

# O que os passageiros estão falando nas mídias sociais sobre receio de voar?



Nos últimos dois meses, devido à pandemia, vimos uma incrível diminuição da quantidade de passageiros em voos. Existe um alto nível de preocupação, ou mesmo temor, em embarcar em aviões. Usando nossa **Escuta Social**, descobrimos quais são as fontes desses receios e quais as melhores formas de abrandá-los.

Não é surpresa que o temor número um identificado nas conversas seja a limpeza das cabines. As pessoas também exprimem nervosismo em passar pelos pontos de controle de segurança. Áreas de verificação de bagagem, tradicionalmente, envolvem aglomeração de indivíduos e até mesmo

revista pessoal. Ali, apesar da atual redução de passageiros, os viajantes não se sentem seguros em manter o distanciamento social. Outras áreas de preocupação são a higiene dos atendentes e a sensação deles estarem dentro dos aviões o tempo todo; e, a circulação forçada de ar nas cabines.

Algumas fontes de conversas tentam diminuir esses temores. A principal delas é sobre máscaras. A maioria das companhias aéreas obrigam o uso de máscaras por atendentes e passageiros. Além disso, para maior tranquilidade dos usuários, diversas companhias aéreas escalonaram os assentos, garantindo um distanciamento social dentro do avião de pelo menos 1,5 metro.

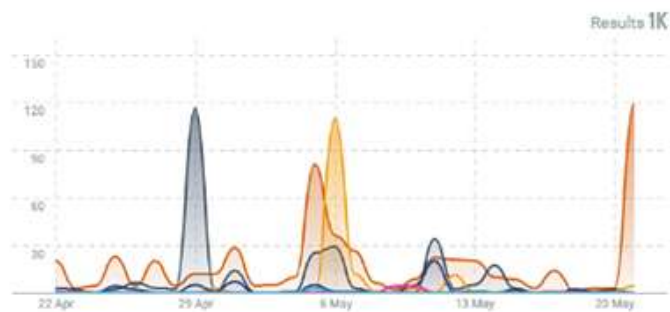
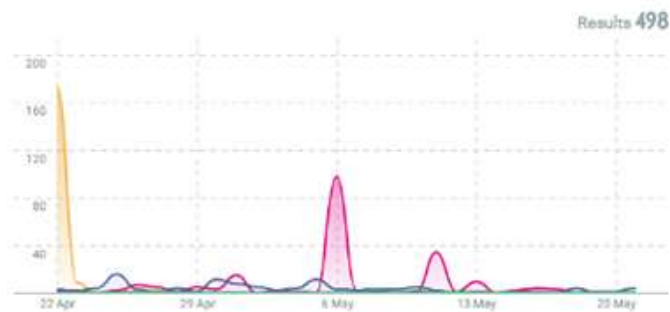
## Conversas sobre os receios dos passageiros em voar

SHARE OF ANXIETIES



SHARE OF PRECAUTIONS





Fonte: TalkWalker

## Sobre NewsStats



A plataforma **NEWSSTATS** cria soluções multicamadas personalizadas voltadas para a gestão de comunicação dos clientes. Análises em tempo real por marca, produto, setor, região, entre outros parâmetros.

Os resultados das iniciativas de comunicação corporativa são analisadas também por meio de múltiplos gráficos e de índices customizados, como **ROI-C**, que mostra o valor individual de cada notícia, **IPC-C**, que identifica o resultado do cliente frente aos seus concorrentes, **IPR**, que dá o valor de reputação da companhia e mostra as variáveis que criam este valor, além de índices comparativos externos como volume de vendas ou mesmo índices setoriais.

São mais de **15 KPIs** que indicam os resultados da comunicação e ajudam descobrir oportunidades para redução de custos e riscos.

**Assista ao vídeo ilustrativo**



[www.businessnews.com.br](http://www.businessnews.com.br) / [atendimento@businessnews.com.br](mailto:atendimento@businessnews.com.br) / (11) 4115-7063

