

Il percorso di acquisto dei viaggiatori Come pianificano e prenotano i loro viaggi online

In primo piano: Australia



Questo studio illustra il comportamento delle persone lungo il complesso e sfaccettato percorso di acquisto di un viaggio. Svela, inoltre, i principali fattori e le risorse che influenzano le loro decisioni quando prenotano online.

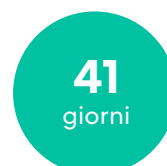
Lo studio di Luth Research include dati sui viaggiatori australiani ottenuti da:

- oltre 800 intervistati
- 10.500 iscritti (dati digitali longitudinali)

La fase di ispirazione dei viaggiatori australiani dura un mese, mentre la ricerca e la pianificazione durano più di 40 giorni, un po' più della media. La prenotazione ha luogo 3 mesi prima della partenza, un lasso di tempo più lungo rispetto alla media di 73 giorni.



Ispirazione



Ricerca e
pianificazione



Post-acquisto



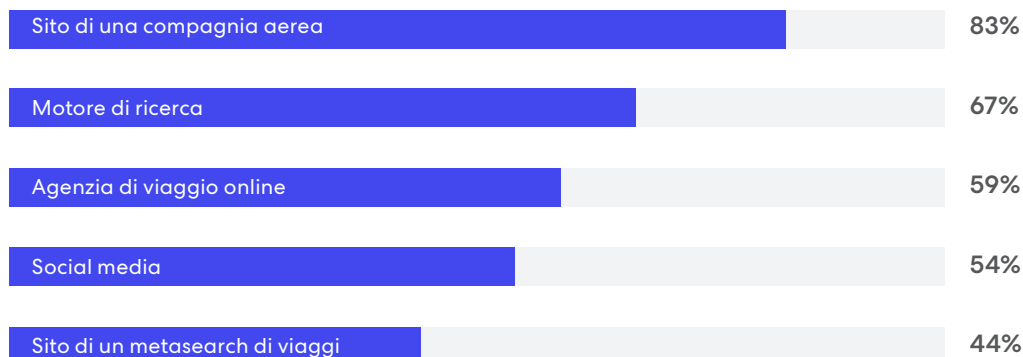
Disponibilità a lasciarsi ispirare sulla meta



Oltre la metà

dei viaggiatori (56%) non aveva in mente una meta specifica quando ha iniziato a pensare a un nuovo viaggio.

Risorse utilizzate lungo il percorso di acquisto



L'83%

dei viaggiatori australiani usa i siti web delle compagnie aeree durante la pianificazione

→ rispetto a una media del 54%

I viaggiatori australiani consultano meno contenuti rispetto alla media nei 45 giorni precedenti la prenotazione



91

pagine con contenuti di viaggio visitate

→ rispetto a una media di 141 pagine



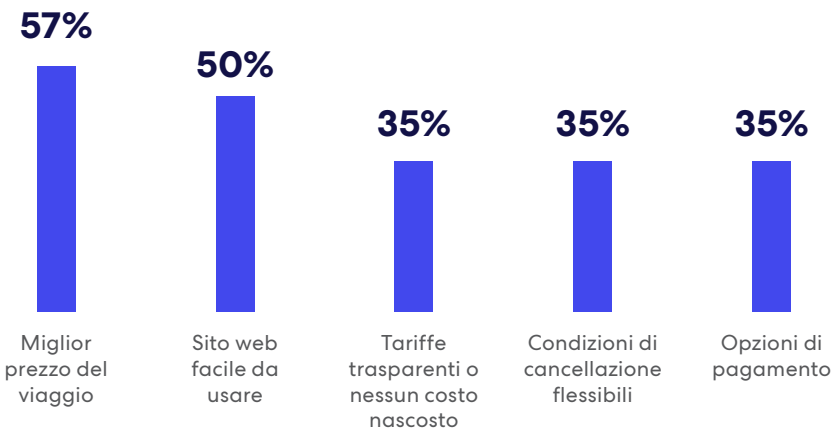
229

minuti di consultazione di contenuti di viaggio

→ rispetto a una media di 303 minuti



Il prezzo e un sito web di facile utilizzo sono i fattori più importanti quando si sceglie dove pianificare e prenotare un viaggio

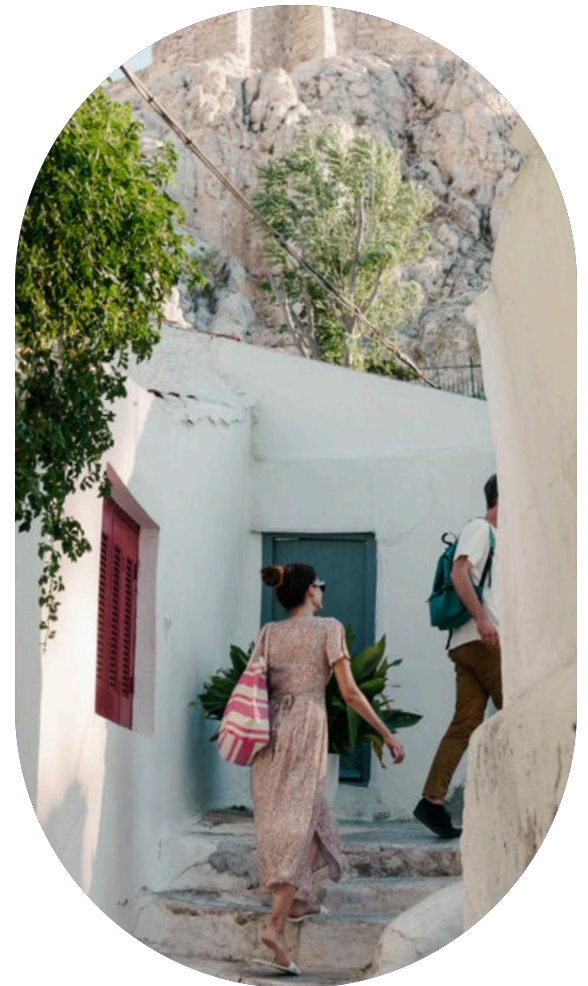


È probabile che i viaggiatori australiani siano iscritti a programmi fedeltà

Il 50% dei viaggiatori australiani è iscritto a programmi fedeltà.

↑ Tra gli iscritti:

- **il 73% ritiene importante prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto
- **il 51% pagherebbe di più per prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto



I motivi principali per cui ai viaggiatori australiani interessano i programmi fedeltà



73%
Sconti sul prezzo



62%
Offerte per soli iscritti



60%
Upgrade gratuiti



57%
Accumulare punti o vantaggi fedeltà per viaggi futuri

Considerazioni principali

Intercetta i viaggiatori sfruttando una fase di pianificazione più lunga

Gli australiani pianificano il viaggio con largo anticipo, quindi puoi approfittare di una finestra di opportunità più lunga, soprattutto nella fase di ricerca e pianificazione. Cerca di farti notare e crea contenuti che restino impressi nella mente delle persone.

Adotta un approccio multicanale

I viaggiatori australiani usano varie risorse lungo il percorso di acquisto, quindi è fondamentale intercettarli anche al di fuori dei canali di proprietà del brand. Distribuisci la strategia su più canali e piattaforme e sfrutta il potenziale delle collaborazioni per consolidare la tua presenza e ampliare la portata.

Punta sulla fidelizzazione

I viaggiatori australiani che partecipano a programmi fedeltà considerano importante prenotare tramite un brand con cui possono sfruttare la loro iscrizione e sono anche disposti a investire sulle prenotazioni associate ai programmi fedeltà. Promuovi i vantaggi del tuo programma fedeltà nei contenuti e sui canali in cui sei presente e considera l'idea di offrire sconti esclusivi ai viaggiatori più fedeli.