

EL NOU CICLE DEL VIATGE

01

Inspirant/
Somiant



02

Descobrint/
Planejant



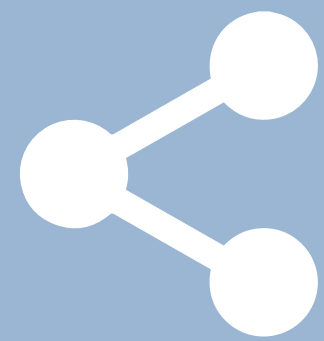
03

Reservant/
Comprant



06

Post viatge/
Compartint



05

A la destinació/
Experiència



04

48-24h abans
de la sortida
aeroport/viatge



EL NOU CICLE DEL VIATGE

01 Inspirant/ Somiant



- Univers online (OTAs, cercadors, webs de viatges i destinacions, etc.)
- Publicitat i branded content a revistes especialitzades
- Campanyes emailing i Newsletters de tot tipus de fonts diferents, relacionades amb el món dels viatges
- Programes de fidelització de targetes de crèdit, hotels i/o línies aèries
- Boca – orella (recomanacions de familiars i amics)
- Canals de destinacions que fidelitzen els seus clients repetidors
- Mitjans de comunicació tradicionals (ràdio, TV, i premsa) generalistes i especialitzats
- Moment per seduir al viatger amb propostes i experiències atractives i diferents.

02 Descobrint/ Planejant



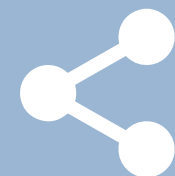
- Metacercadors
- Webs d'opinions de viatgers i OTAs
- Moment crucial de recerca i comparacions. Es valoren diferents opcions.
- Influències socials (trend setters)
- Client pot encara canviar d'opinió sobre detalls del viatge. Molt bon moment per continuar amb promoció
- Xarxes socials
- Travel advisors

03 Reservant/ Comprant



- Agències / Travel advisors / Concierge Services / Clubs / Personal Assistants
- Call Centers
- Compra directe a hotels, i d'altres proveïdors a la destinació, com receptius o organitzadors d'activitats i experiències
- Client multicanal (compara a diferents fonts)
- Web - App mòbil
- Perill de sobre informació
- OTAs
- Oportunitat de personalització
- Hotels / Aerolínies
- Cross / up selling durant compra i durant les 24-48h posteriors a la compra
- Opcions de rebooking

06 Post viatge/ Compartint



- Escriure i compartir opinions i valoracions
- Xarxes socials (ús relatiu i dependent del perfil Premium o luxe, i l'edat)
- Formularis i enquestes online de tots els proveïdors de serveis utilitzats
- Boca – orella
- Oportunitats de seguiment Customer Relationship Management (CRM)
- Seguitment post-viatge per part dels Travel Advisors, agent de viatge, o d'altres participants de la cadena de compra o de valor del viatge
- Customer Experience Management (CEM), generant fidelització i noves oportunitats de visita. Determinant per les DMO
- Moment més important per a la fidelització de les destinacions, marques hoteleres, línies aèries, receptius, etc.
- Seguitment dels programes de fidelització d'hotels i aerolínies, així com de les targetes de crèdit
- Pròxim viatge, iniciant la fase d'inspiració i somni un altre cop

05 A la destinació/ Experinència



- Concierge Services (hotel / app)
- Experiència d'opcions de recàrrega de bateries / Wifi gratuït / connexió i cobertura / opcions i seguretat en els pagaments mòbils
- Empreses receptives i organitzadors d'activitats i experiències
- Quan es viatja es fan servir mitjana 16 app (aerolínia, allotjament, transport, compra tiquets, reserva / opinió restaurants, etc.)
- Comunitat i xarxes socials (compartir i comentar). Importància imatges
- Experiència a l'hotel o allotjament
- Experiència fora de l'allotjament
- Importància de mantenir el contacte amb "casa/oficina"

04 48-24h abans de la sortida aeroport/viatge



- Reforçar comunicació virtuts del viatge comprat i generar expectatives i emoció prèvies a l'inici del viatge
- Boarding pass digital i automatització de tots els processos de l'aeroport (check in, seguretat, etc.)
- Informació porta d'embarcament pre-viatge
- Compres a l'aeroport / Duty free / Devolució Tax free
- Informació previsió del Volum de passatgers, tant a l'aeroport com al vol
- Entreteniment In Flight i oportunitats d'upselling
- Upselling (up grades / productes i serveis inflight)
- Arribada a la destinació (important punt de comunicació i venda, online i offline, de productes i serveis al destí)
- Ofertes últim minut (canvi a vols menys plens amb bonificacions)