

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

APOSTILA VAI VOANDO

Sumário

Conhecendo nossa empresa	4
1. Conhecendo a nossa empresa.....	4
1.1 Apresentação.....	4
1.2 Decolagem	5
1.3 Capa	5
1.4 Boas-vindas.....	6
1.5 Primeira escala	6
1.6 A história da Vai Voando	7
1.7 A oportunidade daquele momento.....	8
1.8 A saudade e a necessidade.....	8
1.9 Rapidez e praticidade	9
1.10 Migrando os passageiros.....	10
1.11 Quebrando as barreiras sociais	10
1.12 Limitação socioeconômica	11
1.13 Limitação psicológico	11
1.14 Construindo a solução	12
1.15 E assim nasceu a Vai Voando	13
1.16 Parcerias estratégicas.....	13
1.17 Novos voos	14
1.18 Seja bem-vindo!.....	15
1.19 Localização estratégica.....	15
1.20 Quem é o nosso público?	16
1.21 Reportagem Globo News	17

1.22 Prêmio ABEAR.....	17
1.23 Público	18
1.24 O modelo de vendas.....	19
1.25 Programando a viagem	19
1.26 Boletão	20
1.27 P.O.S e PinPad.....	21
1.28 Nossos diferenciais	21
1.29 As vantagens para o cliente.....	22
1.30 Um sucesso comprovado	23
1.31 Linha do tempo.....	23
1.33 Pousando	24
1.34 Pousando	24
1.35 Segunda escala	25
1.36 Criação da marca	25
1.37 O design da marca	26
1.38 Inspiração da marca	26
1.39 Viagem rápida e segura.....	27
1.40 Parcerias	27
1.41 Comunicação Visual.....	28
1.42 Site	28
1.43 Cavalete	29
1.44 Banner	30
1.45 Cartão de visita.....	30
1.46 Podcast	31

1.47 Folheto.....	32
1.48 Identificação da loja	32
1.49 Face cover.....	33
1.50 Atenção.....	34
1.51 Colaboradores	34
1.52 Contato com a Vai Voando.....	35
1.54 Pousando	35
1.55 Pousando	36

Conhecendo nossa empresa

1. Conhecendo a nossa empresa

1.1 Apresentação



Notes:

1.2 Decolagem

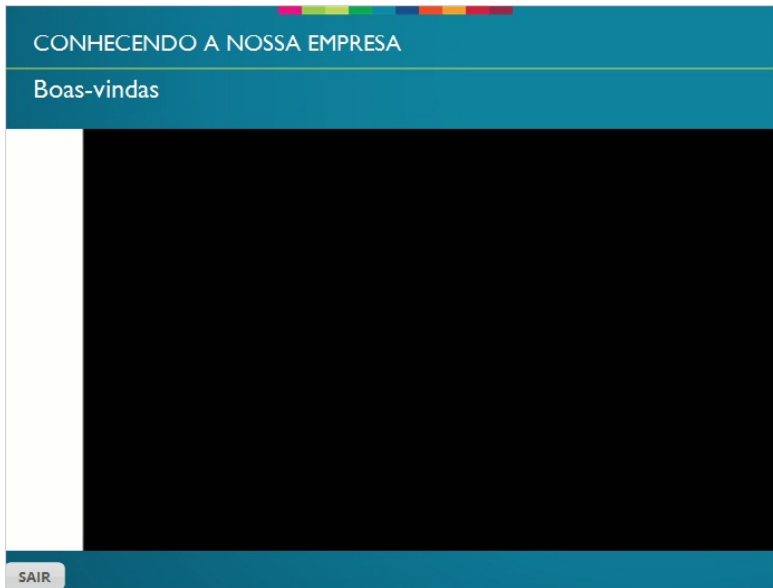


Notes:

1.3 Capa



1.4 Boas-vindas



Notes:

1.5 Primeira escala



Notes:

1.6 A história da Vai Voando

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O começo da trajetória

Em 2009, três empreendedores junto ao grupo **Gapnet** tiveram a ideia inovadora de trabalhar com a venda de passagens aéreas de um jeito **diferente do mercado tradicional e para um público específico.**




SAIR

Notes:

1.7 A oportunidade daquele momento

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

A oportunidade daquele momento



Na oportunidade, havia **60 milhões** de pessoas que faziam cerca de **30 milhões** de viagens de longa distância por ano, utilizando o transporte rodoviário.

SAIR

Notes:

1.8 A saudade e a necessidade


CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

A oportunidade daquele momento

A saudade e a necessidade

Essa quantidade de viagens representava na época **3% da população brasileira** que residiam fora do seu local de nascimento, habitando nas regiões **sul e sudeste do país**, sendo a maioria **nordestinos**.

Por morar longe da sua família, os migrantes **precisavam viajar** e para isso enfrentavam várias horas dentro do ônibus, mesmo com o custo sendo equivalente ao de uma viagem de avião.



SAIR


Notes:

1.9 Rapidez e praticidade

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

A oportunidade daquele momento

Rapidez e praticidade



Ao mesmo tempo que as pessoas realizavam viagens de longa distância utilizando o transporte rodoviário, as companhias aéreas **enfrentavam dificuldades** para ocupar os assentos de alguns voos em determinados dias e horários.

SAIR

Notes:


1.10 Migrando os passageiros

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

A oportunidade daquele momento

Migrando os passageiros

No ano de 2009, o país tinha uma população de 193,5 milhões de pessoas, mas apenas **6,5%** dessa população tinha acesso a esse tipo de transporte, representando **12 milhões de passageiros**.



Eram **60 milhões** de trechos por ano que perfaziam um mercado de **R\$ 25 bilhões**, sendo 75% destas viagens de caráter corporativo.

SAIR

Notes:

1.11 Quebrando as barreiras sociais

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Quebrando barreiras sociais



Esse público apresentava dois **fatores limitantes** que precisavam ser desconstruídos, quebrando a ideia de que as pessoas das classes sociais C e D não podiam viajar de transporte aéreo:


- FATOR SOCIOECONÔMICO
- FATOR PSICOLÓGICO

SAIR

1.12 Limitação socioeconômica

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Limitação socioeconômica

 **FATOR SOCIOECONÔMICO**

A restrição de crédito, a consulta do nome no SPC e SERASA, a atividade informal e a ausência de conta em banco dificultavam o acesso ao mercado de turismo para esse público, já que a maioria das empresas solicita essas informações como pré-requisito para a efetivação de compra.

Os sistemas de avaliação de crédito não eram adequados à realidade do consumidor de baixa renda e, segundo dados das principais financeiras da época, aproximadamente 40% das consultas de crédito solicitadas às grandes cadeias de varejo eram negadas.


SAIR

Notes:

1.13 Limitação psicológica

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Limitação psicológica

 **FATOR PSICOLÓGICO**

Outra limitação que atrapalhava era a crença de que “viajar de avião não era para ele” ou, ainda, o medo de voar de avião. Essas ideias reforçavam ao cliente que para ele a única opção cabível era viajar de ônibus.

Esse pensamento era um poderoso obstáculo ao consumo, pois contribuía para a baixa autoestima e fazia com que o cliente em potencial deixasse de ir atrás daquilo que era o seu sonho de consumo ou a sua necessidade.

SAIR

Notes:

1.14 Construindo a solução


CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

A oportunidade daquele momento

Construindo a solução

A partir das **oportunidades do mercado**, os idealizadores contrataram profissionais com experiência no **ramo varejista e na compra programada** para que se aprofundassem na proposta e fizessem com que ela acontecesse na prática.

Entre essas contratações estava o profissional **Luiz Andreaza**, um dos realizadores e precursores da empresa e, hoje, o atual diretor geral da Vai Voando.



SAIR

Notes:

1.15 E assim nasceu a Vai Voando

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

E assim nasceu a:



ai voando
PASSAGENS PRÉ-PAGAS

A PRIMEIRA E MAIOR REDE DE AGÊNCIAS
DE VIAGENS VOLTADA ÀS CLASSES POPULARES

SAIR

Notes:

1.16 Parcerias estratégicas

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Parcerias Estratégicas da Vai Voando

Entre as diversas atividades desse momento que acabamos de contar, começava também a formação de **parcerias estratégicas** com as principais companhias aéreas nacionais.



A **Webjet Linhas Aéreas** foi a primeira que acreditou e **viabilizou o nosso objetivo de negócio**, migrando os passageiros que realizavam viagens de longa distância pelo transporte rodoviário.

SAIR


Notes:

1.17 Novos voos

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Novos voos

Em dezembro de 2015 com a fusão dos grupos Flytour e Gapnet, a **Vai Voando** tornou-se uma empresa pertencente ao segundo maior grupo de turismo do país.



FLYTOUR® + gapnet

NOSSO MUNDO, SUA VIAGEM!

SAIR

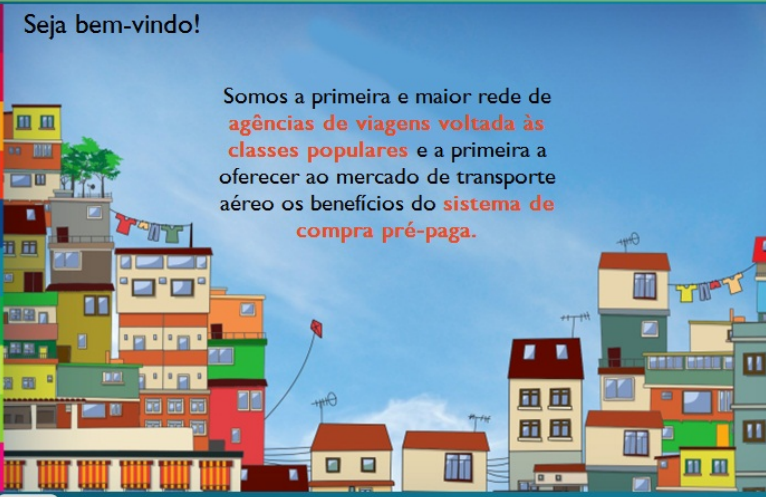
Notes:

1.18 Seja bem-vindo!

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Seja bem-vindo!

Somos a primeira e maior rede de **agências de viagens voltada às classes populares** e a primeira a oferecer ao mercado de transporte aéreo os benefícios do **sistema de compra pré-paga**.



SAIR

Notes:


1.19 Localização estratégica

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Localização estratégica

Pelo fato de o nosso público concentrar-se nas **comunidades e periferias** das capitais, estabelecemos **parcerias com empreendedores** dessas regiões.

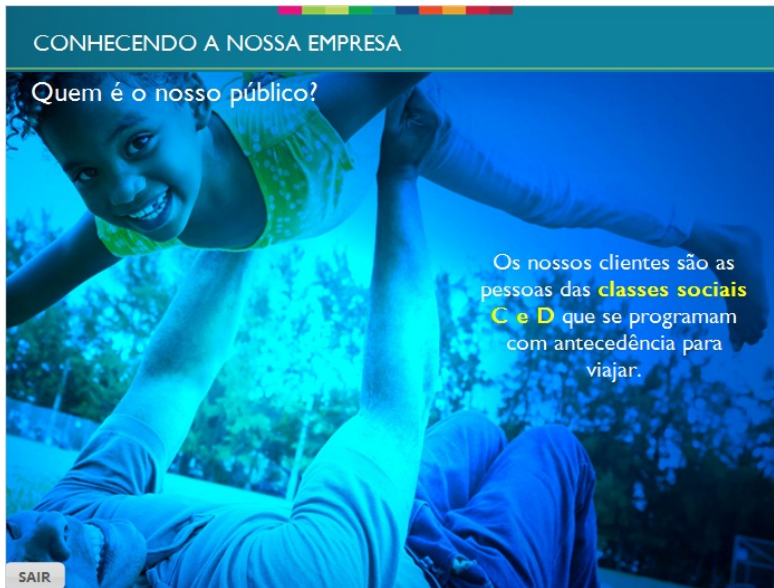
A Vai Voando está nos lugares certos para as pessoas certas!



SAIR

Notes:

1.20 Quem é o nosso público?



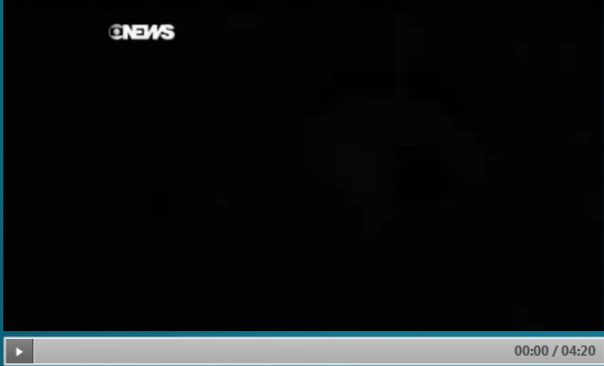
Notes:

1.21 Reportagem Globo News

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Quem é o nosso público?

Assista à reportagem com depoimentos de clientes sobre a Vai Voando.



SAIR

Notes:

1.22 Prêmio ABEAR

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

VOCÊ SABIA?

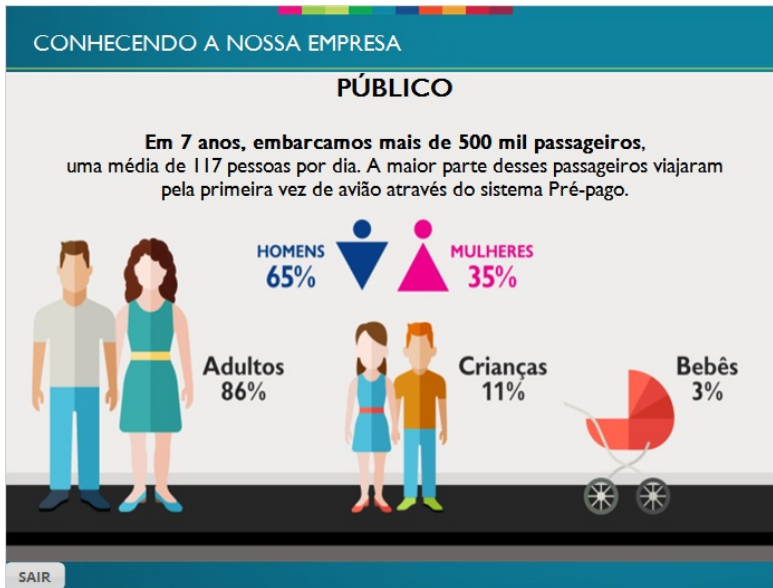
Esta reportagem sobre a empresa ganhou o 2º Prêmio de Jornalismo pela ABEAR (Associação Brasileira das Empresas Aéreas) no ano de 2014.



SAIR

Notes:

1.23 Público




Notes:

1.24 O modelo de vendas

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

A Vai Voando trabalha com o sistema de **venda pré-paga**, em que o cliente se programa para adquirir suas passagens sem os custos financeiros e as exigências burocráticas de um financiamento convencional.



SAIR

Notes:

1.25 Programando a viagem

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

Programando a viagem

BOLETO



CARTÃO



Para que o cliente consiga realizar sua compra por essa vantagem ofertada pela Vai Voando, ele pode escolher fazer o pagamento por **boleto**, **cartão de crédito** ou **cartão de débito**.

SAIR

Notes:


1.26 Boleto

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

Boleto

Na opção boleto, o sistema disponibiliza **automaticamente** em quantas parcelas o cliente pode realizar o pagamento, o que **varia conforme a data da viagem**.



Clique na lupa para ampliar a imagem.

SAIR

Notes:

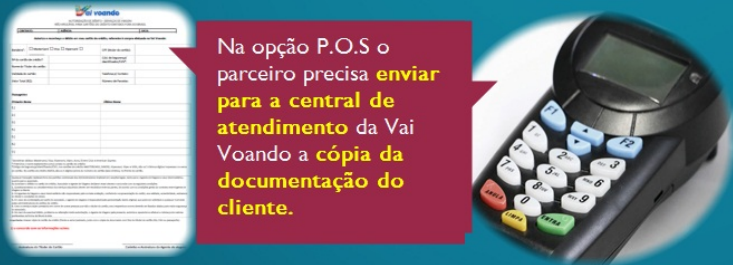
1.27 P.O.S e PinPad

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

Ponto de venda (P.O.S) ou PinPad

Os pagamentos com cartão podem ser realizados via **P.O.S (Post Office Service) ou PinPad.**



Na opção P.O.S o parceiro precisa **enviar para a central de atendimento** da Vai Voando a **cópia da documentação do cliente.**

SAIR

Notes:

1.28 Nossos diferenciais

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

Nossos diferenciais

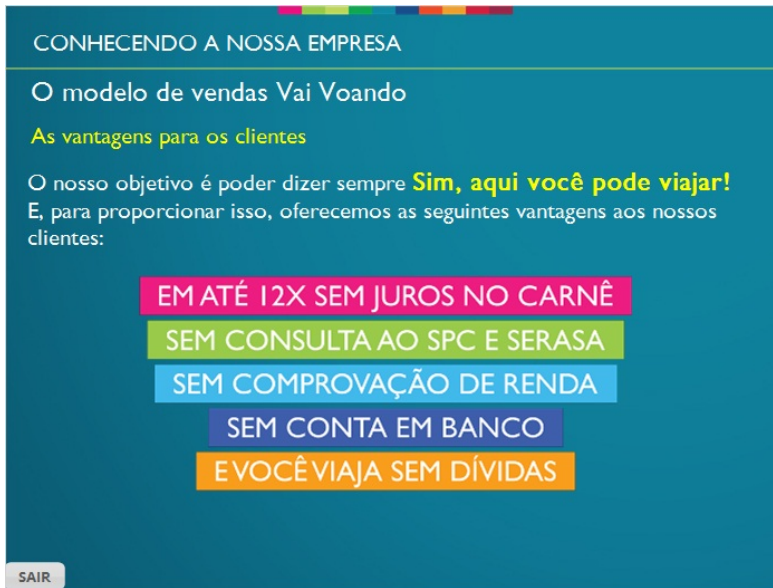
A Vai Voando conta com **diferenciais** que auxiliam o crescimento conjunto dessa parceria. Conheça quais são:

- MÉTIOS DE PAGAMENTOS DIFERENCIADOS** Sistema de vendas pré-pagas: parcelamento em até 12x no boleto sem juros. **PINPAD:** Transação realizada instantaneamente no momento da venda. (Somos pioneiros nessas duas modalidades de pagamentos, no ramo do turismo)
- ESTRATÉGIA DE PDV'S** Pontos de vendas instalados nas comunidades e periferias, adequados e receptivos a esse público.
- SISTEMA INTUITIVO E SUPORTE** Processo de comercialização simplificado, com todas as taxas já inclusas, portal dinâmico e intuitivo até mesmo para quem nunca trabalhou com turismo. Suporte comercial diferenciado, treinamento, central de relacionamento e material de apoio a divulgação.
- PREÇOS DIFERENCIADOS** Preços competitivos através de acordos com as principais companhias aéreas.

SAIR

Notes:

1.29 As vantagens para o cliente



CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

O modelo de vendas Vai Voando

As vantagens para os clientes

O nosso objetivo é poder dizer sempre **Sim, aqui você pode viajar!**
E, para proporcionar isso, oferecemos as seguintes vantagens aos nossos clientes:

- EM ATÉ 12X SEM JUROS NO CARNÊ
- SEM CONSULTA AO SPC E SERASA
- SEM COMPROVAÇÃO DE RENDA
- SEM CONTA EM BANCO
- E VOCÊ VIAJA SEM DÍVIDAS

SAIR

Notes:

1.30 Um sucesso comprovado

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Linha do tempo Vai Voando

Um sucesso comprovado

Hoje, temos orgulho de ter embarcado mais de **500 mil passageiros** e contar com mais de **500 agências parceiras** que acreditam no nosso trabalho.

A horizontal timeline with colored boxes for each year: 2009/2010 (pink), 2011 (light green), 2012 (green), 2013 (orange), 2014 (red), 2015 (dark red), 2016 (dark blue), and 2017 (orange-red).

SAIR

Notes:

1.31 Linha do tempo

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Linha do Tempo da Vai Voando

Conheça os principais marcos históricos da nossa empresa e clique neste [link](#) para ver nossa aparição na mídia.

A detailed vertical timeline with six columns representing the years 2009/2010, 2011, 2012, 2013, 2014, and 2015. Each column contains four rows of data with icons: a stack of coins for revenue, a building for points, a person for employees, and a magnifying glass for media appearances.

2009 / 2010	2011	2012	2013	2014	2015
4k REVENHO COMERCIAL	15k REVENHO COMERCIAL	21k REVENHO COMERCIAL	77k REVENHO COMERCIAL	85k REVENHO COMERCIAL	99k REVENHO COMERCIAL
R\$ 1.5m DE REVENHO	R\$ 6m DE REVENHO	R\$ 8m DE REVENHO	R\$ 29m DE REVENHO	R\$ 34m DE REVENHO	R\$ 44m DE REVENHO
27 PONTOS DE REVENHO	73 PONTOS DE REVENHO	82 PONTOS DE REVENHO	112 PONTOS DE REVENHO	167 PONTOS DE REVENHO	286 PONTOS DE REVENHO
16 COLABORADORES	17 COLABORADORES	16 COLABORADORES	21 COLABORADORES	34 COLABORADORES	36 COLABORADORES


SAIR

Notes:

1.33 Pousando




1.34 Pousando

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA 

Pousando

Nesta **primeira escala**, aprendemos que:

- A Vai Voando nasceu em 2009, a partir de uma oportunidade de migrar os passageiros do transporte rodoviário para o transporte aéreo;
- A oportunidade aconteceu devido a uma parcela considerável da população residir fora do seu estado de nascimento;
- As pessoas das classes C e D acreditavam que viajar de avião era somente para pessoas das classes A e B;



1.35 Segunda escala

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Segunda escala



Capítulo 2
NOSSA MARCA

Neste destino vamos conhecer alguns detalhes da **marca Vai Voando**.

Para isso, entenderemos melhor sobre a criação da marca, além de conhecer alguns materiais de comunicação.

SAIR


1.36 Criação da marca

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Criação da marca

A nossa marca foi criada com a intenção de **transmitir aos nossos clientes o desejo de viajar e reencontrar seus familiares**.


Com essa perspectiva, a Vai Voando leva seus clientes a todo o país de forma rápida e segura.




SAIR

1.37 O design da marca

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA




O design da marca parte de um símbolo que representa a capacidade de voar: as asas, que representadas pelos dois “Vs” denotam a ideia de **velocidade**.




SAIR

1.38 Inspiração da marca

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA




Ela é inspirada nas **asas do avião**, justamente para estimular as pessoas a viajarem.




SAIR

1.39 Viagem rápida e segura

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA




Outro motivo é o fato da viagem **diminuir a saudade imposta** pela distância de forma rápida, segura e acessível a todos.




SAIR

1.40 Parcerias

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA



A escolha de ter um logo com **várias cores** se relaciona ao fato das empresas padronizarem o uso de uma cor para a sua identificação. Com isso, demonstramos que a realização do nosso trabalho acontece com várias empresas, ou seja, várias parcerias.



SAIR

1.41 Comunicação Visual

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Comunicação visual

A nossa marca é expressa nos diversos **materiais gráficos** e **digitais** citados ao lado.

- SITE
- PODCAST
- CAVALETE
- FOLHETO
- BANNER
- IDENTIFICAÇÃO DA LOJA
- CARTÃO
- FACE COVER

Avance o curso e conheça um pouco mais.

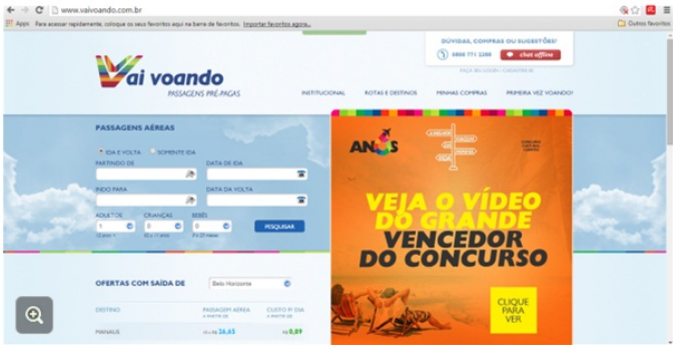
SAIR

Notes:

1.42 Site

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

SITE

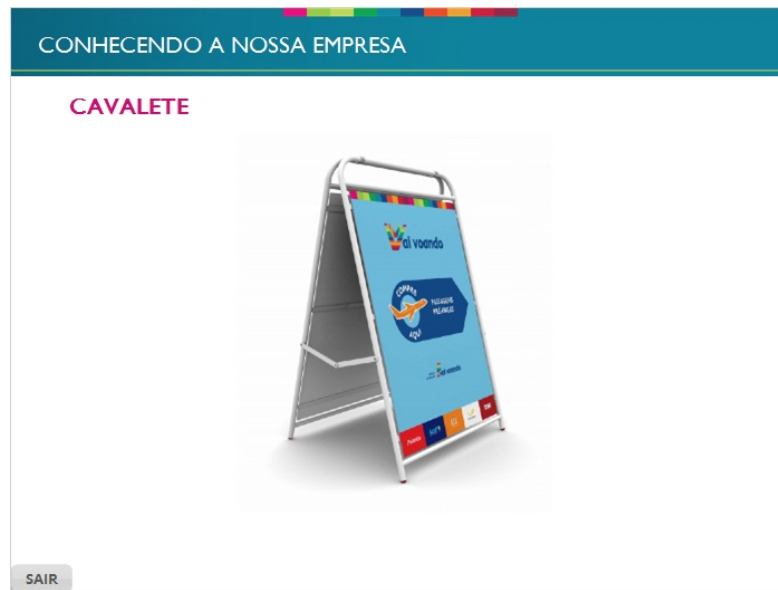


Clique na lupa para ampliar a imagem.

SAIR

Notes:

1.43 Cavalete



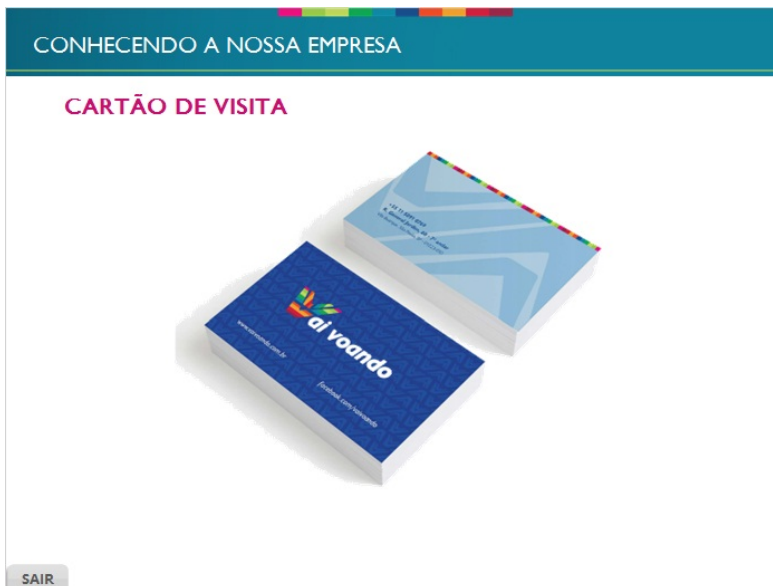
Notes:

1.44 Banner



Notes:

1.45 Cartão de visita



Notes:

1.46 Podcast

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

PODCAST

Escute o nosso jingle.



SAIR


Notes:

1.47 Folheto

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

FOLHETO

O folheto é apenas ilustrativo.



Clique na lupa para ampliar a imagem.

SAIR

Notes:

1.48 Identificação da loja

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

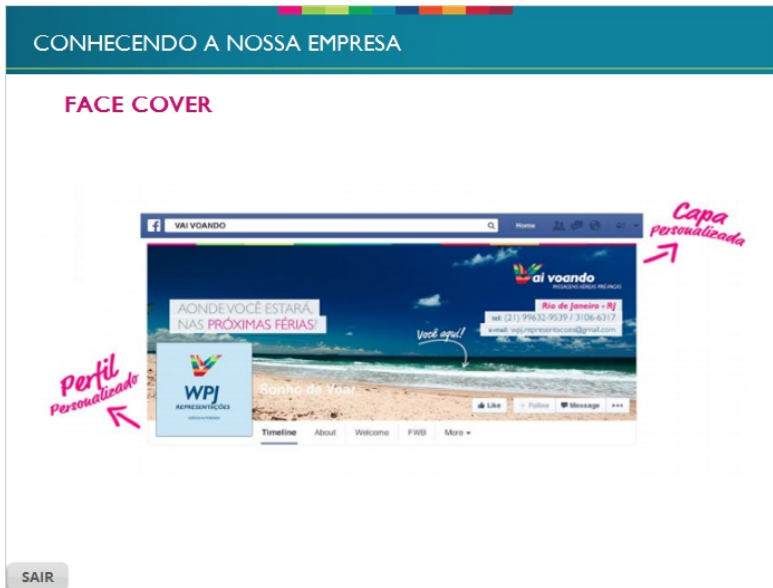
IDENTIFICAÇÃO DA LOJA



SAIR

Notes:

1.49 Face cover




Notes:

1.50 Atenção

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

ATENÇÃO!

Antes de utilizar a marca **Vai Voando** em seus **materiais e divulgações**, é necessário **solicitar a autorização** da nossa área de **marketing**.



SAIR


Notes:

1.51 Colaboradores

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Sobre nós

Para gerir as parcerias, oferecendo um atendimento de excelência, contamos com os **nossos colaboradores, que auxiliam na estruturação e na organização dessas atividades.**



SAIR

1.52 Contato com a Vai Voando

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Contato com a Vai Voando

Para solicitar **materiais, informações ou resolver alguma dúvida**, é possível fazer contato com a Vai Voando pelos seguintes canais:

		
Ticket pela ferramenta mySuite	Central de atendimento 0800-771 23 88	Chat online

SAIR

1.54 Pousando




Notes:

1.55 Pousando

CONHECENDO A NOSSA EMPRESA

Pousando



Nesta **segunda escala**, aprendemos que:

- A marca Vai Voando nasceu com a proposta de diminuir a saudade entre os familiares;
- Para diminuir a saudade, a Vai Voando construiu uma marca que leva seus clientes a todo o país de forma rápida e segura;
- A Vai Voando expressa sua marca em vários materiais, como folheto, cavalete, banner, face cover, entre outros;
- Esses materiais colaboram no