

VIAJEROS PREMIUM

CÓMO IDENTIFICARLOS

COMPARACIÓN ENTRE VIAJEROS ESTÁNDAR Y PREMIUM

0 1. Saben lo que quieren

	Estándar	Premium		Estándar	Premium
Aprovechar al máximo el poco tiempo disponible	63%	66%	Relax y desconexión	55%	65%
Conocer y participar en la cultura local	43%	55%	Explorar la gastronomía local	32%	50%
Marcar cosas de las listas de deseos	32%	46%	Compras	16%	36%
Aventura y Deportes	17%	36%	Vida nocturna	16%	33%
Salud y bienestar	11%	33%	Asistir a eventos especiales	15%	32%

0 2. Son digitales

Los **viajeros premium** son personas que utilizan **múltiples dispositivos y canales online** para enriquecer la experiencia del viaje.

	Estándar	Premium
Buscadores	50%	59%
Guías online	27%	43%
Agencias online	25%	42%
Perfiles sociales	11%	30%
YouTube	10%	26%
Influencers	2%	16%

Cualquier **estrategia** dirigida a viajeros premium debe centrarse en una **combinación de canales digitales y no digitales.**

0 3. Son influencers activos

	Estándar	Premium
Abiertos a compartir		
Buscan información adicional		
Importante potencial de viralización		
Hacen captura de pantalla de la información y la comparten	14%	25%
Contactan con la empresa para más información	11%	19%
Comparten en Social Media	4%	13%
Hacen comentarios	4%	12%

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL VIAJERO PREMIUM

0 4. Son tecnológicamente avanzados

Para el viajero premium, el **smartphone es una herramienta de gran utilidad.**

LO UTILIZA PARA:

- Hacer fotos y videos
- Planificar y buscar información detallada
- Pagar con el teléfono durante el viaje
- Enviar mensajes
- Leer los emails
- Realizar compras online
- Ver YouTube durante el viaje
- Consultar mapas locales

0 5. Son creadores de contenido

El viajero premium **comparte contenidos de los que se siente orgulloso:**

- 38% de los viajeros premium comparte el nombre del hotel donde se aloja.
- 22% comparte detalles de su habitación
- Comparten fotos y videos (+22 puntos porcentuales por encima de los viajeros estándar).
- Son muy activos en redes sociales durante el proceso del viaje.

0 6. Son previsores y flexibles

Los **viajeros premium** están interesados en **comprar por adelantado todas las actividades de ocio para llegar a destino y disfrutar.** Son los reyes de las compras anticipadas

No opciones estandarizadas

Personalización

PAQUETES DE VIAJE

11 componentes*

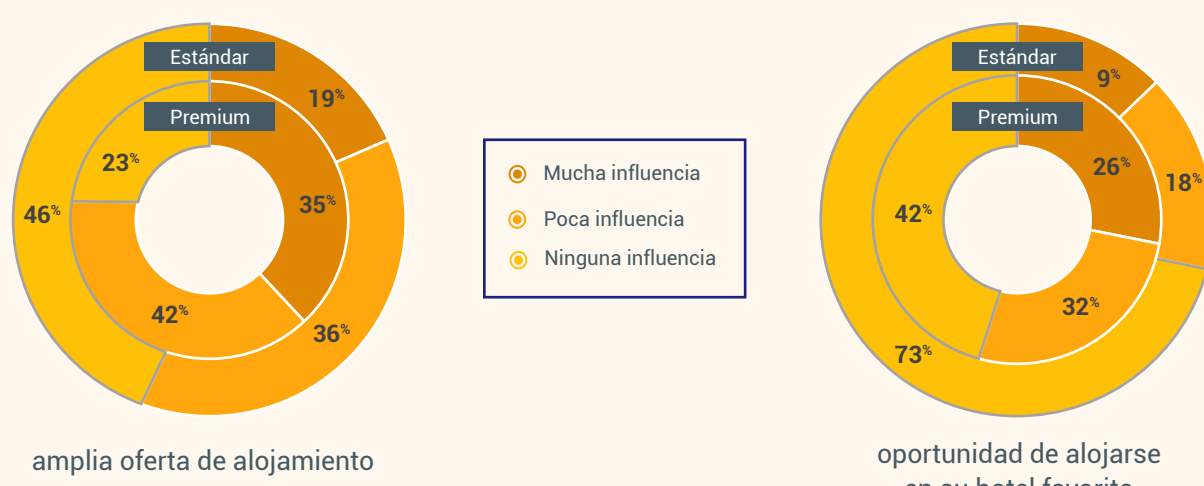
de los cuales, 4 son comprados con anticipación

*Componentes: excursiones, transporte, alojamiento...

0 7. El alojamiento es clave

El **alojamiento es un elemento importante** incluso a la hora de elegir destino:

- 16%** de los viajeros premium consideran un factor decisivo a la hora de elegir destino contar con una amplia oferta de alojamiento.
- 17%** de los viajeros premium consideran clave para elegir destino tener la posibilidad de alojarse en uno de sus hoteles favoritos.



El **viajero premium** quiere sentirse:

- Especial
- Conectado
- Relajado
- Inmerso en una experiencia auténtica

ES UNA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS SI SABEN LLEGAR A ÉL