

A jornada de compra: como viajantes planejam e fazem reservas on-line

Informações importantes: Canadá



Com uma jornada de compra complexa e multifacetada, esta pesquisa revela os comportamentos de viajantes durante essa jornada, incluindo os principais recursos e motivações que influenciam as decisões na hora de reservar viagens on-line.

A Luth Research inclui dados de viajantes do Canadá provenientes de:

- +800 entrevistados na pesquisa
- painel de dados digitais com cerca de 10,5 mil associados

Viajantes do Canadá costumam passar mais de 1 mês pensando na viagem, 4 dias a mais do que a média, e quase 40 dias planejando essa viagem. A reserva geralmente acontece 2 meses antes da viagem, 4 dias a menos do que a média.



Inspiração



Pesquisa e planejamento



Tempo após a compra



Disposição para conhecer outros destinos

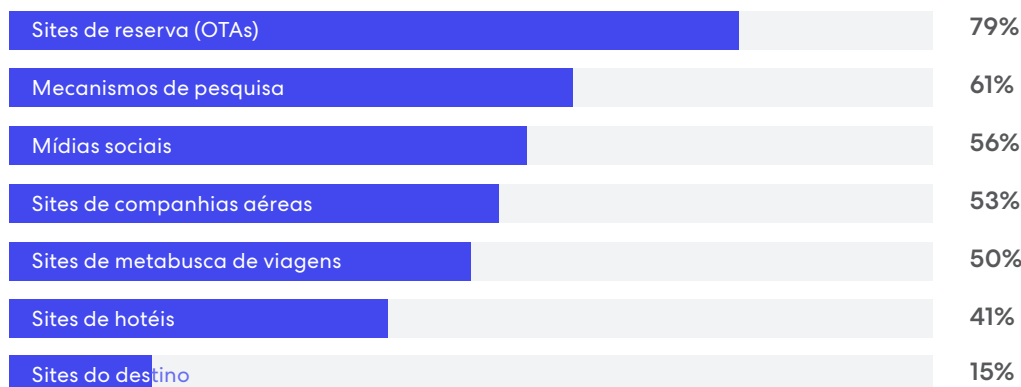


62%

dos viajantes não tinham um destino específico em mente quando começaram a pensar na possibilidade de viajar.

Recursos usados antes da compra de uma viagem

Viajantes do Canadá estão mais dispostos do que a média das pessoas a usar sites de hotéis e sites de destinos durante a jornada de compra.



69%

dos viajantes do Canadá reservaram a própria viagem usando um computador desktop

→ em relação à média de 59%

Consumo de conteúdo nos 45 dias antes da reserva



133

páginas de conteúdo de viagem visualizadas

→ em relação à média de 141 páginas



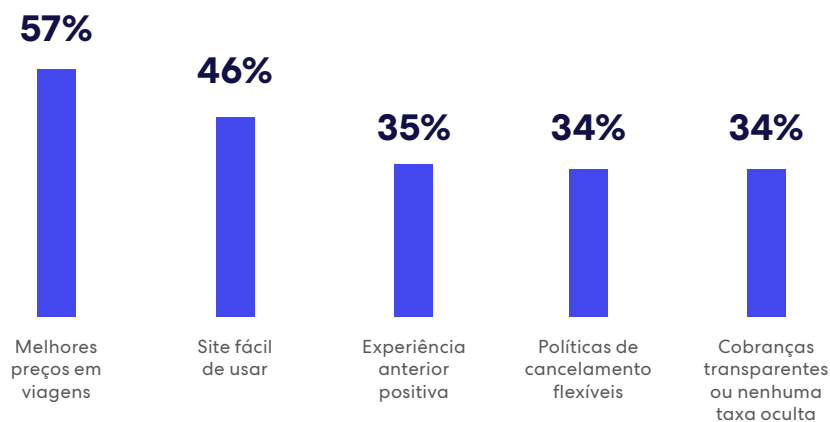
287

minutos gastos consumindo conteúdo de viagem

→ em relação à média de 303 minutos



Preço e sites fáceis de usar são os principais fatores ao escolher onde planejar e reservar viagens



Viajantes veem os anúncios mais tarde na jornada de compra



dos viajantes influenciados pela publicidade viram os anúncios ao restringir as opções. → em relação é média de 39%

← O que mais influenciou essas pessoas:



53%
Promoções ou ofertas



43%
Imagens bonitas



43%
Conteúdo com destaque para experiências interessantes

Viajantes do Canadá tendem a participar de programas de fidelidade

58% dos viajantes são associados de um programa de fidelidade.

↑ desses associados:

- **79% consideram importante reservar** com uma marca da qual são associados no programa de fidelidade
- **50% pagariam mais para reservar** com uma marca da qual são associados no programa de fidelidade

Principais motivos por que viajantes do Canadá se interessam por programas de fidelidade



76%
de desconto sobre o preço



70%
de ganho em pontos ou recompensas em dinheiro para viagens futuras

Pontos principais

OTAs oferecem mais do que reservas

Viajantes costumam recorrer aos sites de reserva, ou OTAs, como principal recurso quando se trata de inspiração, planejamento e pesquisa. Oferecemos a viajantes do mundo inteiro tudo o que precisam ao longo da jornada de compra para todos os tipos de viagem, criando demanda para os nossos parceiros.

Em busca de inspiração sobre destinos

A maior parte dos viajantes do Canadá não tem um destino específico em mente ou considera vários destinos antes de escolher para onde ir, o que indica uma oportunidade de oferecer inspiração sobre destinos a essas pessoas nas fases de planejamento e pesquisa.

Destaque-se em um mercado competitivo

Viajantes do Canadá consomem muito conteúdo de viagem e analisam esse conteúdo por muito tempo até a reserva. Busque maneiras de se destacar da concorrência para garantir que o seu conteúdo alcance o público certo.