

La planificación y compra de viajes ha evolucionado con los dispositivos móviles

Autor

Jaclyn Loo

Fecha de publicación

Mayo de 2017

Temas

Vídeo, Móvil,

A medida que la planificación de viajes se traslada a los dispositivos móviles, los consumidores esperan encontrar información relevante más rápido que nunca. En la actualidad, es fundamental que la experiencia móvil sea rápida y sencilla. Los profesionales del marketing que ofrecen los mejores sitios web y aplicaciones de viajes tienen más posibilidades de generar reservas y crear valor a largo plazo.

Los consumidores utilizan los dispositivos móviles para buscar más información relacionada con viajes que nunca. Datos recientes de Google indican que ya se realizan más búsquedas relacionadas con determinadas categorías de viajes como, por ejemplo, vacaciones familiares y viajes de lujo, en dispositivos móviles que en ordenadores.¹ Además, los dispositivos móviles ofrecen a los viajeros una mayor flexibilidad a la hora de planificar las actividades que realizarán durante las vacaciones. Muchos viajeros planifican las actividades sobre la marcha, cuando se encuentran en el destino.²

Como los viajeros utilizan cada vez más los dispositivos móviles, las marcas deben tener en cuenta estas tres consideraciones:

Los viajeros realizan búsquedas y generan conversiones en los dispositivos móviles

Muchos profesionales del marketing piensan que los viajeros solo buscan y hacen reservas en dispositivos móviles cuando tienen una necesidad explícita. En realidad, el 31% de los consumidores que utilizaron los dispositivos móviles para hacer búsquedas de actividades relacionadas con viajes en el último mes buscó información a diario.³ La búsqueda de descuentos y ofertas es la actividad relacionada con viajes más habitual en dispositivos móviles. Cuando encuentran lo que buscan, estos consumidores están dispuestos a generar una conversión en su dispositivo móvil. En los 90 días previos a la encuesta, estos usuarios gastaron una media de 299,5 USD.⁴



Fuente: Google/Ipsos Media, EE. UU., "Travel on Mobile" (Planificación de viajes en dispositivos móviles), muestra: n=500 consumidores estadounidenses mayores de 18 años que utilizaron un smartphone para planificar viajes en el último mes, octubre del 2016.

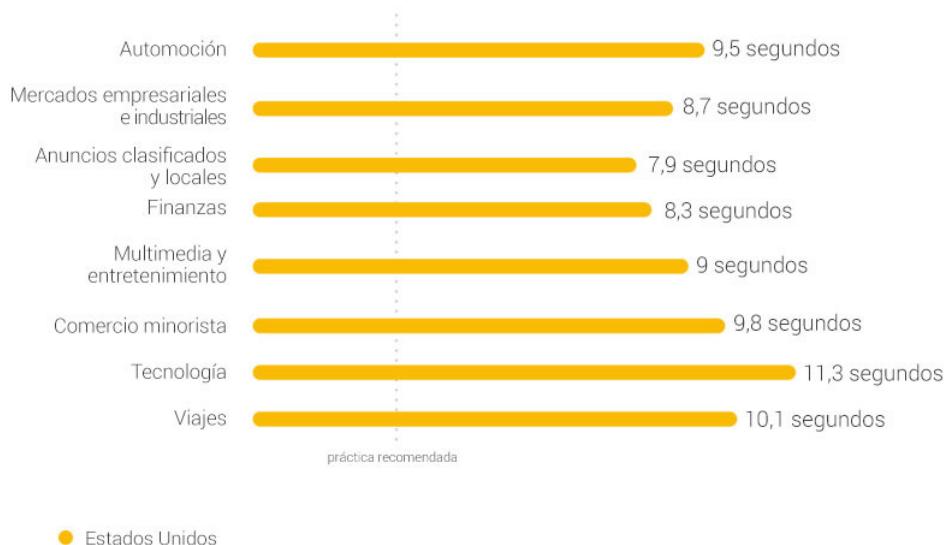
La inmediatez está por encima de la lealtad en los dispositivos móviles

Más del 90% de los viajeros que utilizan dispositivos móviles buscará en otro sitio web u otra aplicación si no ve cubiertas sus necesidades.⁵ El 79% de los viajeros afirma que utilizan el smartphone para buscar la información más relevante disponible, independientemente de dónde procedan estos datos.⁶

Los consumidores quieren experiencias más rápidas

El 53% de los visitantes de sitios web móviles abandona las páginas que tardan más de tres segundos en cargarse.⁷ Las páginas para dispositivos móviles de las marcas de viaje tardan 10,1 segundos de media en cargarse. El peso de las páginas para dispositivos móviles de toda la categoría de viajes también está por detrás de los valores de referencia del sector.

Velocidad: índice de velocidad media



Datos de Google, datos de Google Analytics globales, n=3700 en total, anónimos y extraídos de una muestra de sitios web móviles que aceptaron compartir datos comparativos, marzo del 2016.

Los viajeros utilizan sus dispositivos móviles para explorar, investigar y hacer compras relacionadas con viajes y esperan disfrutar de una experiencia rápida, útil y sin problemas. Las marcas que puedan ofrecerla obtendrán resultados óptimos.

Fuentes:

¹ Datos internos de Google sobre tendencias de categorías del buscador de datos Insights Finder basados en datos de consultas de búsqueda de los últimos tres años, hasta enero del 2017.

²Encuesta de Google, "Summer Travel 2017" (Viajes de verano del 2017), EE. UU., muestra: n=823 consumidores estadounidenses online que piensan hacer al menos un viaje de placer este verano, febrero del 2017.

^{3,4}Google/Ipsos Media, EE. UU., "Travel on Mobile" (Planificación de viajes en dispositivos móviles), muestra: n=500 consumidores estadounidenses mayores de 18 años que utilizaron un smartphone para planificar viajes en el último mes, octubre del 2016.

^{5,6}Google/Ipsos Connect, EE. UU., "Travel Playbook Omnibus 2017" (Guía general para viajes del 2017), muestra: n=2268 viajeros estadounidenses mayores de 18 años, abril del 2017.

⁷Datos de Google, datos de Google Analytics globales, n=3700 en total, anónimos y extraídos de una muestra de sitios web móviles que aceptaron compartir datos comparativos, marzo del 2016.