



SeaWorld Parks fecha o ano com 4 mil profissionais treinados no Brasil



Equipe de marketing e vendas cumpriu uma extensa agenda de eventos de capacitação, famtours e participação em trade shows, chegando a todas as regiões brasileiras em 2022

Apesar de ser considerado um ano de transição para as viagens internacionais após o auge da pandemia de COVID 19, 2022 foi movimentado e de muitos resultados positivos para a equipe de Marketing e Vendas do SeaWorld Parks & Entertainment, representado no Brasil pela Imaginadora. Nesse ano, o time realizou diversos eventos de capacitação, a maioria presencial, participou dos principais trade shows do país, e assim foi possível treinar cerca de 4 mil profissionais distribuídos por todas as regiões do Brasil.

Liderada por Leonardo Fortes, gerente de Marketing e Vendas no Brasil, a equipe, que também conta com Cristina Muniz, executiva de Marketing e Treinamentos, comemora as conquistas e o balanço positivo do ano. “Mesmo com os desafios que 2022 trouxe, como dólar alto e custos de viagens mais elevados, nós conseguimos espalhar a mensagem sobre os nossos parques de forma criativa e para uma grande quantidade de profissionais”, comemora Fortes.

“Já no primeiro semestre, lançamos um portal dedicado aos profissionais de turismo repleto de informações importantes e detalhadas sobre os nossos parques da Flórida. Esse projeto faz parte da nossa estratégia de oferecer sempre conteúdo relevante e atualizado para os nossos parceiros do trade” explica o executivo.

A plataforma dedicada aos profissionais foi lançada em São Paulo em um evento (foto) para 150 agentes de viagens. “Começar 2022, com esse evento nos deu a certeza de que o ano – apesar de desafiador – seria de conquistas. Os profissionais da indústria trabalharam com otimismo e atingiram suas metas”, afirmou Forte.

“Outro êxito desse ano foi a criação do Orlando Day, um evento de dia inteiro de capacitação em parceria com outros produtos do destino que conta com um formato diferenciado que gerou um ótimo engajamento com os participantes, por isso, queremos intensificar suas edições em 2023” acrescentou o gerente.

Somado a isso, nesse ano, a companhia incrementou o seu portfólio de atrações nos parques da Flórida, com a inauguração da Iron Gwazi no Busch Gardens Tampa e da Ice Breaker no SeaWorld Orlando. “Ambas as montanhas-russas foram sucesso de público nos parques e, aqui no Brasil, também deu o que falar. Sabemos que Orlando é um destino recorrente nas férias dos brasileiros e, por isso, focar nas novidades é fundamental. Nesse sentido, temos certeza que 2023 será um ano incrível, já que temos duas novas atrações impressionantes programadas para serem inauguradas tanto no parque de Orlando, quanto no de Tampa” comenta.

Para 2023, o Busch Gardens Tampa já anunciou a Serengeti Flyer, uma atração no estilo screamin’ swing (uma espécie de balanço gigante) mais alta e rápida do mundo. Serão dois pêndulos idênticos que balançarão progressivamente até atingir a velocidade máxima de 109 km/h e a altura de 41 m no topo da atração. Os visitantes se sentarão em duas fileiras de 10 pessoas, uma de costas pra outra, em cada uma das duas gôndolas, permitindo que 40 pessoas participem da atração de uma vez.

No SeaWorld Orlando, a grande novidade será a Pipeline: The Surf Coaster, a primeira montanha-russa de surf do mundo, onde os visitantes irão em pé a bordo de um veículo que simula uma prancha e os movimentos do esporte. O trajeto de 880 metros incluirá várias curvas, cinco momentos de airtime (sensação de ausência de peso), uma inversão inovadora que imita uma onda e terá duração de 1 minuto e 50 segundos. A montanha-russa atingirá a velocidade máxima de 96km/h e subirá a até 33 metros de altura.

Juliana Bordin

Public Relations Manager Latin America

SeaWorld Parks & Entertainment – Represented by Imaginadora Marketing

Mobile: +55 11 97515-2934

Email: julianabordin@imaginadora.com.br

