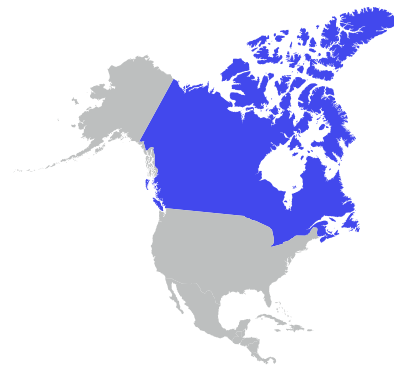


# Il percorso di acquisto dei viaggiatori Come pianificano e prenotano i loro viaggi online

## In primo piano: Canada



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 canadesi ottenuti da:

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

I viaggiatori canadesi cercano ispirazione per un viaggio per più di un mese (4 giorni in più rispetto alla media) e impiegano quasi 40 giorni per pianificarlo. La prenotazione avviene oltre 2 mesi prima della partenza, un lasso di tempo di 4 giorni inferiore rispetto alla media.



Ispirazione



Ricerca e  
pianificazione



Post-acquisto



### Disponibilità a lasciarsi ispirare sulla meta

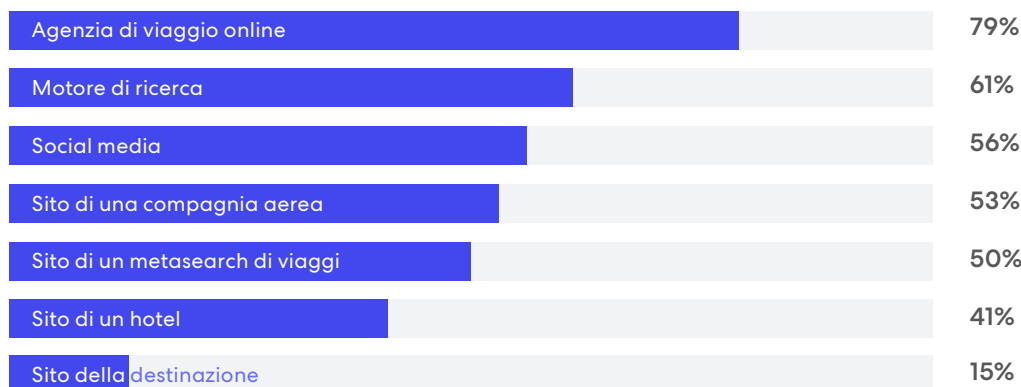


# Il 62%

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

### Risorse utilizzate lungo il percorso di acquisto

Rispetto alla media, i viaggiatori canadesi sono più propensi a usare i siti web degli hotel e delle destinazioni durante il percorso di acquisto.



# Il 69%

dei viaggiatori canadesi ha prenotato il viaggio da desktop

→ rispetto a una media del 59%

### Consultazione di contenuti nei 45 giorni che precedono la prenotazione



# 133

pagine con contenuti di viaggio visitate

→ rispetto a una media di 141 pagine



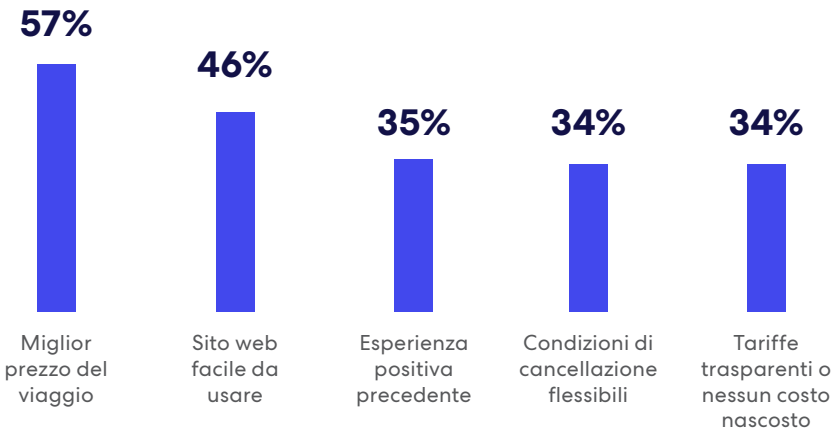
# 287

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



I viaggiatori notano le inserzioni pubblicitarie più tardi nel percorso di acquisto



**Il 46%**

dei viaggiatori, tra quelli influenzati dalla pubblicità, ha notato un annuncio mentre stava effettuando una selezione delle opzioni disponibili. → rispetto a una media del 39%

← Cosa ritengono influenzi di più le loro decisioni:



**53%**

Offerte o promozioni



**43%**

Immagini suggestive



**43%**

Contenuti che propongono esperienze interessanti

È probabile che i viaggiatori canadesi siano iscritti a programmi fedeltà

**Il 58%** dei viaggiatori è iscritto a programmi fedeltà.

↑ Tra gli iscritti:

- **il 79% ritiene importante prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto
- **il 50% pagherebbe di più per prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto

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



**76%**

Sconti sul prezzo



**70%**

Accumulare punti o vantaggi fedeltà per viaggi futuri

## Considerazioni principali

### Le agenzie di viaggio online non servono solo a prenotare

I viaggiatori ricorrono principalmente alle agenzie di viaggio online per trovare idee, pianificare ed effettuare ricerche. Expedia Group offre tutto il necessario ai viaggiatori di tutto il mondo in ogni fase del percorso di acquisto e per ogni tipologia di viaggio, favorendo la domanda per i nostri partner.

### Alla ricerca di possibili mete

La maggior parte dei viaggiatori canadesi non ha in mente una destinazione particolare oppure considera più mete prima di scegliere dove andare. Ciò significa che hai l'opportunità di ispirarli nella fase della pianificazione e della ricerca.

### Distinguiti dalla massa

I viaggiatori canadesi consultano molti contenuti di viaggi e ci trascorrono molto tempo prima di procedere con la prenotazione. Cerca di farti notare e raggiungere il pubblico giusto con i tuoi contenuti.