



FIDELIZACIÓN del TURISTA

MÓVIL



HotelManager

La generalización en el uso de smartphones

ha cambiado por completo....

La comunicación entre marcas y consumidores

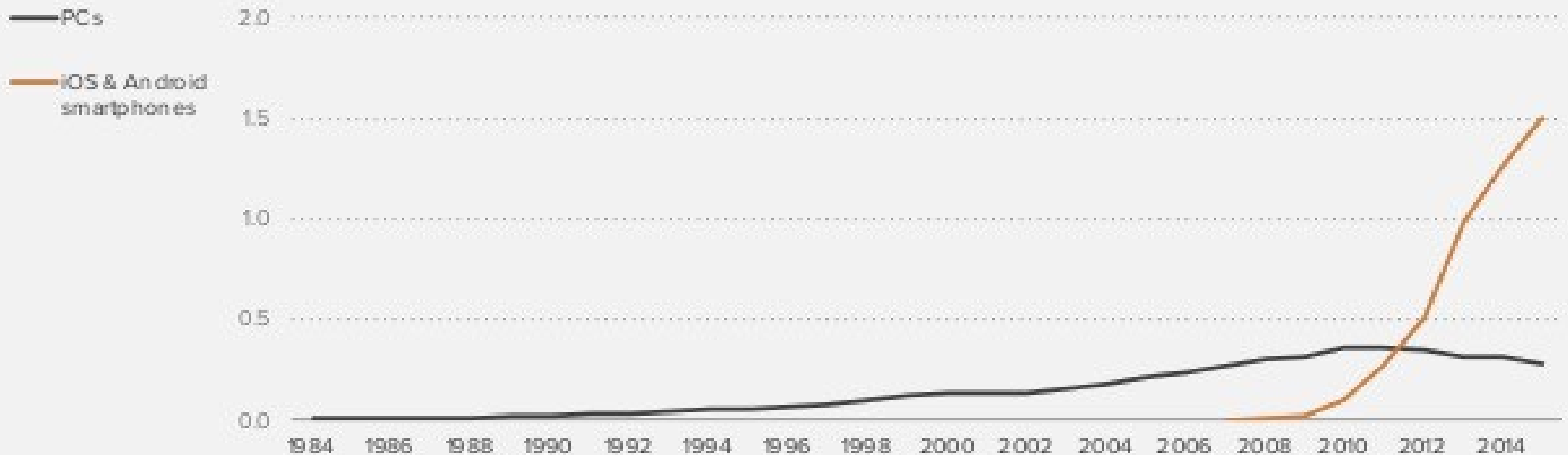
Las estrategias de *engagement*

El concepto de FIDELIZACIÓN del cliente

Overtaken by a new ecosystem

Fundamental shift in scale - from 300m+ PC units a year to 1.5bn smartphones and growing

Annual unit sales (bn)



JAN
2016

DIGITAL DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF THE ADULT POPULATION* THAT OWNS EACH KIND OF DEVICE



MOBILE PHONE
(ALL TYPES)



we
are
social

96%

SMART
PHONE



Google

80%

LAPTOP OR
DESKTOP COMPUTER



we
are
social

73%

TABLET
DEVICE



38%

TV STREAMING
DEVICE



Google

16%

HANDHELD
GAMING CONSOLE



we
are
social

[N/A]

E-READER
DEVICE



Google

12%

WEARABLE
TECH DEVICE



2%

we
are
social

• Source: Google Consumer Barometer 2015. Figures based on responses to a questionnaire. *Please see notes at the end of the report for definitions. @wearesocialsg • 420

Algunos datos sobre los hábitos móviles en España

España es líder en el uso de

smartphones en Europa

7 de cada 10 españoles

que posee un smartphone se conecta todos los días a Internet través de este dispositivo, y más de la mitad durante más de 30 minutos.

El 100% de los españoles

que se conectan a Internet lo hacen también desde su smartphone y el 90% de los usuarios se conecta todos o casi todos los días.



El 77% de los españoles

usa el servicio de mensajería instantánea por lo menos una vez a la semana. Es la tasa más alta entre los países desarrollados.

El 40% de los usuarios

mira la pantalla de su teléfono más de 50 veces al día y el 70% mira su teléfono durante la primera media hora después de haberse despertado.

Las aplicaciones son la forma favorita para conectarse desde los dispositivos móviles:

casi el **90% del tiempo de conexión** se destina al uso de aplicaciones.

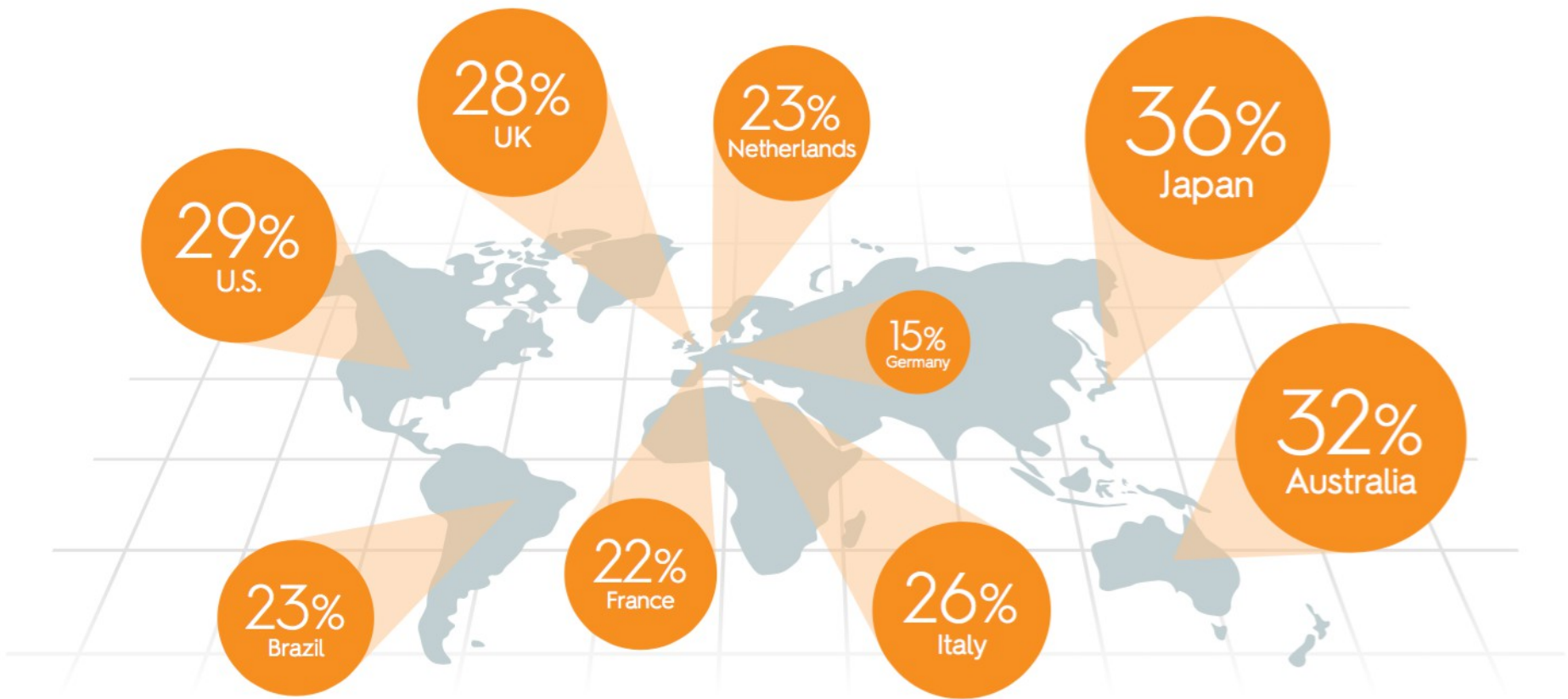


**El sector turístico
no es ajeno a este cambio...**

**y de momento no está cumpliendo
las expectativas del viajero actual**

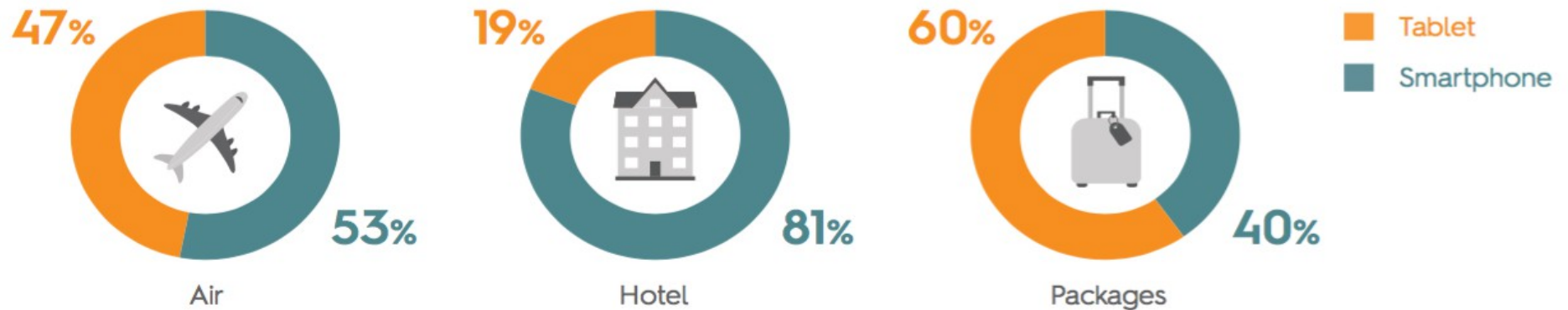


Share of mobile bookings for select countries, Q1 2016*



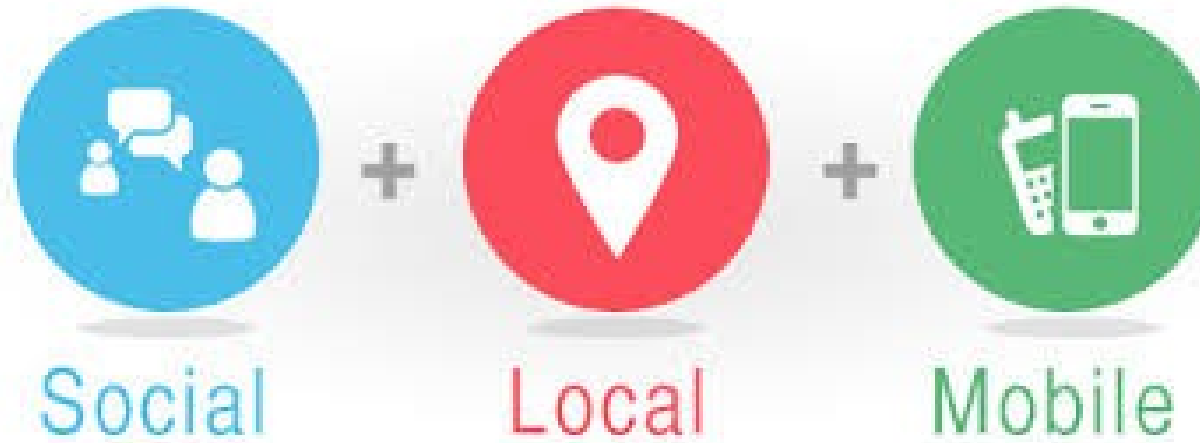
**1 de cada 4 reservas de viajes
se termina ya desde el móvil**

Distribution of mobile bookings by device, select subcategories*



*Source: Criteo, Q1 2016, U.S., Air, Hotel, Packages subcategories, only OTAs, excluding apps.

Los hoteles tienen en las apps una gran herramienta para atraer clientes, fidelizarlos y mejorar su relación con ellos.



Turista SOLOMO



Siempre conectado a las redes sociales.



Recurre a aplicaciones y servicios basados en la geolocalización (Foursquare, Yelp, Google Maps, Facebook Places...)



Todo ello, desde su teléfono móvil, elemento imprescindible para viajar.

EL RETO DE LA FIDELIZACIÓN MÓVIL

El uso del móvil ha crecido a mayor velocidad de lo que las marcas esperaban.

Empresas de todos los sectores han ido a caballo, primero con la optimización móvil de sus webs y ahora con la creación de apps

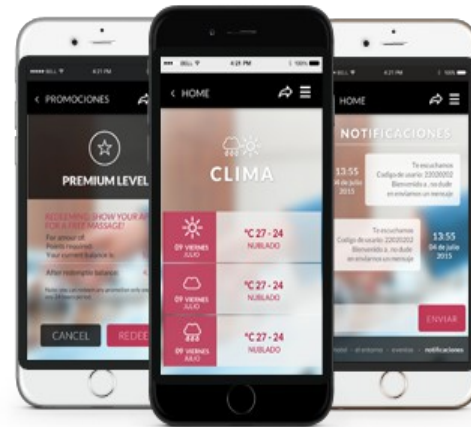
El enfoque **redes sociales + móvil** presenta una nuevas posibilidades para que las marcas se relacionen con los consumidores

El móvil como canal exige a las marcas que sean capaces de ofrecer experiencias personalizadas .

Los hábitos móviles abren nuevas necesidades como los métodos de pago móvil.

El proceso de compra se amplía a casi las 24 horas del día y hace que nos preguntemos:

- ¿Cuándo es el mejor momento para lograr la atención del cliente?
- ¿Cómo trasladar las estrategias de fidelización a los usuarios móviles?



*“Pensemos en la fidelización como un objetivo
no solo como una herramienta”*

Uso de apps por parte del viajero

Sabías que...

ESPAÑA encabeza la lista de países europeos en el uso de smartphones

Tiene ya **23 M** de usuarios activos de apps

De media, los usuarios españoles se descargan **3 apps/mes**

Los hombres de 26 a 35 años son los que hacen mayor uso de apps



Viajes y mapas son la segunda categoría de apps más descargadas

El turista de HOY usa apps



del VIAJE

ANTES

DURANTE

DESPUÉS

¡GRACIAS POR COMPARTIR!



Ventajas de las apps para hoteles

- #1 posicionamiento de marca
- #2 diferenciación
- #3 fidelización del huésped
- #4 atrae tráfico a la web
- #5 upselling

www.hotelmanager.es

A través de apps el viajero:

- >> busca información
- >> planifica sus viajes
- >> comparte su experiencia en redes sociales y comunidades de viajeros
- >> reserva sus vuelos y estancias en hoteles

Y lo hacen desde cualquier lugar y en cualquier momento:

ANTES,
DURANTE
y DESPUÉS
de su estancia.



LA APP COMO CANAL DE FIDELIZACIÓN MÓVIL

81% de los encuestados

Estarían dispuestos a descargarse una App de un Hotel en el que fueran clientes.

Las **funcionalidades más destacadas** en el uso de la App fueron:

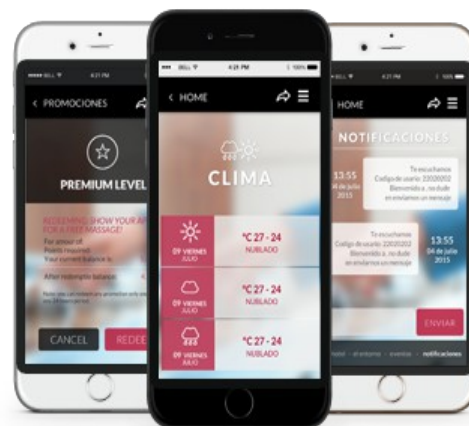
Información Recomendaciones sobre Destino 8.35 de 10

Registro rápido en el hotel sin esperas 8.23 de 10

Mensajería Instantánea con el Hotel 7.59 de 10

86,73 % de los encuestados

agradecería recibir ofertas puntuales después de su estancia a través del móvil.



96,15 % de los encuestados

rellenaría un Cuestionario de Satisfacción del Hotel desde la App.

37 % de los encuestados

participaría en un Programa de Fidelización móvil de un Hotel.

*“Pensemos en la App como el canal de fidelización
y de comunicación con nuestro cliente.”*

La fidelización del cliente habría que trabajarla...

... tal y como cuidamos una relación de amistad





CONTACTO



www.HotelManager.es
www.Ningunhotelsinapp.com

+034 911 724 839
+034 689 277 240



rvidales@hotelmanager.es
software@hotelmanager.es