



MERCADOS B2B & B2C

Ana Yancey Hernández T.



PRESENTACION
ANA YANCEY HERNANDEZ T.

Soy una mujer soñadora, emprendedora,
amante de la vida y de los viajes, hija de Dios y
orgullosa de mis hijos y mi hermoso país,
Colombia!!



<https://bit.ly/2HyF5la>



<https://bit.ly/2HyF5la>



Universidad
Externado
de Colombia

<https://bit.ly/2BriEaP>



<https://bit.ly/2ym7x2Q>



<https://bit.ly/2FfslOI>



SMART PRICING

Una tarifa para cada mercado

COLOMBIA 

EJES TEMÁTICOS



INTRODUCCIÓN A
MERCADOS EN TURISMO



B2B
BUSINESS TO BUSINESS



B2C
BUSINESS TO CONSUMER



PARIDAD TARIFARIA



TALLER



INVITACIÓN

INTRODUCCIÓN A MERCADOS EN TURISMO

Conjunto de consumidores con características e inspiraciones singulares, que desean obtener productos y/o servicios dentro de la dinámica de oferta y demanda

En Turismo podemos definir el mercado, como las personas interesadas en viajar y las empresas interesadas en comercializar los diferentes servicios turísticos dentro de la cadena de viajes (customer journey)

Ventajas Competitivas



HOTELES

- Diversificación en canales de distribución
- Presencia en mercados mundiales
- Aprovechamiento máximo de la disponibilidad
- Estrategias de Revenue Management
- Posibilidad de llegar a diferentes segmentos

AGENCIAS DE VIAJE

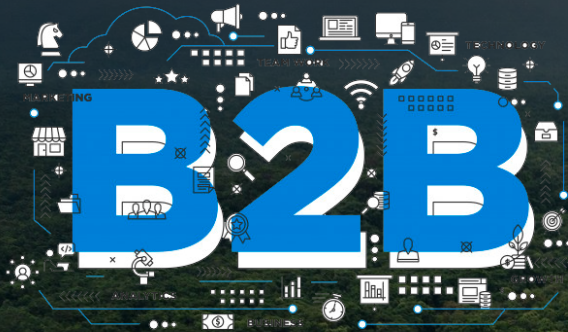
- Ampliación de portafolio de servicios
- Presencia en mercados mundiales
- Posibilidad de negociaciones efectivas en ruedas de negocios
- Mayor oportunidad de encadenamiento con operadores turísticos
- Incremento de ingresos por diferentes márgenes de rentabilidad

TURISMO DE REUNIONES

- Mayor posibilidad de sinergias para atraer congresos, encuentros corporativos y eventos
- Oportunidades para el aprovechamiento de la oferta de espacios con capacidades suficientes para albergar eventos de diferente magnitud
- Diversificación en eventos que permiten un mayor margen de contribución al sector Turismo

B2B – Business to Business





Business to Business

- De empresa a empresa
- Proceso de compras de colaboración
- Tarifas negociadas
- Convenios off line
- Tarifas opacas o empaquetadas
- La comunicación se da a través de uno o varios intermediarios



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES, TURISMO, INVERSIÓN, MARCA PAÍS

COLOMBIA 



VENTAJAS

- ☐ Se firma un contrato con condiciones explícitas para las partes
- ☐ Alcance mundial mediante reseller
- ☐ Modalidad prepago
- ☐ Reserva / compra con antelación
- ☐ Alto impacto de la reputación de cada empresa
- ☐ Garantía en Presencia global



DESVENTAJAS

- ☐ Por la amplitud del mercado que abarca, el costo de intermediación es alto
- ☐ El control de la paridad tarifaria en ocasiones es dispendioso
- ☐ Si hay preguntas al consumidor final acerca de su reserva, esto puede tomar días e incluso semanas dependiendo el número de intermediarios
- ☐ Una feedback negativo se difundirá a la empresa del convenio y todos sus reseller

EJEMPLOS



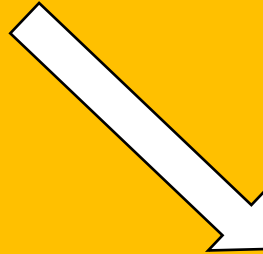


Bedbank

- ✓ 60.000 reseller ó intermediarios de viaje
- ✓ 170.000 Hoteles
- ✓ 22.000 Rutas
- ✓ 16.000 actividades

**Ancillary
Bank**

- ✓ A.V. minoristas
- ✓ A.V. mayoristas
- ✓ Operadores Turísticos
- ✓ Aerolíneas
- ✓ Ota's
- ✓ Hoteles



Estrategias – B2B



GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM - GDS



amadeus



abacus

Horizonte En Línea

Estrategias para aumentar productividad en GDS



Revisión constante de estrategias con market manager o agente encargado

Horizonte En Línea

B2C – Business to Consumer





Business to Consumer

- De empresa a consumidor final
- Proceso de compras con factor emocional
- Tarifas dinámicas
- Diferentes escenarios de contacto
- Tarifas públicas
- La comunicación es directa al consumidor



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES, TURISMO Y INVERSIÓN MARCA PAÍS

COLOMBIA 



VENTAJAS

- ☐ La información de cada empresa se carga directamente
- ☐ Bajo costo de comercialización
- ☐ Pago en destino o prepago si es no reembolsable o depósito
- ☐ Diferentes días de antelación para reservas / compras
- ☐ Posibilidad de responder directamente a los feedback de los clientes
- ☐ Control de esquemas tarifarios



DESVENTAJAS

- ☐ Alcance local o mundial a un segmento específico
- ☐ La empresa debe verificar directamente las garantías
- ☐ La empresa turística debe aplicar las penalidades a que haya lugar en el momento oportuno
- ☐ La responsabilidad de las comunicaciones es directamente de la empresa turística
- ☐ El compromiso de disponibilidad y tarifa reservada es de la empresa turística

EJEMPLOS





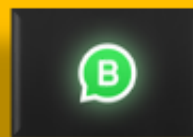
BOOKING.COM
online hotel reservations

despegar.com 



Expedia

www.sitiodelhotel.com



<https://bit.ly/2Rxd5FX>

Estrategias – B2C



Agencias de Viaje On Line – OTAS



Horizonte En Línea

Agencias de Viaje On Line – OTAS



Horizonte En Línea

TALLER



B2B



B2C



B2B2C

Identifica el mercado

TALLER

BOOKING.COM

B2C / B2B2C

SITIO WEB Y MOTOR DE RESERVAS

B2C

EXPEDIA

Hoteles.com - B2C
Paquetes -B2B

WHATSAPP BUSINESS

B2C

TRUMAN ADVENTURE - AGENCIA
DE VIAJES MINORISTA

B2B

PRICETRAVEL - HOLDING

Pricetravel.co - B2C / B2B2C
Mayoristas - B2B

ABREU - TOUROPERADOR
MAYORISTA

B2B

Identifica el mercado

Paridad Tarifaria

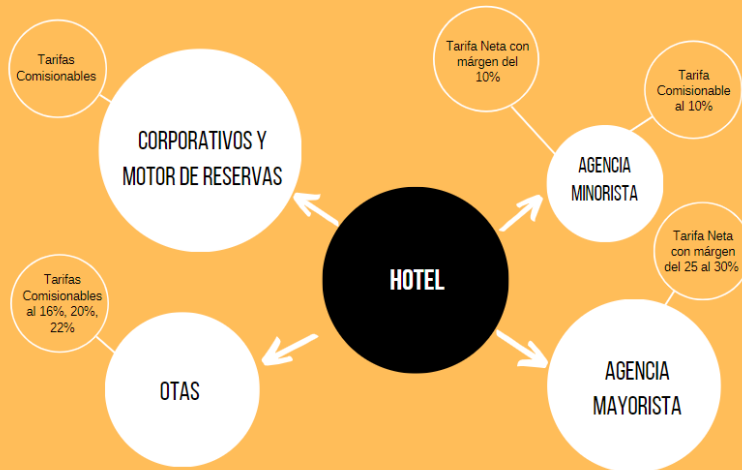


Diferenciación en Tarifas

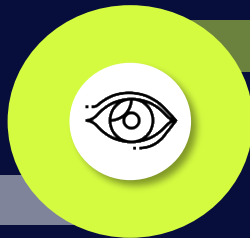


DINÁMICA DE TARIFAS

CASO: HOTEL



EJERCICIO



B2B



B2C



B2B2C

Oferta la Tarifa correcta

INVITACIÓN



1. EXPLORA POR COLOMBIA



2. TOMA TU MEJOR FOTO



3. COMPÁRTELA EN REDES

¡¡Tú también
puedes aportar!!





Ana Yancey Hernández T. y
Horizonte en Línea



Horizonte en Línea



Horizonte en Línea



Ana Yancey Hernández T.

Conferencista Programa de Formación Exportadora en Turismo



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 

MUCHAS
GRACIAS

COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS