

Guía para desencriptar a las nuevas generaciones de viajeros

Cómo conectar con la Generación Z y Millennial

Ha llegado el momento de cambiar el foco

Estas nuevas generaciones no solo se diferencian por variables como...

- 18+ edad
- género
- situación socioeconómica

... sino que van un paso más allá

Se desprenden de cualquier etiqueta y amplían sus horizontes...

- búsqueda de experiencias únicas
- priorizan cuestiones sociales y medioambientales
- persiguen momentos en compañía de otros
- aunque sin renunciar a la conexión constante con sus dispositivos móviles

¿Cómo conjugar esta compleja ecuación e impulsar un turismo multigeneracional?

1. Especialización y abordaje entre generaciones

Poner el foco en...

- viajes multigeneracionales
- con una aproximación estratégica
- enfocada en temáticas y experiencias diversas

... alejándose así de la tradicional segmentación por edades

2. Experiencias únicas, visuales y creativas

Las nuevas generaciones priorizan...

- estar en compañía
- descubrir nuevas culturas (gastronomía, arte, música, deportes, etc.)

¿Cómo crear estos momentos memorables?

- Conocimiento previo sobre los gustos y preferencias del turista sobre todo a través de las nuevas tecnologías y entornos digitales (apps, webs de comparación, redes sociales, reseñas...)
- Promover experiencias multigeneracionales que fomenten la conexión, el entretenimiento y la creatividad. Además de la importancia del impacto visual que generen las experiencias
- Impulsar la flexibilidad y promover numerosas alternativas en función de cada tipo de viajero y sus preferencias

3. Un compromiso real por el cambio

Resulta de gran importancia que los **productos y servicios** permanezcan **alineados con los valores y nuevas concepciones sociales** que promueven estas generaciones

Este compromiso debe manifestarse abierta y activamente **a través de acciones concretas y los profesionales del sector deben ser estandartes de dichos valores**

- Respeto medioambiental y compromiso con las comunidades
- Acciones éticas, solidarias y de voluntariado
- Políticas que promuevan la diversidad, equidad e inclusión

4. Inmediatez digital a toda costa

Pese a que buscan momentos en compañía y vivir experiencias colectivas, **prefieren el entorno digital cuando se trata de gestionar sus viajes**

Será esencial crear **campañas creativas y originales de marketing digital y especializadas para cada tipo de turista**

Los **embajadores de marca e influencers** tienen un impacto significativo, ya que las nuevas generaciones **se sienten identificados y se apoyan en figuras o personalidades que poseen sus mismos valores o comparten su mismo estilo de vida**

Este proceso de conexión digital con los viajeros debe caracterizarse por...

- Interacción continua desde la búsqueda del viaje hasta el final de la experiencia
- Rapidez e inmediatez sobre todo en la respuesta de nuestros profesionales
- Ofrecimiento de productos originales y diferenciales

5. Abordar el precio siempre desde la transparencia

En cuanto a las estrategias en torno al precio...

Evitar basarse en la segmentación por edades y tratar de virar hacia la **propuesta de valor**

CLAVE

Promover un enfoque más flexible e inclusivo, destacando el valor diferencial del producto y siendo transparente con el precio final

6. Lealtad y autenticidad como elixir de éxito

- Los programas de fidelización continúan siendo esenciales para **conectar y crear vínculos entre la marca y el turista**
- La fidelización del turista está estrechamente vinculada a su **propuesta de valor** y a cómo de **alineada** esté respecto a sus **valores y principios**
- Fomentar el **sentimiento de exclusividad en los productos y servicios** será clave, así como la **personalización** de cada uno de ellos
- Sin olvidar promover un **sentimiento real de comunidad** y permanecer **cerca de los clientes** a través de las **nuevas tecnologías y redes sociales**