

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

Informações importantes: México



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 México provenientes de:

- +800 entrevistados na pesquisa
- painel de dados digitais com cerca de 5.200 associados

Viajantes do México costumam gastar mais de 1 mês pensando na viagem e outro mês para planejar o itinerário, o que é comparável à média. A reserva geralmente acontece 2 meses antes da viagem, 10 dias a menos do que a média.



Inspiração



Pesquisa e planejamento



Tempo após a compra



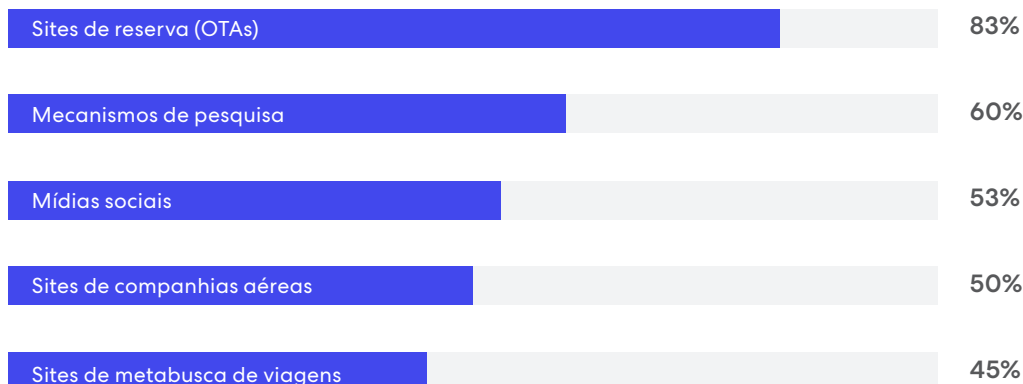
Disposição para conhecer outros destinos



8 em cada 10

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

Recursos usados antes da compra de uma viagem



83%

vijantes do México usam OTAs na sua jornada de compra

→ em relação à média de 80%

Consumo de conteúdo menor do que a média nos 45 dias antes da reserva



78

páginas de conteúdo de viagem visualizadas

→ em relação à média de 141 páginas



227

minutos gastos consumindo conteúdo de viagem

→ em relação à média de 303 minutos



Preço e opções de pagamento são mais importantes ao decidir onde planejar e reservar uma viagem



Viajantes do México são as pessoas mais influenciadas pela publicidade



das pessoas afirmaram que a publicidade influenciou na decisão de reservar uma viagem

→ em relação à média de 19%

← Promoções e ofertas são os fatores de maior influência



57%
Promoções ou ofertas



54%
Imagens bonitas

Viajantes do México que participam de programas de recompensas desejam reservar com uma marca que oferece o programa do qual são associados

39% dos viajantes são associados em um programa de fidelidade.

↑ desses associados:

- **95% consideram importante reservar** com uma marca da qual são associados no programa de fidelidade
- **78% pagariam mais para reservar** com uma marca da qual são associados no programa de fidelidade
- **24% pagariam bem mais para reservar** com uma marca da qual são associados no programa de fidelidade

Principais motivos por que viajantes do México se interessam por programas de recompensas



68%
de desconto sobre o preço



60%
de benefícios e comodidades



57%
de ganho em pontos ou recompensas em dinheiro para viagens futuras



57%
de ofertas para associados

Pontos principais

OTAs oferecem mais do que reservas

Ao planejar uma viagem, viajantes do México usam OTAs de várias maneiras, desde a pesquisa, a seleção das opções e, por fim, a reserva. 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.

Consumidores que se preocupam com os preços

Viajantes do México tendem a ser mais influenciáveis com publicidade, em particular com anúncios que incluem promoções, e têm mais interesse em descontos oferecidos por programas de recompensas. Como estratégia de marketing, pense na possibilidade de criar uma promoção com conteúdo inspirador e atraente.

Aposte na fidelização

Mesmo que menos da metade faça parte de programas de recompensas, 95% desses viajantes acreditam que é importante reservar com uma marca da qual são associados, porcentagem mais alta do que todos os outros países na pesquisa. Ofereça descontos, comodidades, benefícios e pontos para viagens futuras para alcançar viajantes fiéis onde quer que estejam reservando.