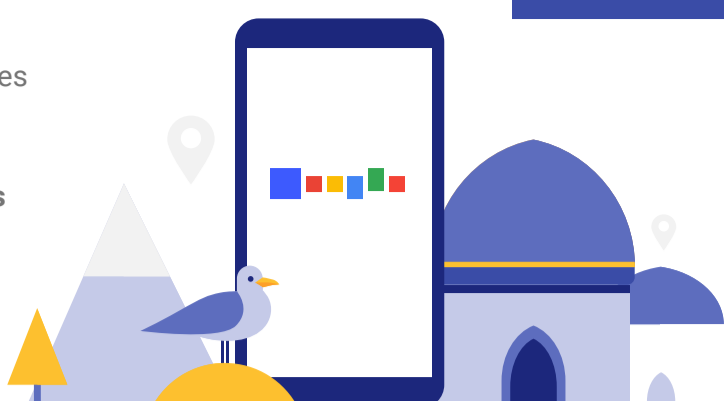


Cómo asistir a los mexicanos

en la compra de sus próximas vacaciones

Viajar es un placer y, más aún, cuando los consumidores son asistidos por las marcas con experiencias personalizadas.

En México, el **85% de las personas hacen sus compras de viajes a través del canal online**¹. Estar presente en los momentos clave de los viajeros mexicanos, convertirá tu marca en la opción elegida para su próximo destino.



77%

de los viajeros mexicanos eligieron un destino nacional¹.

El recorrido de los mexicanos para su próximo viaje:

Los viajeros desean encontrar en las marcas un asistente digital que los acompañe en cada momento de su aventura¹.

Inspiración



64%

no tiene decidido qué compañía elegirá.



62%

de los viajeros se inspiran en su tiempo libre, al estar de vacaciones o durante feriados.



87%

se inspiraron por un gran evento de descuentos, como CyberMonday.

Investigación

9 de cada 10

búsquedas utilizaron Google.



69%

busca a través de sitios web o apps de agencias, aerolíneas, hoteles u hospedajes.



33%

a través de páginas de reseñas.

Compra



85%

de los usuarios hicieron *online* sus compras de viajes.

Las razones principales para su decisión:



Comodidad y practicidad



Ahorro de dinero



Ahorro de tiempo

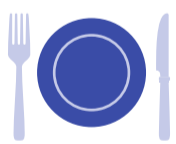
Postcompra



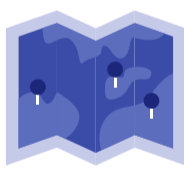
88%

de los viajeros desean que las marcas provean información luego de su compra.

Lo que quieren saber los viajeros:



Dónde comer

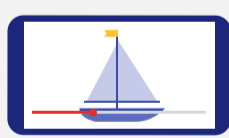


Mapas y transportes



Entrenamiento

En México, el video *online* los prepara para su viaje¹:



62%

de los consumidores conectados vieron videos *online* durante la investigación previa a la compra.

¿Qué los motivó a ver videos antes de viajar?



76%

mira videos para conocer mejor el destino.



44%

mira videos para conocer actividades para hacer en el destino.



41%

mira videos para conocer opiniones del lugar.

Los viajeros mexicanos buscan **experiencias de compra hechas a medida**¹:



64%

sería **leal** a una marca que personalice su **experiencia de viaje** a la medida de sus preferencias



57%

espera que las marcas **adapten sus ofertas** e información según sus preferencias y **comportamientos del pasado**.



55%

se unirá a un **programa de fidelización** si recibe información y ofertas personalizadas.



36%

está dispuesto a **pagar más** por servicios de viaje personalizado.

Fuentes.

1. Google/Kantar TNS. Estudio "¿Cómo asistir a los mexicanos en la compra de viajes?", México, septiembre 2018.

Think with Google