



# Desarrollo de producto para el nuevo turista digital

## Tendencias en el turismo

Noemí Mayén  
Desarrollo de Producto América

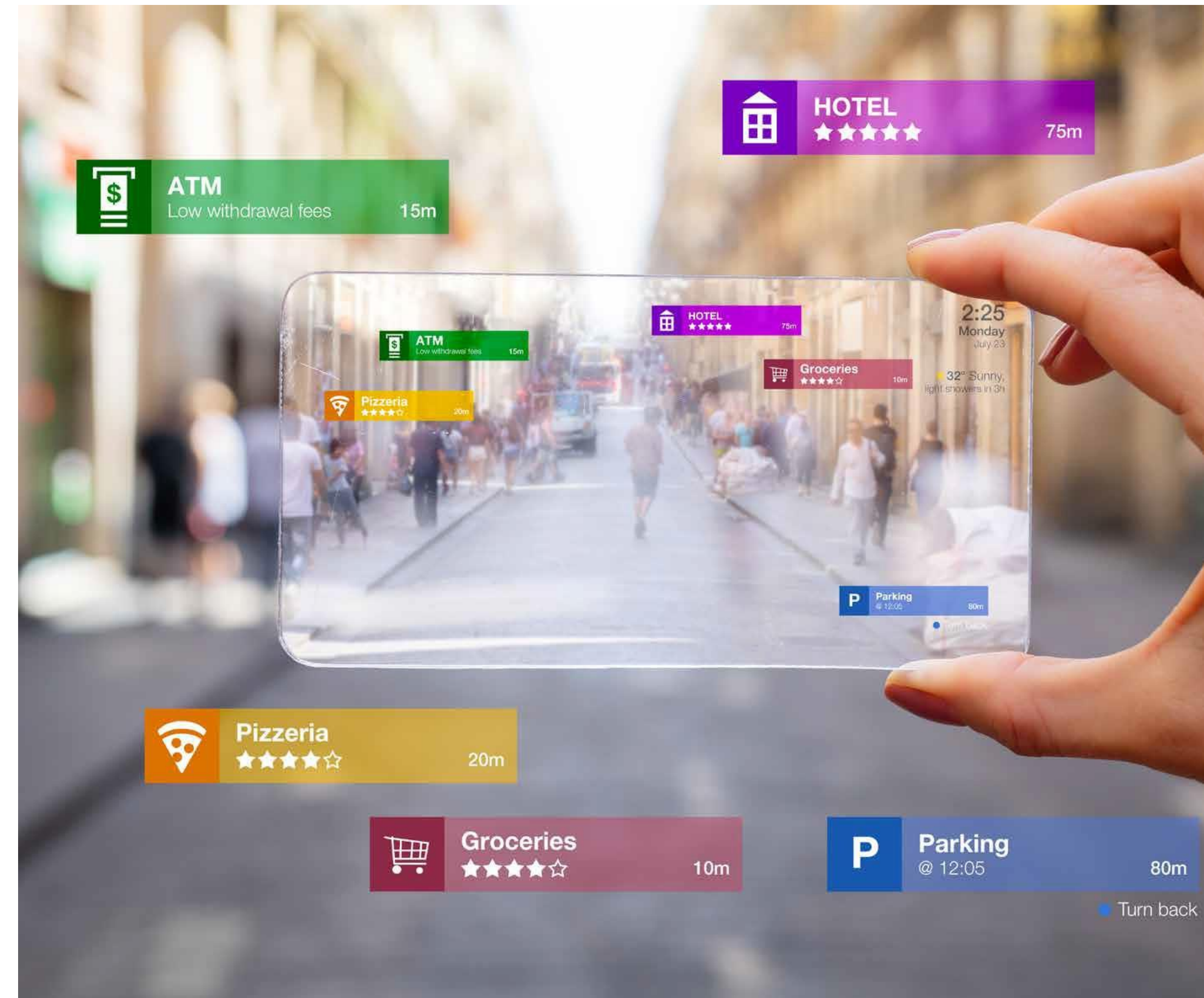
GRUPO

VIAJES *El Corte Inglés*

## Definición Turismo Digital

La utilización de herramientas digitales antes, durante y después del viaje.

Esto refiere tanto a turistas, como al resto de agentes de viajes involucrados en este sector. Las tecnologías digitales ha transformado la forma en que las personas planifican, reservan y disfrutan de sus viajes.



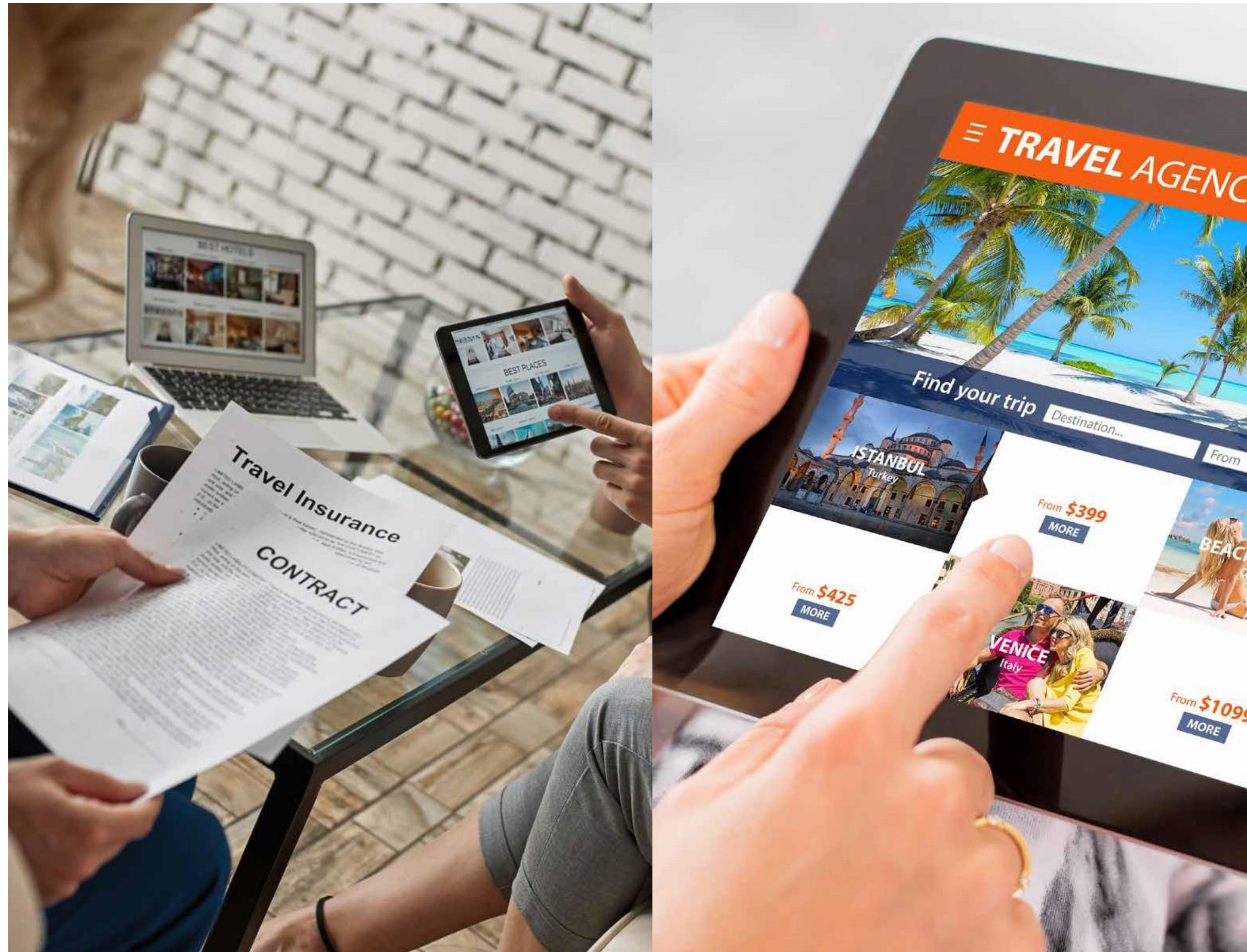
## Transformación de las organizaciones por el Turismo Digital

Como ha impactado el turismo digital en las agencias de viajes, la evolución en la necesidad de abrir sitios web, tener atención vía WhatsApp, redes sociales, CMS, teléfono.



## Importancia del Turismo Digital en las estrategias actuales

La importancia de utilizar los canales digitales y de complementarlos con canales tradicionales.



## Tendencias de Turismo Digital

**Clientes con gran acceso a la información** Ahora nos enfrentamos a un cliente que está más informado y necesitamos tener todas nuestras plataformas actualizadas y proporcionar la mayor información a nuestros clientes

**Mobile First** Aplicaciones móviles y sitios web para móviles

**Material audiovisual y realidad virtual como herramienta de ventas**

**Búsqueda de experiencias y no lugares**  
Yo considero que los clientes actuales más que un lugar en específico buscan tener una experiencia en el destino)



## **Necesidad de tener una atención multicanal**

Donde el cliente encuentre herramientas en los canales que se requieren (si bien las reservas son online, necesitamos atender a nuestros clientes en cualquier momento mediante las herramienta actuales y buscar la forma de acercarnos a ellos (Whatsapp, teléfono, chatbots, Redes Sociales)

**Decisiones de compra basadas en opiniones y sitios de reviews** (Tripadvisors) y tener una espacio para que los cliente puedan opinar y leer las experiencias.

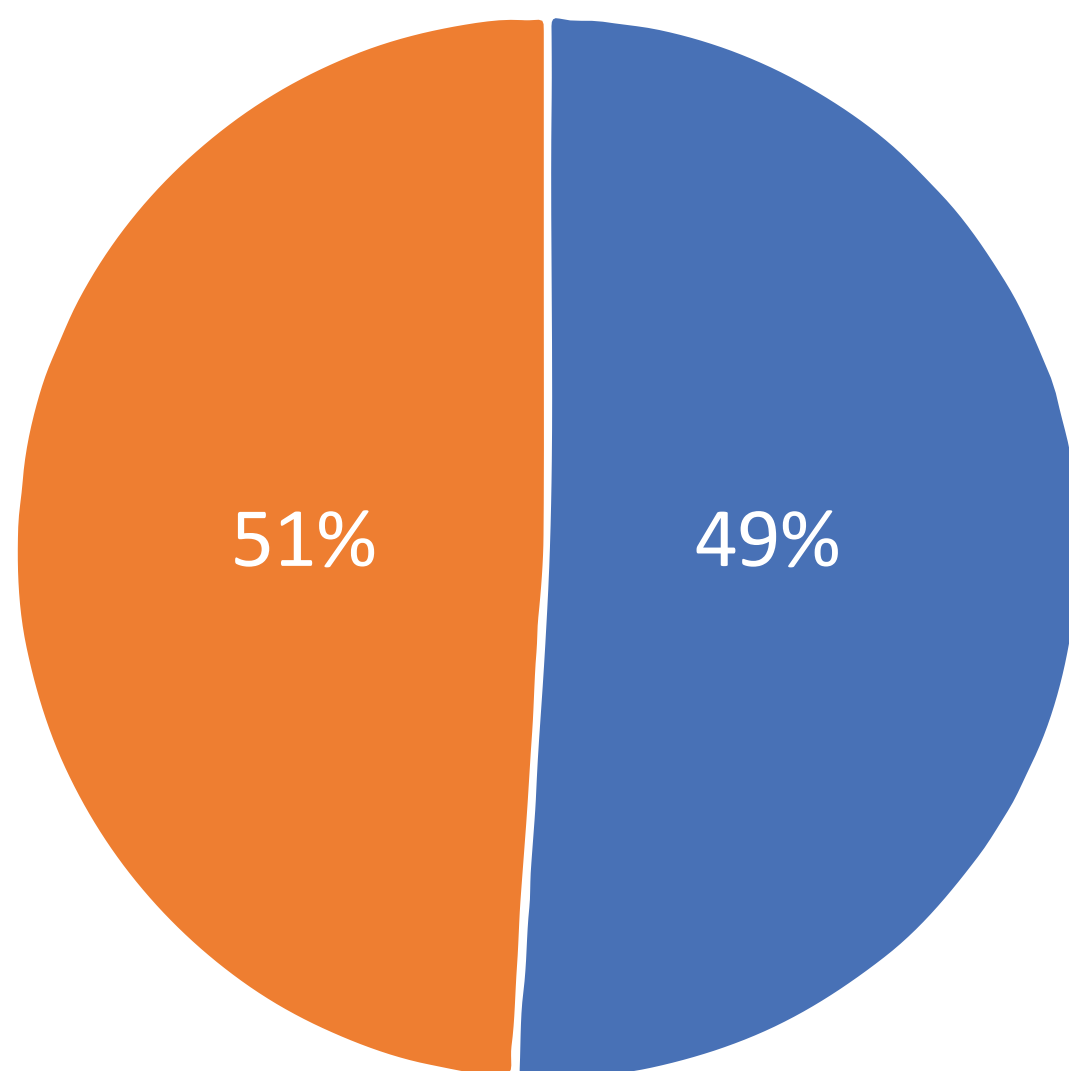
**Rapidez en el acceso a los productos y servicios de nuestra empresa.** Clientes que ya no esperan para cotizaciones y que ha reducido los tiempos de reserva y compra de servicios).

**Influencers y acercamiento a los turistas digitales por medio de redes sociales.**



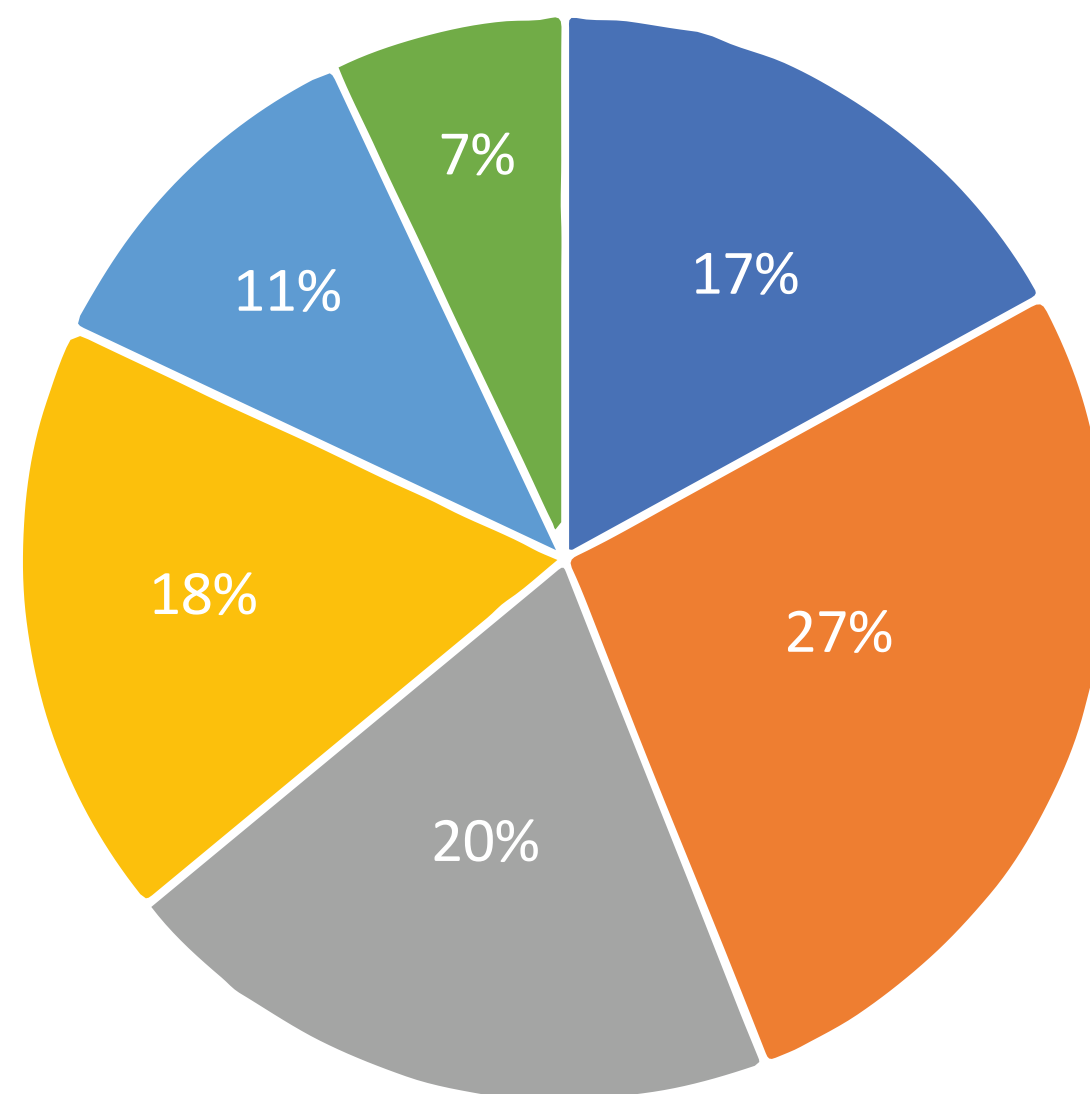
## ¿Cómo es el turista digital en México?

### Sexo



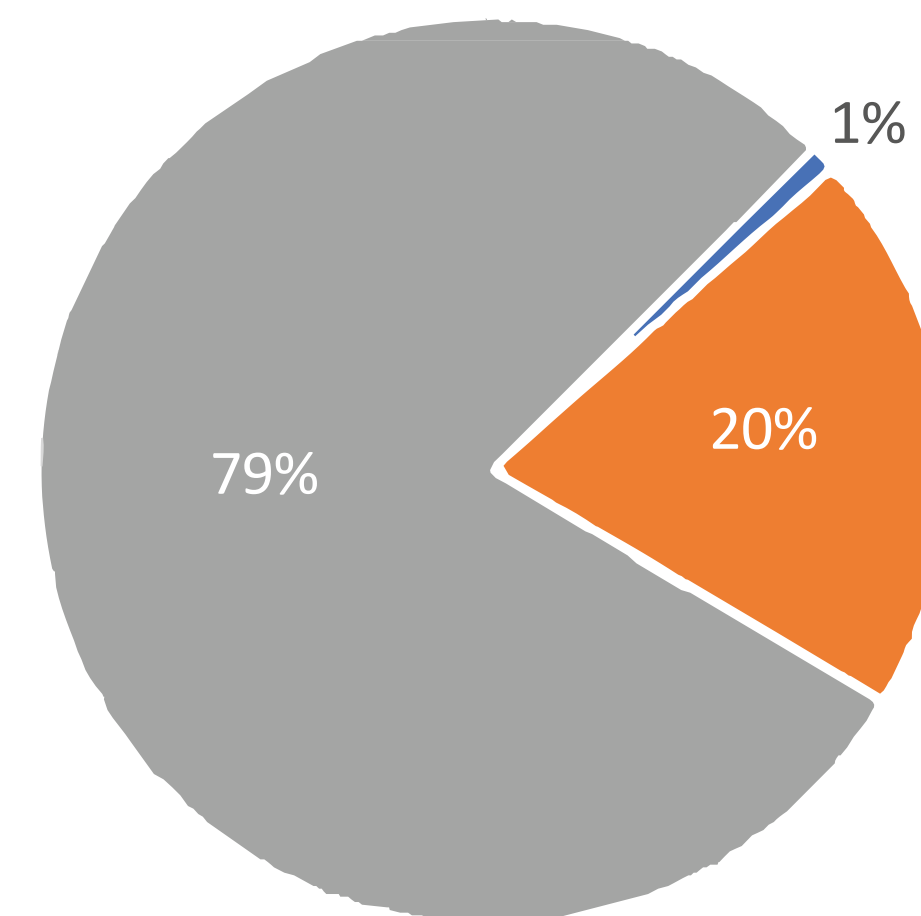
■ mujeres ■ hombres

### Edad



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ 65+

### Dispositivo utilizado



■ Tableta ■ Computadora ■ Telefono Movil

# ¿Cómo es el turista digital en México?

## Origen de los usuarios

- Ciudad de México
- Jalisco
- Estado de México
- Nuevo León
- Quintana Roo
- Guanajuato
- Veracruz
- Baja California
- Puebla
- Querétaro



# Intereses

## Países

- Estados Unidos
- Canadá
- España
- Francia
- Cuba
- Rep. Dominicana
- Italia
- Reino Unido
- Colombia
- Costa Rica

## Ciudades Internacionales

- Los Ángeles
- Madrid
- Nueva York
- Las Vegas
- Chicago
- Toronto
- París
- La Habana
- Houston
- Miami

## Destinos Nacionales

- Cancún
- Ciudad de México
- Guadalajara
- Tijuana
- Monterrey
- Acapulco
- Puerto Vallarta
- Mazatlán
- Mérida
- Oaxaca



## ¿Cómo impactar al turista digital?

La importancia del análisis de datos para conocer a nuestros clientes y conocer sus preferencias:

**Puntos relevantes que encontramos en los datos:**

- Destinos visitados
- Experiencias visitadas
- Duración de viajes
- Temporalidad de compra y viaje
- Cantidad de pasajeros y edades
- Gasto promedio
- Frecuencia

La importancia del CRM como base para la creación de campañas y turistas digitales.



## ¿Cómo impacta el turismo digital en la sustentabilidad?

Tenemos a un cliente que busca informarse desde el momento de la compra un producto turístico sobre el impacto que tiene este sobre el ambiente.

- Tendencias del viajero
- Gente interesada y preocupada por el medio ambiente



# Sesión de Preguntas y Respuestas