

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

In primo piano: Regno Unito



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.

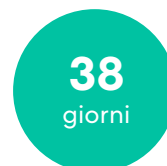
Lo studio di Luth Research include dati sui viaggiatori del Regno Unito ottenuti da:

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

I viaggiatori del Regno Unito impiegano un mese per trovare ispirazione e oltre un mese per pianificare un viaggio ed effettuare ricerche (in linea con la media). Una volta presa una decisione, il lasso di tempo che separa la prenotazione dalla partenza è di oltre 3 mesi (quindi superiore alla media, pari a 73 giorni).



Ispirazione



Ricerca e pianificazione



Post-acquisto



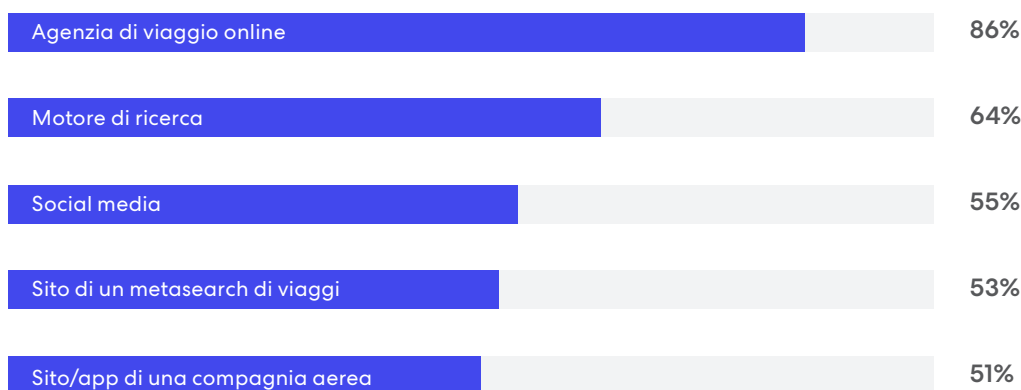
Disponibilità a lasciarsi ispirare sulla meta



6 viaggiatori su 10

non avevano in mente una meta specifica oppure consideravano più opzioni.

Risorse utilizzate lungo il percorso di acquisto



L'86%

dei viaggiatori del Regno Unito usa i siti delle agenzie di viaggio online nel percorso di acquisto

→ rispetto a una media dell'80%

Consultazione di contenuti inferiore alla media nei 45 giorni che precedono la prenotazione



88

pagine con contenuti di viaggio visitate

→ rispetto a una media di 141 pagine



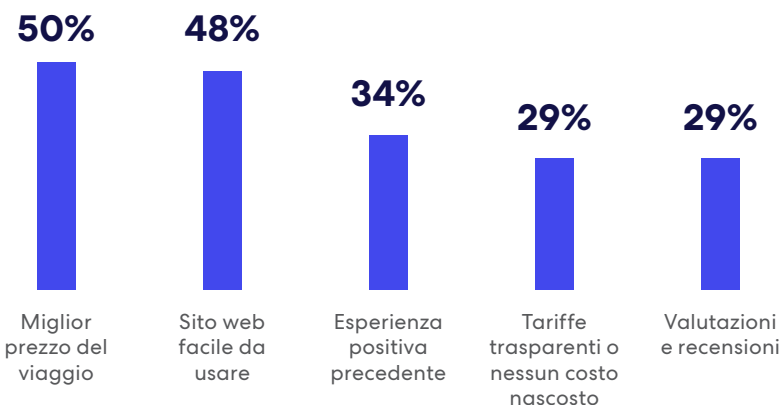
221

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



Il 22%

dei viaggiatori del Regno Unito, tra quelli che hanno consultato i social media prima di prenotare il viaggio, li ha usati per i link e i codici degli influencer (questa percentuale è più alta di qualsiasi altro paese oggetto dello studio)

I viaggiatori del Regno Unito che aderiscono a programmi fedeltà ritengono importante prenotare sfruttando la propria iscrizione

Il 33% dei viaggiatori è iscritto a programmi fedeltà

↑ Tra gli iscritti:

- il 68% ritiene importante prenotare con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto
- il 55% pagherebbe di più per prenotare con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto

I motivi principali per cui ai viaggiatori del Regno Unito interessano i programmi fedeltà



76%

Sconti sul prezzo



58%

Upgrade gratuiti



58%

Offerte per soli iscritti



Considerazioni principali

Alla ricerca di possibili mete

Oltre il 60% dei viaggiatori del Regno Unito 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 iniziale del percorso di acquisto.

Le agenzie di viaggio online non servono solo a prenotare

La percentuale di viaggiatori del Regno Unito che si affidano alle agenzie di viaggio online per cercare ispirazione, pianificare ed effettuare ricerche è superiore alla media. 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.

Includi offerte e incentivi

Quando decidono dove cercare e prenotare un viaggio, i viaggiatori del Regno Unito considerano importante poter accedere ai prezzi migliori. Per distinguerti dalla concorrenza, includi tua strategia di marketing promozioni supportate da contenuti stimolanti e convincenti.