

Report.

HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS EUROPEOS DEL 2017, ELABORADO POR WANUP, CLUB DE FIDELIDAD HOTELERA.

El "Estudio Wanup sobre la fidelidad de viajes 2017" tiene como objetivo dar a conocer el nivel de penetración de los programas de fidelidad hotelera así como las preferencias y deseos del consumidor. Desde Wanup, el nuevo club de fidelidad hotelera europeo, se ha preguntado al consumidor principal de estos servicios: el viajero de negocios.

El estudio se ha realizado a través de entrevistas online, hechas del 07 al 20 de julio de 2017 a un panel de internautas formado por 6.000 viajeros frecuentes de España, Italia, Francia, Alemania y UK (1.200 por país).

El error muestral para datos globales queda fijado en un 1,29% y un intervalo de confianza del 95,5%.

Informe sobre fidelidad hotelera en números.

En el primer estudio europeo sobre la fidelidad hotelera de los viajeros de negocio, hemos preguntado a...

6.000 viajeros frecuentes

De 5 países europeos (España, Francia, Italia, Alemania y UK)

Millennials (35 a 35 años)

Generación X (26 y 55 años)

Que viajan + de 6 veces al año (25% + de 10 veces al año)

Que se alojan + de 3 veces al año en un hotel (33% se hospeda en un hotel de 6 a 10 veces al año).

IMPORTANCIA DE LAS ESTADISTICAS PARA EL MARKETING TURISTICO

Nosotros nos fijaremos solo en los datos estadísticos del viajero, no en su opinión sobre la fidelización hotelera, que es lo que nos interesa para justificar la importancia de la INTERVENCION del MARKETING TURISTICO en este sector.

ESTADISTICAS:

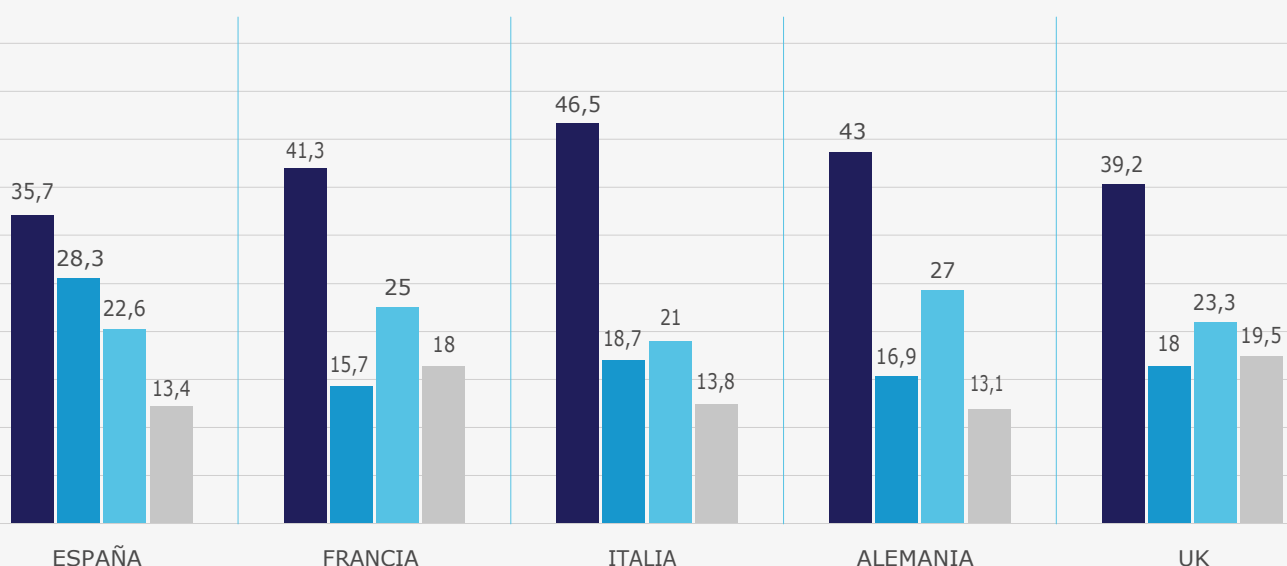
Datos demográficos de los 6.000 entrevistados en esta encuesta.

Conceptos	General	España	Francia	Italia	Alemania	UK
Hombres	62%	63%	63%	55%	69%	59%
Mujeres	38%	37%	37%	45%	31%	41%
Millennials	49%	49%	49%	49%	49%	50%
Generación X	51%	51%	51%	51%	51%	50%
Mandos intermedios	42%	49%	46%	26%	40%	47%
Directivos	15%	14%	17%	16%	16%	22%
Empresarios/propietarios	14%	13%	16%	17%	16%	14%
Otros	29%	24%	13%	41%	28%	17%
6 - 10 viajes/a	75%	75%	76%	76%	75%	76%
11 - 16 viajes/a	13%	14%	14%	13%	12%	13%
+ 16 viajes/a	12%	11%	10%	12%	13%	11%

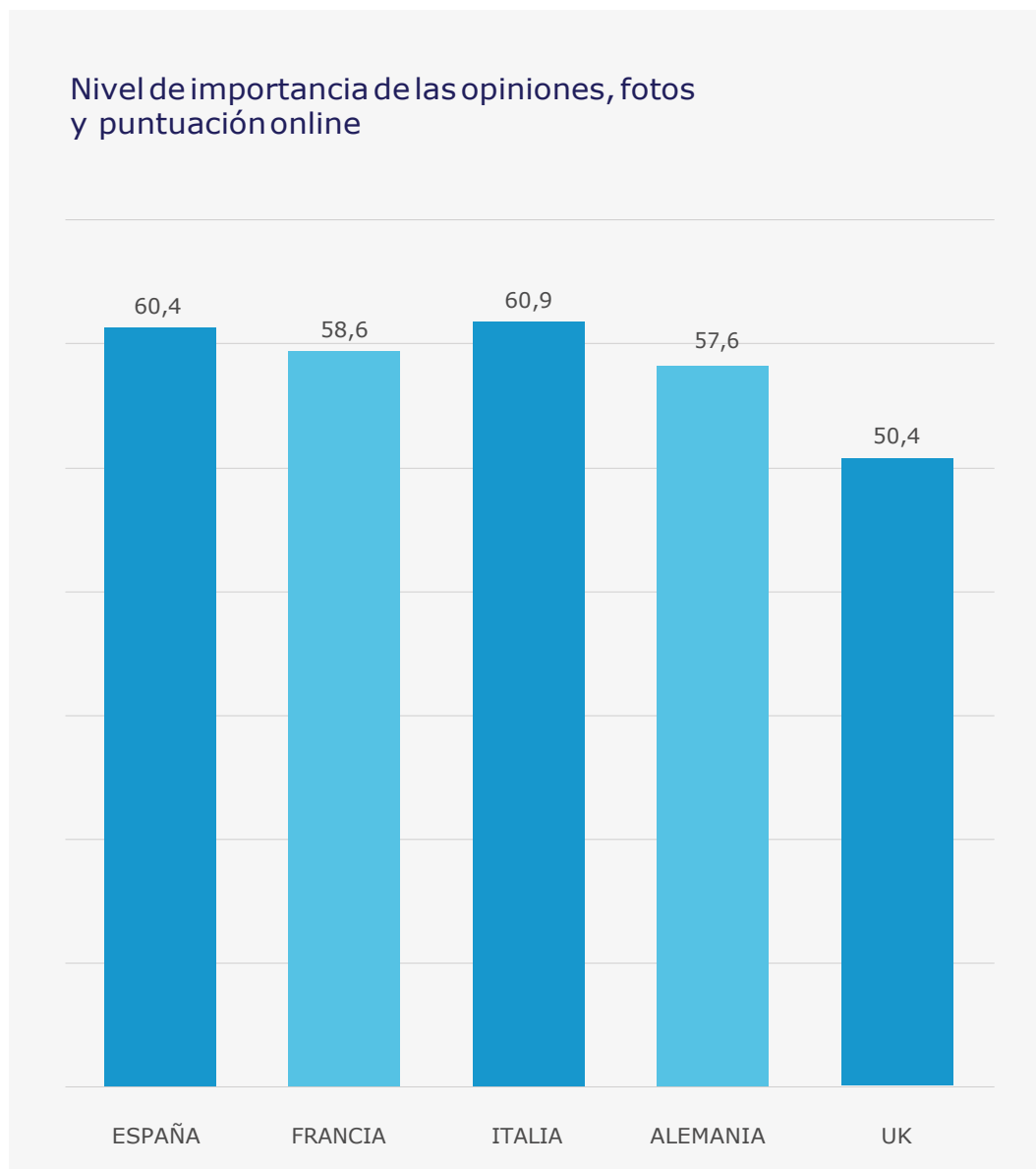
CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL ALOJOJAMIENTO CUANDO SE VIAJA POR MOTIVOS DE NEGOCIO:

Poder de decisión de la reserva del hotel

- Hago yo la reserva directamente
- Elijo yo el hotel, pero la gestión la hace mi empresa
- Una persona o departamento de mi empresa
- Lo gestiona una agencia de viajes externa a mi empresa



2 de cada 5 viajeros frecuentes hacen ellos la reserva del hotel directamente.



Más del 50% de los viajeros dan mucha importancia a las opiniones de otros viajeros y a la imagen del alojamiento

PERFILES DE LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS

93,4% De los viajeros de negocios afirman que les gusta viajar por negocios.

PAIS	Prefieren dedicar su tiempo libre a...			Se definen como...	Y en segundo lugar...
	Cultura	Gastronomía	Mente y cuerpo	Work/Play Hard	
España	48,8%	60,5%	28,7%	30,8%	Bleisure: 20,7%
Francia	48,8%	60,5%	32,8%	33,7%	Buscador status: 20,3%
Italia	56,4%	49,1%	31,9%	38,6%	Adictos digitales: 18,6%
Alemania	53,1%	57,7%	31%	44,9%	Prefieren Club hospedaje: 14,7%
UK	56,7%	53,5%	31,6%	28,6%	Bleisure: 31,3%

En Europa

Dedican su tiempo libre cuando están de viaje a:

56,4% Cultura

55% Gastronomía

31,3% Mente y Cuerpo

Y se definen como:

35,3% Work/Play Hard

17,7% Bleisure

17.+% Buscador de Status

Definiciones:

Work/Play hard: Se que el trabajo es mi prioridad pero en el tiempo libre que tengo intent realizar el maximo de experiencias posibles (conciertos, restaurantes, etc.)

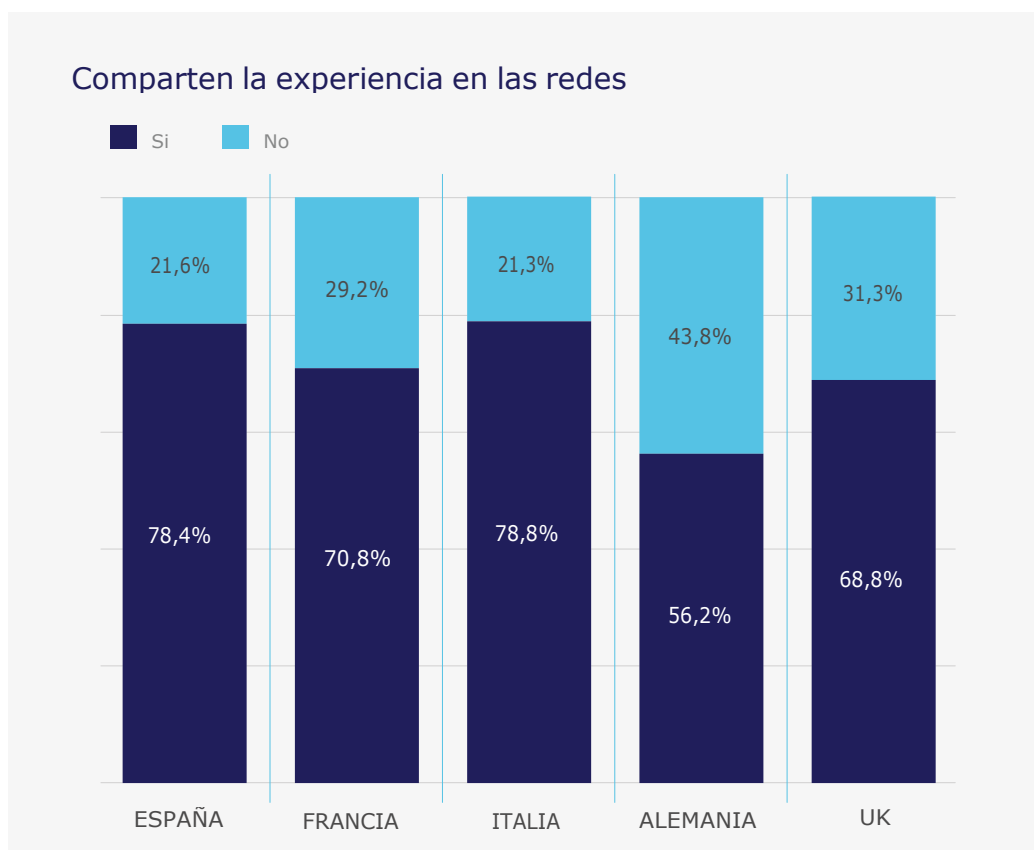
Viajero Bleisure: Cuando puedo, siempre trato de quedarme el fin de semana posterior para explorar el destino.

Buscador de Status como viajero frecuente: Me gusta tener un trato especial y acceso prioritario u otros beneficios como viajero frecuente.

Adicto Digital: Controlo todo lo relacionado con el viaje desde el teléfono y organizo mis viajes con antelación via web o apps.

Prefieren club hospedaje: Saco el máximo provecho de mi club de hospedaje.

REDES SOCIALES



Millennials y Generacion X, Còmo se comunican: El uso del móvil esta mas arraigado entre la Generacion Millennial que entre la Generacion X.

En el caso del uso de Apps:

Uso	Millennials	Generacion X
Organizar el viaje	62,8%	51,5%
Reserva de transporte	70,3%	57,9%
Comunicación directa con el hotel	50,3%	38,9%
Comentarios redes sociales	74,2%	67,1%