

PERFIL DEL VIAJERO

INFORMACIÓN FICHA TÉCNICA

SEGMENTO DE MERCADO: PAREJAS



Perfil de viajero



¿Qué están buscando? (Necesidades)

- 1. Conocer su país:** Hay un sentido de culpa de haber conocido otros países y no su propio país.
- 2. Conectarse con la naturaleza:** Disfrutan de escenarios donde puedan contemplar la naturaleza y estar al aire libre.
- 3. Foto icónica:** Ana busca poder capturar una foto icónica del destino.
- 4. Destinos nuevos:** Les interesa conocer destinos nuevos, fuera de lo convencional.
- 5. Pet friendly:** Idealmente viajan a lugares pet friendly.
- 6. Proceso de reserva:** Prefieren procesos de reserva que no sean muy complejos.
- 7. Seguridad y respaldo:** Para garantizar un buen servicio e información completa, prefieren reservar a través de agencias. Establecen contacto directo con la agencia para aclarar detalles del viaje y tener mayor seguridad/respaldo. Que todo lo que se contrató se cumpla.
- 8. Precio vs. Calidad:** No les importa pagar más, siempre y cuando les ofrezcan servicios de calidad. Buscan atención personalizada. El factor limpieza juega un papel importante. Están dispuestos a pagar extra por servicios especiales. Esperan que las actividades inicien a tiempo, no les gusta la impuntualidad.
- 9. Experiencias auténticas:** Buscan experiencias únicas que permitan el acercamiento local. Practicar actividades fuera de lo común. Tienen especial interés en compartir con la comunidad anfitriona.
- 10. Conectividad:** Buscan destinos donde puedan tener una buena conectividad a Internet.
- 11. Cultura local:** Degustar gastronomía local y poder llevar un souvenir del destino.
- 12. Atractivo de especial interés:** Destinos donde puedan tener contacto directo con elementos de post-conflicto y reconciliación.
- 13. Participación local:** Prefieren tomar servicios prestados por locales.

- + **Cliente objetivo (nombre):** Explorador de nuevos destinos (**Ana y Juan**).
- + **¿Quiénes?:** Profesionales. Se conocieron en un viaje practicando buceo. No tienen hijos y tienen dos mascotas. **Los une:** los viajes, la práctica del buceo y ciclomontañismo, la comida (comer cosas diferentes e ir a restaurantes).
- + **¿De dónde son?:** **Bogotá** (Barrio estrato 4/5)
- + **Etapas de vida:** Les gusta probar cosas distintas. Disfrutan ir a buenos restaurantes. Les gustan las caminatas al aire libre. Se dirigen con cierta frecuencia a escenarios donde tengan acceso a la naturaleza. Disfrutan tomar vino y leer libros. Los fines de semana se dirigen a las afueras de Bogotá a almorzar. Van con cierta frecuencia a cine.
Ella: Juega ultimate, le gusta la lectura (le gusta leer sobre diseño y arte). Le encanta la fotografía.
El: Disfruta también de la lectura (libros de startups, tecnología, ingeniería). Le encantan las motos y el fútbol europeo. También practica fútbol.
- + **¿A qué se dedican para vivir?:** Juan es ingeniero de sistemas y trabaja en Siemens. Actualmente se encuentra cursando una maestría. Ana es publicista y trabaja en Codensa.
- + **Marcas que les gustan:** Under Armour, Adidas, Salomon, Apple, Aristas, Nikon, Yamaha, Cressi Sub.
- + **Decisiones de compra de viaje:** Se informan a través de redes sociales (Instagram, Facebook), páginas web, tienen un "check list" de sitios por conocer, consultan a amigos con los que comparten los mismos intereses, leen reviews. Buscan en Google blogs de viajeros y se guían por la información que aportan blogueros de viajes a los que siguen. Consultan TripAdvisor. Buscan fotos de los destinos. Ana es quien realiza comparaciones y es quien toma la decisión final.
- + **¿Qué les importa?:** Viajar, bucear, tener experiencias únicas "momentos woow". Tienen un interés importante por realizar voluntariados. Consideran importante aportar al medio ambiente con acciones que mitiguen la huella de carbón. Quieren viajar mucho antes de tener hijos. Las opiniones y sugerencias de sus amigos/conocidos son más importantes que el resto de fuentes consultadas.
- + **¿Como viajan?:** Priorizan destinos a los que antes no se podían ir por condiciones de orden público, prefieren destinos con poca gente, destinos de naturaleza. No obstante, un destino emergente los puede hacer dudar por la incertidumbre de no saber que tan organizados estén para atender turismo. Quieren saber TODO antes de viajar. Necesitan de una validación social para seleccionar el destino.

Sensibilidad de precio



Siempre y cuando se garanticen buenos servicios, están dispuestos a pagar precios altos. Los servicios y el destino deben ofrecer algo auténtico para que ellos estén dispuestos a pagar, tienen otras alternativas más económicas (costo de oportunidad). Tienen la sensación de que los destinos nacionales son costosos.



¿Cuáles son sus preocupaciones al viajar?

Las mascotas pueden ser un problema al momento de viajar. El poder o no llevar la mascota, puede ser un criterio de decisión. Que no se cumplan los protocolos de bioseguridad. Condiciones de comodidad en el alojamiento. Que no se pueda tomar la foto icónica. Inseguridad en ciertas zonas del país. Mala conexión a Internet. Esperan pagar precios justos y no sentirse que les cobraron más que a otros turistas. Que no tengan en cuenta las restricciones alimenticias. Tienen dos fuerzas encontradas: sienten llamado de conocer cosas alternativas pero las opiniones de sus amigos y familiares son importantes.



Puntos de dolor y problemas

- + **Problemas superficiales:** Queremos viajar mucho antes de tener hijos, conocer lo que más podamos, queremos aprovechar la coyuntura actual para conocer nuestro país, ya que no podemos salir con facilidad. Deseamos conocer sitios donde no haya muchas aglomeraciones. Deseamos poder tomar la foto icónica en el destino, sin esto, sentimos que "perdimos el viaje".
- + **Dolor más profundo:** Quiero conocer las cosas que mi amiga conoció durante su viaje, deseo obtener la foto icónica del destino (Ana). Quiero vivir una experiencia relajada, tranquila donde pueda interactuar con elementos de la comunidad local y la naturaleza (Juan). Vamos en búsqueda del bienestar espiritual, reconectarnos con la naturaleza, aportar a la comunidad y al medio ambiente. Valoramos servicios donde se le preste "atención al detalle". Tenemos siempre curiosidad sobre los lugares de alojamiento que vamos a seleccionar.



¿Cómo les podemos ayudar (funcional)?

- + Diseñar planes y actividades que: Les permita aumentar su bienestar. Planes auténticos que incluyan la interacción de comunidades locales y conexión con la naturaleza.
- + Implementar estrategias de servicio al cliente que informen de manera oportuna y clara.
- + Diseñar estrategias de marketing digital para dar a conocer los productos y/o servicios en los canales predilectos por este segmento de mercado.
- + Resaltar los highlights del destino en las estrategias de mercadeo.
- + No generar expectativas mayores a la realidad de los productos/servicios que se pueden prestar.
- + Cumplir a cabalidad con los tiempos y actividades programadas.
- + Cobrar un precio justo y razonable.
- + Prestar atención a las exigencias específicas del cliente.

