



Da Redação | 22/11/2024 09:16

Toni Sando, do Visite São Paulo: somos grandes por dentro, mas pequenos lá fora

Presidente do Visite São Paulo, compartilhou suas dicas de marketing para o setor



Toni Sando (@tonisando), Presidente do Visite São Paulo

A edição de aniversário de 50 anos da PANROTAS traz uma matéria especial que explora a evolução do marketing no Turismo. Com insights de 12 renomados profissionais do setor, a reportagem aborda como o marketing de empresas líderes tem se transformado e os desafios enfrentados atualmente. Cada entrevistado compartilha sua visão e experiências, proporcionando uma leitura detalhada sobre estratégias e práticas modernas.

O oitavo profissional é **Toni Sando (@tonisando)**, Presidente do **Visite São Paulo**. Ex-diretor de Marketing da Accor, conta que viveu toda a transição do modo off-line para o on-line e acredita que o Turismo evoluiu com essas mudanças.

Dicas para o Turismo

Sando compartilha que foram muitos testes e desafios da hotelaria e do Turismo para chegarmos hoje na era da [inteligência artificial](#) e da personalização das experiências. Entre essas etapas, ele cita a impressão de folheteria para os lobbies dos hotéis, a implantação de e-mails nos quartos e até a segmentação dos hotéis por classes sociais.

"Especialmente a hotelaria ainda vai evoluir muito em tecnologia para eventos, em comunicação com o hóspede, em uso das redes sociais. Não basta colocar um post e não ter uma estratégia por trás. Ainda vemos hotéis no interior do País com a ficha do hóspede em papel", opina.

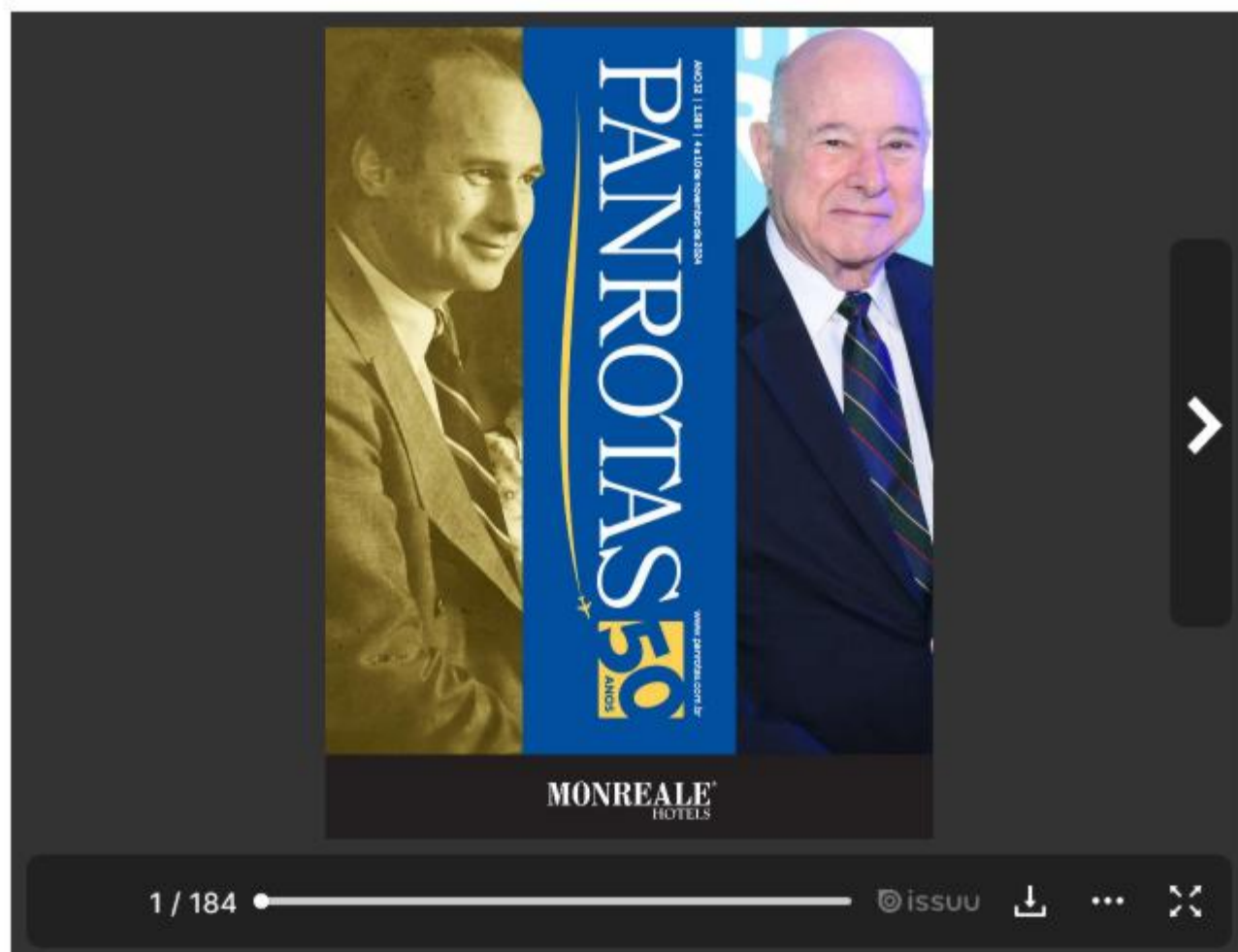
No marketing de destinos, Sando, que comanda a promoção do Visite São Paulo, vê avanços, como a união e parceria com a Abear, a Setur-SP e a Embratur, mas quer ver mais ações integradas, mais ações além da feira, como encontros nas agências, roadshows, trabalho com decisores e influencers, de modo a intensificar e fortalecer as relações dos destinos com os principais players.

O trabalho nas prateleiras também é importante, para que a diversidade de produtos do Brasil esteja sendo oferecida pelos operadores lá fora. "Não vemos isso. Não vemos o Brasil. Somos grandes por dentro, mas pequenos lá fora."

Para 2025, Toni pretende aumentar a integração com os players de São Paulo, trazendo também a Secretaria Municipal da capital. A campanha do Stopover também vai se intensificar, com produtos a partir dos aeroportos paulistas, como Guarulhos, Congonhas e Viracopos.

Revista PANROTAS Especial 50 anos

Esta matéria é parte integrante da [Revista Especial de 50 anos da PANROTAS](#), onde você encontra essa matéria na íntegra, além de várias histórias do Turismo nestas últimas cinco décadas, e também dicas e ferramentas para turbinar seu negócio.



TÓPICOS RELACIONADOS

Marketing

Toni Sando

Marketing De Destinos

Inteligência Artificial

Visite São Paulo

Promoção De Destinos