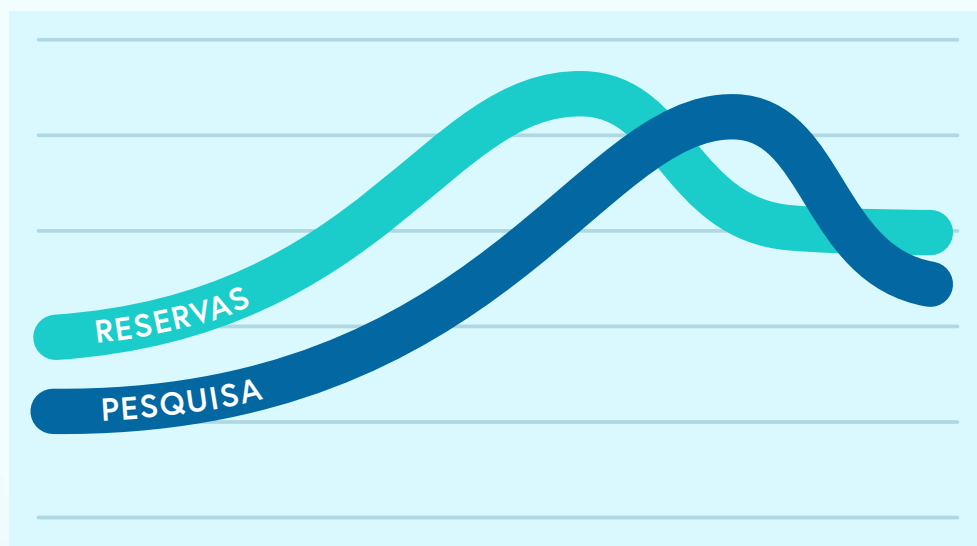
Resultados:

- **+12% Aumento do ADR** em comparação com os pares que descontaram tarde.
- Ritmo mais rápido na data da estadia.
- Menos dependência de promoções de última hora.



Principais conclusões

A atividade de pesquisa foi o sinal principal. As reservas foram a confirmação tardia; ao agir de acordo com o sinal, os operadores geraram receitas em vez de esperarem por elas.



Pico de pesquisa detetado 2 semanas antes da movimentação das reservas



+12% de aumento de ADR para operadores proativos



Quando os dados de pesquisa reportaram um evento semanas antes das haver mexidas nas reservas

Em Liverpool, as pesquisas por um fim de semana em meados de julho aumentaram 300% numa única semana. As reservas, no entanto, mantiveram-se estáveis em todo o mercado. Os operadores que monitorizaram os dados rapidamente associaram o aumento a um grande espetáculo em estádio anunciado nessa semana. A atividade de pesquisa funcionou como um sistema de alerta precoce, prova de que a procura estava a formar-se bem antes de os hóspedes estarem prontos para reservar.

Operadores Proativos:

- Proteção de inventário premium, retendo estadias de uma noite.
- Aumento gradual da ADR em antecipação de uma procura mais forte.
- Utilização do marketing direto para promover a disponibilidade para o fim de semana.

Operadores Reativos:

- Assumindo que era um ruído normal de pesquisa e mantendo as restrições inalteradas.
- Ajustando as tarifas apenas quando as reservas começaram a fluir, quando a maior parte do inventário já tinha esgotado.



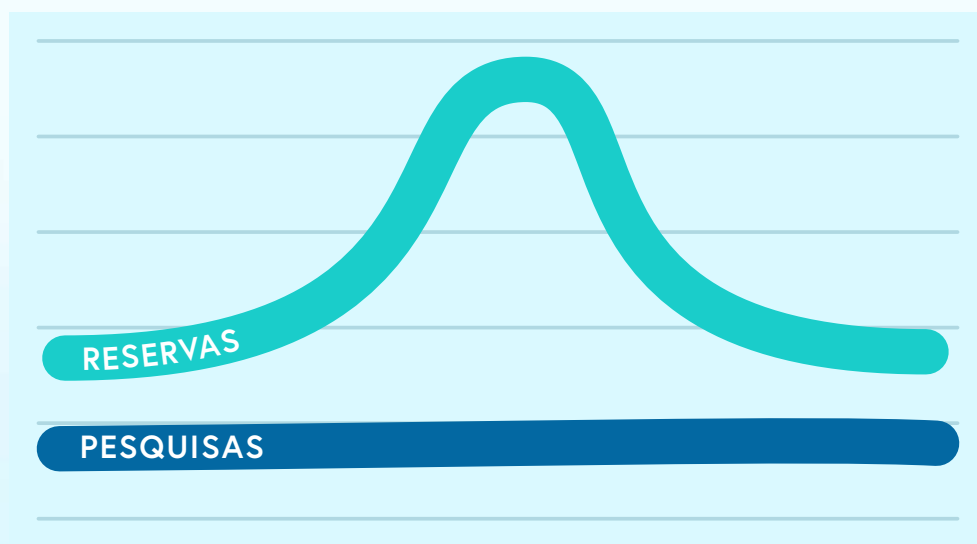
Resultados:

- > Os operadores proativos alcançaram um **aumento de +15% no RevPAN**.
- > Garantiram estadias de maior valor com ADRs mais elevados, enquanto os concorrentes venderam antecipadamente a tarifas mais baixas.



Principais conclusões

Os picos de pesquisa funcionam como um radar precoce para eventos e anomalias. Reconhecê-los precocemente oferece aos operadores uma vantagem crucial, protegendo o inventário, otimizando a RAL e direcionando a procura antes que o mercado reaja.



☑️ +300% de atividade de pesquisa, reservas estáveis

📈 +15% de aumento no RevPAN para operadores proativos



Workflow: Como usar a pesquisa todas as semanas

Transformar a pesquisa num ritual de rendimento semanal

Os dados de pesquisa são mais poderosos quando se tornam parte da sua rotina. O objetivo não é consultá-los de vez em quando, mas sim criar um ciclo consistente em que os insights levam à ação.

O Ciclo de 4 passos:

> Monitorizar

- Analise a atividade de pesquisa no mercado imobiliário.
- Concentre-se em picos, anomalias ou alterações no prazo de reserva.

> Diagnosticar

- Aplique a estrutura dos três cenários: Fugas de Conversão, Compressão ou Subvalorização.
- Utilize a Proporção Pesquisa/Reserva como uma verificação rápida de desempenho.



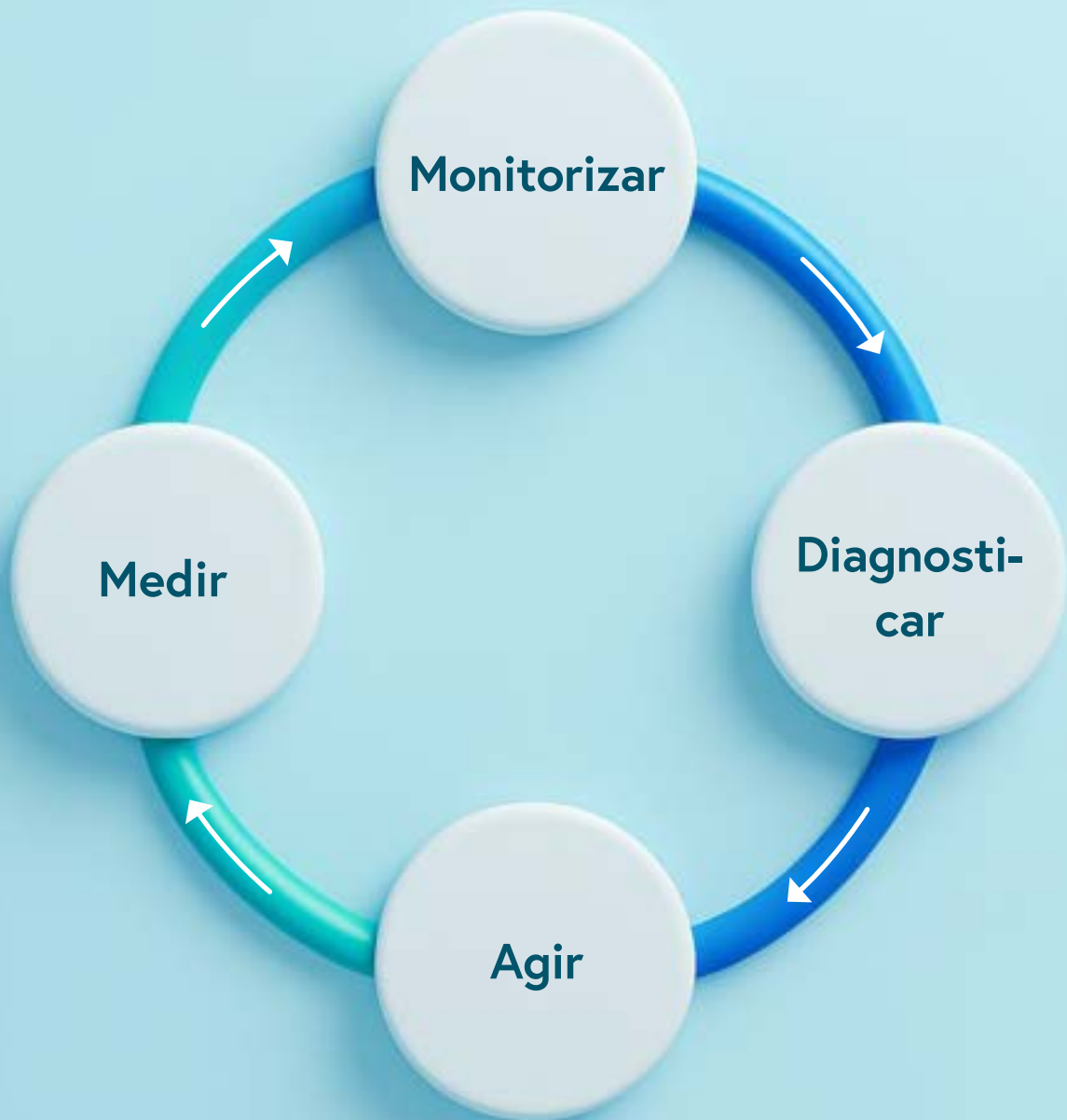
> Agir

- Utiliza as recomendações de preços da Beyond para refletir os sinais de pesquisa.
- Adiciona camadas às alavancas do operador: restrições, políticas, priorização de canais, gatilhos de marketing.

> Medir

- Acompanhe os resultados em relação à RAL, ritmo e RevPAN.
- Reveja as tendências de pesquisa semanalmente para identificar alterações com antecedência.

A gestão de receitas não significa reagir mais rapidamente, mas sim antecipar o que acontece mais cedo. Os dados de pesquisa oferecem-lhe a previsão para agir no momento certo, antes do resto do mercado.



**Ritmo semanal = previsão,
não retrospectiva**



Portfólio empresarial e jogadas comerciais

DOs Anúncios únicos à Inteligência de Portfólio

Os dados de pesquisa são valiosos ao nível do imóvel, mas o seu poder aumenta quando aplicados a um portefólio abrangente. Para os gestores que supervisionam dezenas ou centenas de unidades, os sinais de pesquisa tornam-se um radar para a estratégia comercial, e não apenas para a definição de preços.

Como utilizar dados de pesquisa em escala:

➤ Classificação de portefólio

- Classifique os anúncios por Rácio Pesquisa/Reserva.
- Imóveis com proporções elevadas (muitas pesquisas, poucas reservas) revelam fugas de conversão.
- Imóveis com proporções baixas (reservas estáveis, sondagens fracas) demonstram provável subvalorização.
- Concentre a atenção da sua equipa onde é mais importante.

➤ Priorização de mercado

- Compare a intensidade das pesquisas entre mercados ou destinos.
- Identifique quais as áreas que estão em alta antes que as reservas aumentem.
- Realoque os investimentos em marketing ou a promoção de inventário para estes mercados com antecedência.



> **Estratégia de canal**

- Se uma OTA (Online Travel Agency) apresentar uma elevada taxa de pesquisas, mas uma baixa conversão, isso pode indicar problemas de visibilidade ou de conteúdo do anúncio.
- Otimize esse canal ou atenda a procura para direcionar.

> **Relatórios dos proprietários e do conselho**

- Utilize os insights de pesquisa como um indicador avançado nas atualizações de desempenho.
- Em vez de apenas reportar a ocupação lenta, mostre como os indicadores de pesquisa prevêm a receita futura.
- Incluir dados de pesquisa gera confiança e credibilidade na sua estratégia junto dos proprietários.



Conclusão principal

À escala do portefólio, os dados de pesquisa são mais do que uma ferramenta de determinação de preços. Tornam-se um sistema de inteligência comercial que orienta onde concentrar os recursos, como equilibrar os canais e como comunicar o desempenho futuro.



Pesquisa = radar de carteira



Checklist de referência rápida

O seu Manual de Pesquisa Semanal em Cinco Perguntas

Pesquisar dados pode parecer complexo, mas as perguntas certas simplificam-nos e transformam-nos em ações claras. Utilize esta lista de verificação semanalmente para orientar as suas decisões.

Cinco perguntas para fazer todas as semanas:

- **A pesquisa aumentou em comparação com a linha de base?**
 - Se sim, pergunte: trata-se de uma fuga de compressão ou de conversão?
- **As reservas estão a acompanhar o ritmo das pesquisas?**
 - Caso contrário, investigue restrições, políticas ou desempenho do anúncio.
- **A minha proporção de pesquisa para reserva está equilibrada?**
 - Alto = fuga de conversão. Baixo = subvalorização.
- **O meu ritmo está alinhado com o mercado?**
 - Se preencher vagas antecipadamente sem atender à procura de pesquisa, estará perder ganhos potenciais.



> Estou a proteger datas premium?

- Pesquisas intensas por feriados/eventos = conter a oferta e defender a RAL.

Passos a executar:

- > **Aumento das pesquisas e reservas fixas:** verifique primeiro as restrições e conversões, não tenha pressa em fazer descontos.
- > **As pesquisas e reservas estão a aumentar:** aproveite os aumentos de tarifas da Beyond, reduza as estadias e proteja o inventário.
- > **Reservas estáveis, baixa procura:** os preços da Beyond aumentarão o ADR, enquanto acrescenta restrições para preservar datas **importantes**.



Conclusão

Os dados de pesquisa não são apenas dados. São um conjunto de perguntas semanais que o mantêm à frente do mercado, confiante no sistema e claro nas suas ações.



**Perguntas
a Fazer**



**Passos
a Executar**

**Execute esta lista de
verificação semanalmente,
antecipe-se, não reaja**



Antecipar o amanhã, não reagir ao ontem

A gestão de receitas sempre se baseou em indicadores desatualizados. Ocupação, ADR e RevPAN indicam onde esteve, e não para onde vai. Quando as reservas aparecem, as oportunidades de maior valor podem já ter passado. Os dados de pesquisa alteram a equação e podem transformar a gestão de receitas numa disciplina antecipatória, ajudando-o a:

- Identificar a procura semanas antes das reservas.
- Diagnosticar os problemas de conversão com antecedência.
- Proteger as margens sem depender de descontos de última hora.

Os operadores que incorporam esta previsão no seu fluxo de trabalho semanal superam consistentemente aqueles que esperam que o mercado lhes diga o que já aconteceu.

Conclusão:

As reservas informam o ontem, a pesquisa informa o amanhã. Os vencedores serão os operadores que gerirem com ambos.

Próximo passo:

Se quiser ver como os insights de pesquisa podem ser integrados no fluxo de trabalho do seu portefólio, agende uma configuração de fluxo de trabalho de pesquisa com a Beyond.



O futuro da gestão de receitas é antecipar

Veja o que vem a seguir com a Beyond

