

Prepárate para Destination X

Gánate la confianza y fidelidad de los viajeros en el mundo de los servicios complementarios tras la reserva

Está previsto que el mercado de las actividades de viaje llegue a 183.000 millones de dólares en 2020. ¿Están preparados los viajeros cuando llegan a Destination X? ¿Se satisfacen sus necesidades complementarias? A través de un estudio global, hemos identificado ocho tendencias clave que deben conocerse y que destacan los desafíos y oportunidades del juego de los servicios complementarios tras la reserva.

Tendencia 1: los servicios en destino son la clave del éxito o fracaso del viaje.

Casi el 50% de los viajeros alcanzan su nivel máximo de estrés el día de la salida

1/3

de los viajeros dice que los servicios en destino son la clave del éxito o del fracaso de sus viajes

Tendencia 2: los viajeros están desatendidos en Destination X

1/4

Casi la cuarta parte de los viajeros no tienen tiempo para planificar sus experiencias, decidir qué hacer o cómo llegar a los sitios

10%

siente que no recibe orientación suficiente de su empresa, agencia de viajes o proveedor de servicios de avión/hotel

Tendencia 3: los viajeros de ocio y de negocios son similares, pero tienen diferentes prioridades

Los viajeros suelen reservar entre 1 y 2 servicios complementarios en el destino por viaje

¿Qué es lo que priorizan los viajeros en Destination X?

Tres principales prioridades del viajero de negocios:

Tres principales prioridades del viajero de ocio:

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 Compensación por retrasos | 1 Atracciones e instalaciones |
| 2 Traslados en taxi | 2 Compensación por retrasos |
| 3 Salas de aeropuerto/tren | 3 Restaurantes |



Tendencia 4: servicios complementarios: el más importante de los servicios auxiliares de viaje

72%

de los viajeros son muy receptivos a recibir sugerencias sobre servicios relacionados en el destino

1/3

dice que los servicios complementarios "realmente mejoran su experiencia de viaje"

Tendencia 5: en busca del toque personal

Más de la mitad de los viajeros afirman que les gustaría que las cadenas de viajes adaptaran la información y el contenido del destino en función de sus preferencias y comportamientos anteriores.

“Lo más importante para una excelente experiencia del cliente es la confianza, y que se logre a través de la coherencia en la oferta. Cuando los clientes saben que pueden esperar un cierto nivel de experiencia con la marca, confían aún más en ella”

Alex Rogers, Head of Partnerships, Holiday Taxis

Tendencia 6: buscar menos, el acceso ininterrumpido es una necesidad

“Tener una experiencia móvil fluida y que funcione perfectamente es clave”

Paloma Salmeron Planells
Head of Communications, AirHelp

Principales frustraciones de los viajeros en Destination X

#1 Falta de un único punto de acceso móvil para buscar y reservar servicios

#2 Falta de opiniones fiables que sirvan de guía para tomar decisiones

Tendencia 7: Destination X debe ser inclusivo y accesible para todos los viajeros



Viajeros con discapacidad

Viajeros mayores

Viajeros solitarios

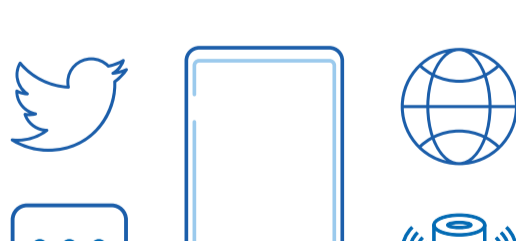
“Me encantaría ver ofertas de servicios para personas mayores y para personas con problemas de movilidad, además de actividades sugeridas en el destino para nosotros también, sin que lleguen a ser demasiado insistentes”

Viajero de CheckMyTrip

Tendencia 8: anticipando el nirvana

18%

de los viajeros buscan un acceso unificado a los servicios de destino a través de aplicaciones, chat, web y voz



AMADEUS

- ✉ mobile@amadeus.com
- 🌐 amadeus.com/DestinationX
- 🏠 #AmadeusDestinationX
- 🐦 @AmadeusESP
- 🏠 AmadeusITGroup

