

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

## In primo piano: Messico



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 messicani ottenuti da:

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

I viaggiatori messicani cercano ispirazione per più di un mese e impiegano un altro mese per pianificare un viaggio, in linea con la media. La prenotazione avviene oltre 2 mesi prima della partenza, un lasso di tempo di 10 giorni inferiore rispetto alla media.



Ispirazione



Ricerca e  
pianificazione



Post-acquisto



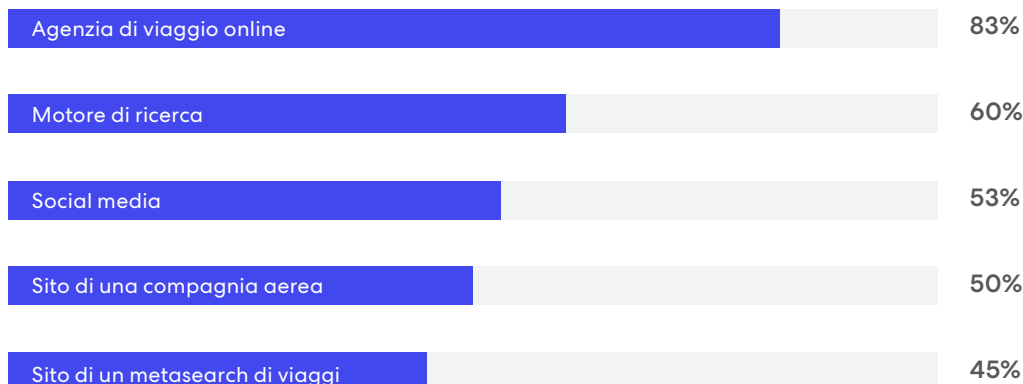
### Disponibilità a lasciarsi ispirare sulla meta



# 8 viaggiatori su 10

non avevano in mente una meta specifica quando hanno iniziato a pensare a un nuovo viaggio.

### Risorse utilizzate lungo il percorso di acquisto



# L'83%

dei viaggiatori messicani usa le 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



# 78

pagine con contenuti di viaggio visitate

→ rispetto a una media di 141 pagine



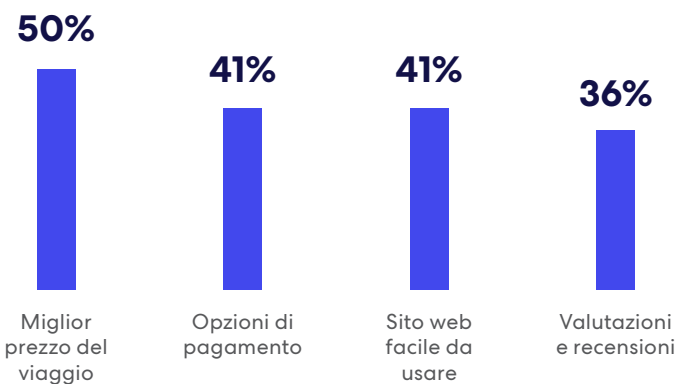
# 227

minuti di consultazione di contenuti di viaggio

→ rispetto a una media di 303 minuti



Il prezzo e le opzioni di pagamento sono i fattori più importanti quando si sceglie dove pianificare e prenotare un viaggio



I viaggiatori messicani sono i più influenzati dalla pubblicità



**Il 40%**

dei viaggiatori sostiene che la pubblicità ha influenzato la propria decisione di prenotare

→ rispetto a una media del 19%

← Le promozioni e le offerte sono il fattore che incide di più



**57%**  
Offerte o promozioni



**54%**  
Immagini suggestive

I viaggiatori messicani che aderiscono a programmi fedeltà vogliono prenotare tramite un brand con cui possono sfruttare la loro iscrizione

**Il 39%** dei viaggiatori è iscritto a programmi fedeltà

↑ Tra gli iscritti:

- **il 95% ritiene importante prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto
- **il 78% pagherebbe di più per prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto
- **il 24% pagherebbe molto di più per prenotare** con un brand che offre un programma fedeltà a cui è iscritto

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



**68%**  
Sconti sul prezzo



**60%**  
Extra e servizi



**57%**  
Accumulare punti o vantaggi fedeltà per viaggi futuri



**57%**  
Offerte per soli iscritti

## Considerazioni principali

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

Durante la pianificazione di un viaggio i messicani usano le agenzie di viaggio online in diverse occasioni, dalla ricerca alla selezione delle opzioni fino alla prenotazione. 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.

### Viaggiatori attenti al prezzo

I viaggiatori messicani tendono a essere influenzati maggiormente dalla pubblicità, in particolare dagli annunci che includono promozioni, e sono i più interessati agli sconti offerti dai programmi fedeltà. Come strategia di marketing, prova a proporre una promozione supportata da contenuti stimolanti e convincenti.

### Punta sulla fidelizzazione

Anche se gli iscritti a programmi fedeltà sono meno della metà, il 95% di loro ritiene importante prenotare con un brand sfruttando la propria iscrizione. Questa percentuale è la più alta rispetto a tutti gli altri paesi oggetto dello studio. Offri sconti, extra, servizi e vantaggi da utilizzare per viaggi futuri ed entra in contatto con i viaggiatori fidelizzati ovunque stiano prenotando.