

Hábitos de compra del consumidor



Llega diciembre y encontramos información sobre cómo cambiaron los hábitos de comprar del consumidor.

El concepto de “usuario multipantalla” o “multiscreen” sigue pisando cada vez más fuerte (usuario multipantalla: el consumidor utiliza más de una pantalla al mismo tiempo: televisor, teléfono móvil, tableta, ordenador portátil, etc).

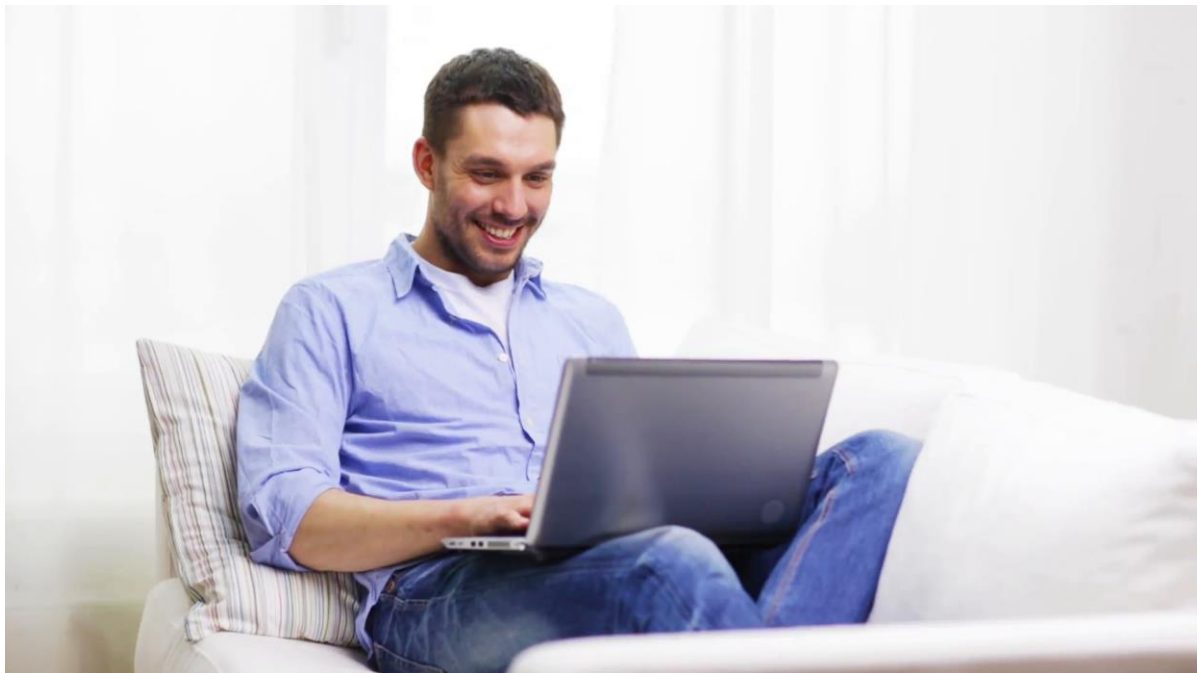
Actualmente los consumidores cuentan con un acceso a Internet MUY amplio, vivimos 100% conectados; por ende, los argentinos empezamos a investigar cada vez más, uno de los temas más buscados es la industria del viaje; todo lo relacionado al ciclo del viaje, desde su inicio hasta su finalización.

Informe Marketing Digital

POR MARILYN GERAGHTY | DICIEMBRE 2018

Chile, Argentina y Colombia están entre los países con mayor interés en el rubro viajes en la búsqueda online.

En Argentina, el 64% de los internautas buscan videos online relacionados con productos o servicios turísticos, mientras que el 72% compra en Internet productos o servicios relacionados con turismo. (*fuentes Google*)



El 59% de los argentinos buscan videos online relacionados con productos o servicios turísticos.

El **ciclo del viaje** también muestra como cambió el consumidor y este cambio se vincula con el Momento Cero de la Verdad ó ZMOT.

- **Estimulo** = Pensar en viajar

Informe Marketing Digital

POR MARILYN GERAGHTY | DICIEMBRE 2018

- **ZMOT** = Planificar el viaje – buscar información, antes lo más probable era ir a una agencia de viajes o leer revistas, ahora buscamos online información sobre todo lo relacionado al destino o a lo que queremos hacer. Nos vemos influenciados por opiniones de desconocidos que afectan nuestra toma de decisión.
- **1er momento de la verdad** = Reservar un viaje: tomamos la decisión de reservar el hotel, un restaurant, esto puede o no suceder online.
- **2do momento de la verdad** = Disfrutar del viaje: comentamos como nos fue, si nos gustó o no el lugar y también sucede en Internet (en nuestras redes sociales, por ejemplo) y lo comentamos con nuestros amigos, familiares y conocidos. Este segundo momento es **fundamental** porque afecta a nuestro próximo huésped.



Otro factor importante a tener en cuenta es que los argentinos hemos cambiado la duración de las vacaciones, ya no nos vamos un mes o quince días, hacemos escapadas más cortas, de 4 días, por ejemplo.

Este cambio lo entendió perfectamente AirBNB y ya lo hemos mencionado en informes anteriores.

Las brújulas y las cartas náuticas que guiaban los viajes de los inmigrantes dieron paso a las **aplicaciones**, que se transformaron en los mejores asesores de viajes:



Google Vuelos

permite encontrar pasajes, monitorear vuelos, recibir alertas y comparar precios.



Google Trips

este planificador de viajes diseña itinerarios de forma automática, permite organizar las reservas de pasajes y hoteles desde Gmail e Inbox, y brinda recomendaciones.



Google Maps

permite descargar el mapa para usarlo sin conexión y acceder a toda la información, los lugares guardados, recorridos y navegación.

Resumiendo, tenemos que ser conscientes de este cambio de hábito, tenemos que “seducir” a nuestro potencial consumidor y estar presente en el momento cero de la verdad.