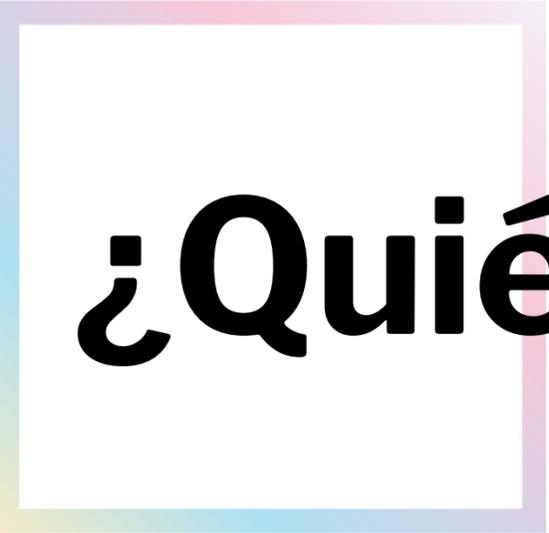
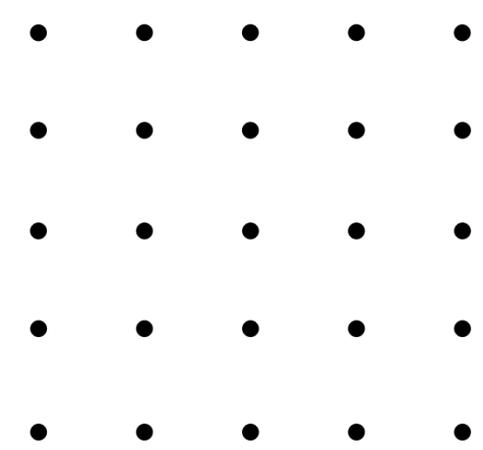


# CÓMO CONQUISTAR AL NUEVO VIAJERO DIGITAL

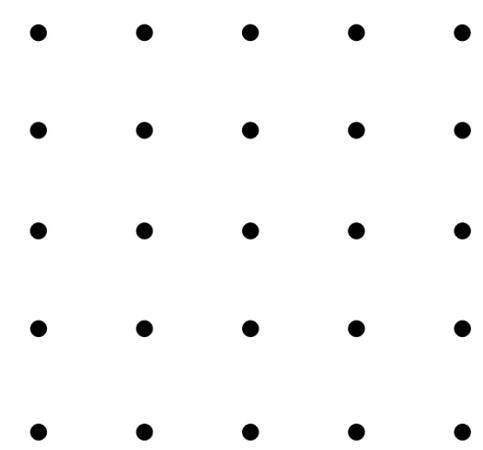
*Zeneida Herrera Pérez - [info@travelmesoftly.com](mailto:info@travelmesoftly.com)*



# ¿Quién es el viajero digital?



*Travel me Softly*

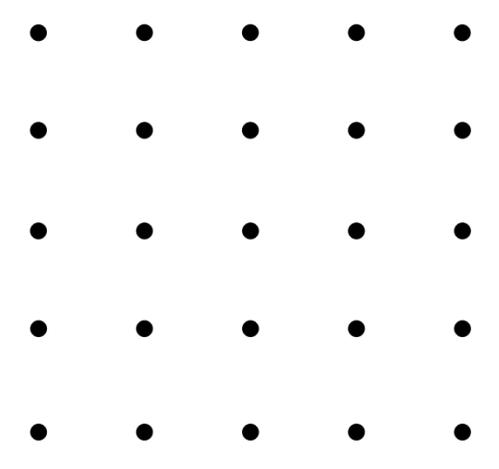


# ¿Quién es el viajero digital?

*El viajero digital somos todos*

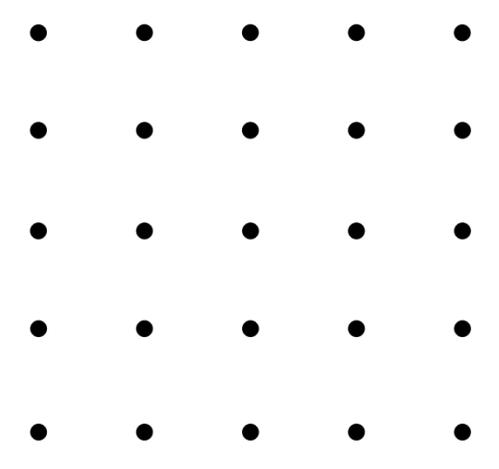


*Travel me Softly*



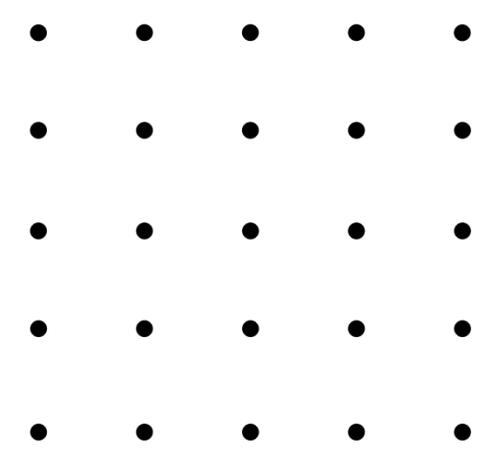
# ¿Quién es el viajero digital?

Aquel que viaja utilizando los canales digitales en algún punto del proceso de organización o contratación de un viaje.



# ¿Quién es el viajero digital?

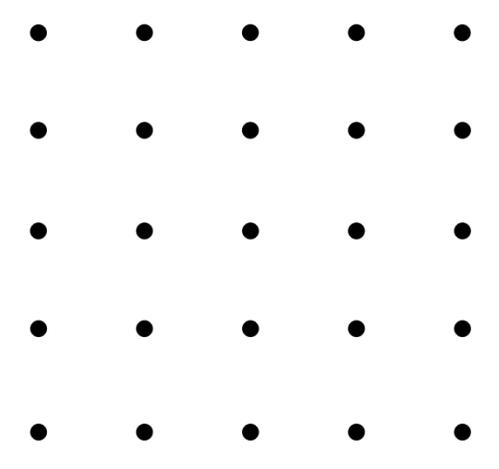
Aquel que viaja utilizando los canales digitales en ~~algún punto~~ **múltiples puntos o todos los pasos** del proceso de organización o contratación de un viaje. **...incluyendo la etapa de disfrute y tras su regreso.**



# ¿Quién es el viajero digital?

Aquel que viaja utilizando los canales digitales en ~~algún punto~~ **múltiples puntos o todos los pasos** del proceso de organización o contratación de un viaje. **...incluyendo la etapa de disfrute y tras su regreso.**

Quiere comunicarse a través de vías digitales.  
Llega a nuestros canales digitales esperando encontrar determinada información, servicio o producto.



# ¿Quién es el viajero digital?

Aquel que viaja utilizando los canales digitales en ~~algún punto~~ **múltiples puntos o todos los pasos** del proceso de organización o contratación de un viaje. **...incluyendo la etapa de disfrute y tras su regreso.**

Quiere comunicarse a través de vías digitales.  
Llega a nuestros canales digitales esperando encontrar determinada información, servicio o producto.

## ADAPTACIÓN



*Travel me Softly*

# Conectar con el viajero digital

**INTERNET ES EL HÁBITAT NATURAL DEL VIAJERO DIGITAL → FORMEMOS PARTE DE SU HÁBITAT**

# Conectar con el viajero digital

**INTERNET ES EL HÁBITAT NATURAL DEL VIAJERO DIGITAL → FORMEMOS PARTE DE SU HÁBITAT**

## PROVEER CANALES DIGITALES

Propios y de terceros  
En buenas condiciones  
Comunicación bidireccional

## HABLAR SU IDIOMA

Lenguaje visual, conciso y creativo  
Elementos de comunicación digital  
(hashtags, menciones, GIFs, emoticonos...)

## ADAPTARNOS A SUS RITMOS

Llegar más  
Interactuar en vivo  
Automatizar

# Conectar con el viajero digital

INTERNET ES EL HÁBITAT NATURAL DEL VIAJERO DIGITAL → FORMEMOS PARTE DE SU HÁBITAT

## PROVEER CANALES DIGITALES

Propios y de terceros  
En buenas condiciones  
Comunicación bidireccional

✓  
SER ACCESIBLE

## HABLAR SU IDIOMA

Lenguaje visual, conciso y creativo  
Elementos de comunicación digital  
(hashtags, menciones, GIFs, emoticonos...)

✓  
QUE NOS ENTIENDA

## ADAPTARNOS A SUS RITMOS

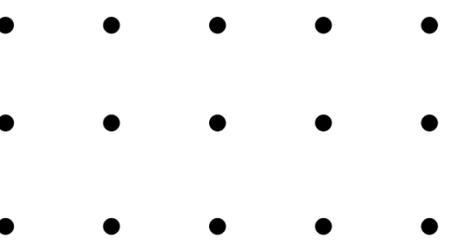
Llegar más  
Interactuar en vivo  
Automatizar

✓  
ESTAR DISPONIBLES

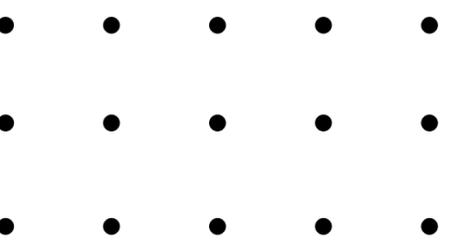
**HACER SENCILLO LO COMPLEJO**

# Conectar con el viajero digital

- Debemos crear un espacio amable y acorde a la naturaleza digital de este viajero, teniendo en cuenta sus rasgos y comportamientos
- Un espacio que invite a conocernos más, a comunicarse con nosotros y que nos convierta en una opción



# ¿Cómo es el viajero digital?



# ¿Cómo es el viajero digital?

## **MEJOR INFORMADO**

Gran cantidad de información en múltiples formatos a su alcance

## **MÁS AUTÓNOMO Y EXPERIMENTADO**

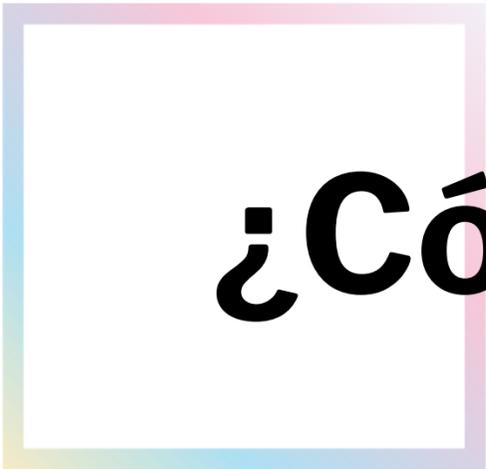
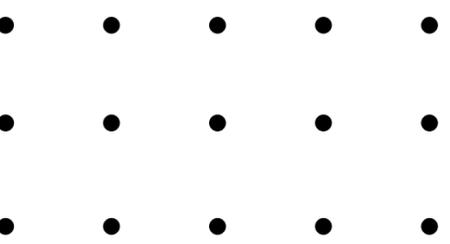
Herramientas y recursos disponibles con un solo clic  
Democratización de los viajes

## **MÁS EXIGENTE Y CRÍTICO**

Mayor conocimiento, posibilidad de contrastar y opinar públicamente

## **PREFERENCIA POR LA INMEDIATEZ**

La rapidez y disponibilidad 24/7 del mundo digital alimenta la impaciencia



# ¿Cómo es el viajero digital?

## **MEJOR INFORMADO**

Gran cantidad de información en múltiples formatos a su alcance

## **MÁS AUTÓNOMO Y EXPERIMENTADO**

Herramientas y recursos disponibles con un solo clic  
Democratización de los viajes

## **MÁS EXIGENTE Y CRÍTICO**

Mayor conocimiento, posibilidad de contrastar y opinar públicamente

## **PREFERENCIA POR LA INMEDIATEZ**

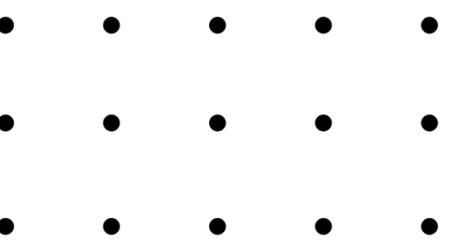
La rapidez y disponibilidad 24/7 del mundo digital alimenta la impaciencia

> **ADAPTACIÓN**

> **AMENAZA/OPORTUNIDAD/ADAPTACIÓN**

> **RETO/OPORTUNIDAD**

> **ADAPTACIÓN**



# ¿Cómo es el viajero digital?

## MEJOR INFORMADO

Gran cantidad de información en múltiples formatos a su alcance

## MÁS AUTÓNOMO Y EXPERIMENTADO

Herramientas y recursos disponibles con un solo clic  
Democratización de los viajes

## MÁS EXIGENTE Y CRÍTICO

Mayor conocimiento, posibilidad de contrastar y opinar públicamente

## PREFERENCIA POR LA INMEDIATEZ

La rapidez y disponibilidad 24/7 del mundo digital alimenta la impaciencia

> ADAPTACIÓN

> AMENAZA/OPORTUNIDAD/ADAPTACIÓN

> RETO/OPORTUNIDAD

> ADAPTACIÓN

**NO PODEMOS QUEDARNOS CON ESOS RASGOS DE FORMA AISLADA**



*Travel me Softly*

ENTORNO DIGITAL

CIRCUNSTANCIAS

CONJUNTO DE RASGOS

# Comportamiento del viajero digital



El viajero digital evoluciona de forma constante...

...y ante circunstancias cambiantes

...al igual que el entorno digital...

el viajero también cambia

ENTORNO DIGITAL

CIRCUNSTANCIAS

CONJUNTO DE RASGOS

# Comportamiento del viajero digital

El viajero digital evoluciona de forma constante...

...y ante circunstancias cambiantes

...al igual que el entorno digital...

el viajero también cambia

COEVOLUCIONAR CON EL VIAJERO Y EL ENTORNO DIGITAL  
Y ADAPTARNOS A LOS CAMBIOS

# Comportamiento del viajero digital



# ¿Cómo es el viajero digital?

QUIERE «TENER UNA EXPERIENCIA DE VIAJE»

BUSCA INSPIRACIÓN EN ESPACIOS DIGITALES

COMPARA, CONSULTA Y COMPRA A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES

ESTÁ HIPERCONECTADO

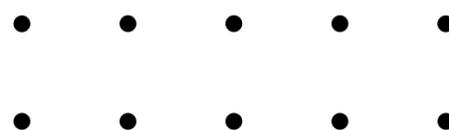
ESTÁ MÁS SATURADO - RUIDO E INFOXICACIÓN

SUFRE LA PARADOJA DE LA ELECCIÓN

DISFRUTA SIENDO CÓMPLICE Y PRESCRIPTOR - ROL PROTAGONISTA

SE SIENTE IMPULSADO A COMPARTIR INFORMACIÓN

ES UN CONSUMIDOR EMOCIONAL (AUNQUE TAMBIÉN RACIONAL)





# ¿Cómo es el viajero digital?

QUIERE «TENER UNA EXPERIENCIA DE VIAJE»

BUSCA INSPIRACIÓN EN ESPACIOS DIGITALES

COMPARA, CONSULTA Y COMPRA A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES

ESTÁ HIPERCONECTADO

ESTÁ MÁS SATURADO - RUIDO E INFOXICACIÓN

SUFRE LA PARADOJA DE LA ELECCIÓN

DISFRUTA SIENDO CÓMPLICE Y PRESCRIPTOR - ROL PROTAGONISTA

SE SIENTE IMPULSADO A COMPARTIR INFORMACIÓN

ES UN CONSUMIDOR EMOCIONAL (AUNQUE TAMBIÉN RACIONAL)

ADAPTACIÓN  
OPORTUNIDAD

# Conquistar al viajero digital

## PROPUESTA 1

Vendemos un producto bueno, con calidad y precio correcto.

Canales digitales = catálogo de productos:

- Producto A
- Foto de stock
- Producto B
- ¡Oferta!
- Producto C
- ...

## PROPUESTA 2

Te ayudamos a llegar a esos rincones donde otros no llegan, a sacarle todo el partido a tu viaje y a vivir experiencias inolvidables.

Canales digitales = espacio para inspirar, interactuar y agregar valor añadido a nuestro producto/servicio:

- Información útil en blog propio
- Vídeo inspirador en Youtube
- Producto A
- Emisión en directo con consejos sobre destinos
- Juegos, encuestas y sorteos para interactuar en RRSS
- Producto B
- Recomendación contenidos interesantes de terceros
- Conócenos - humanización en la web
- Contenidos que reflejen los valores de marca...

# Conquistar al viajero digital

## PROPUESTA 1

Vendemos un producto bueno, con calidad y precio correcto.

Canales digitales para la venta de productos:

- Producto A
- Foto de stock
- Producto B
- ¡Oferta!
- Producto C
- ...

## PROPUESTA 2

Te ayudamos a llegar a esos rincones donde otros no llegan, a sacarle todo el partido a tu viaje y a vivir experiencias inolvidables.

Canales digitales = espacio para inspirar, interactuar y agregar valor añadido a nuestro producto/servicio:

- Información útil en blog propio
- Vídeo inspirador en Youtube
- Producto A
- Emisión en directo con consejos sobre destinos
- Juegos, encuestas y sorteos para interactuar en RRSS
- Producto B
- Recomendación contenidos interesantes de terceros
- Conócenos - humanización en la web
- Contenidos que reflejen los valores de marca...

# Conquistar al viajero digital

Estamos:

- 1) Inspirando
- 2) Mostrando nuestros conocimientos
- 3) Aportando contenido relevante
- 4) Creando lazos y generando confianza
- 5) Ofreciéndole los primeros argumentos para elegirnos

## PROPUESTA 2

Te ayudamos a llegar a esos rincones donde otros no llegan, a sacarle todo el partido a tu viaje y a vivir experiencias inolvidables.

Canales digitales = espacio para inspirar, interactuar y agregar valor añadido a nuestro producto/servicio:

- Información útil en blog propio
- Vídeo inspirador en Youtube
- Producto A
- Emisión en directo con consejos sobre destinos
- Juegos, encuestas y sorteos para interactuar en RRSS
- Producto B
- Recomendación contenidos interesantes de terceros
- Conócenos - humanización en la web
- Contenidos que reflejen los valores de marca...

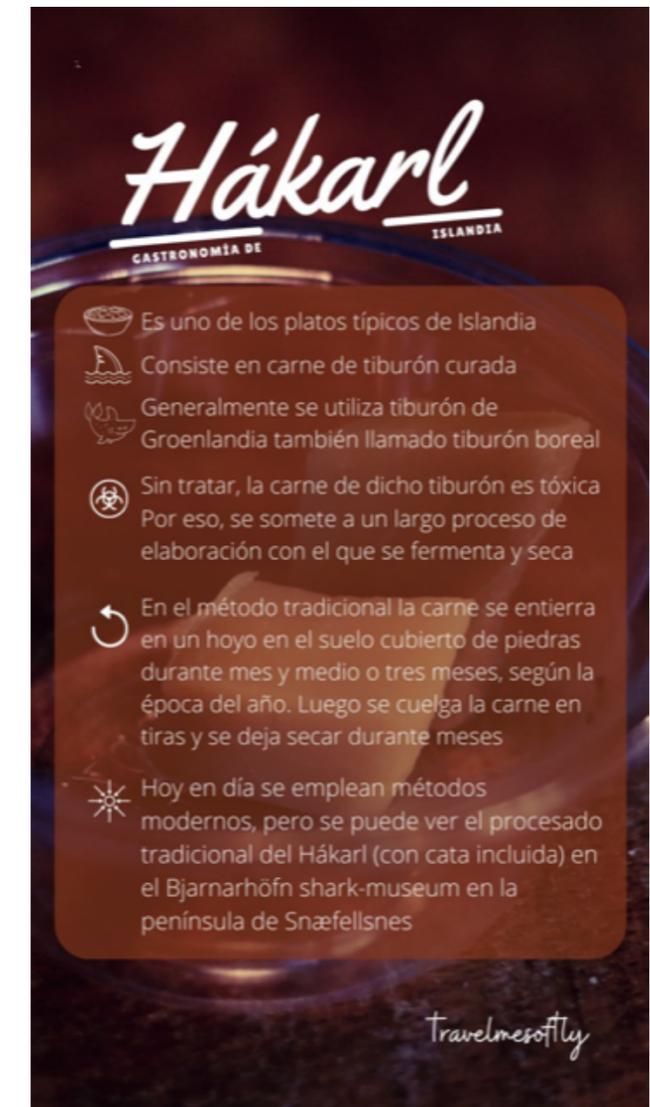
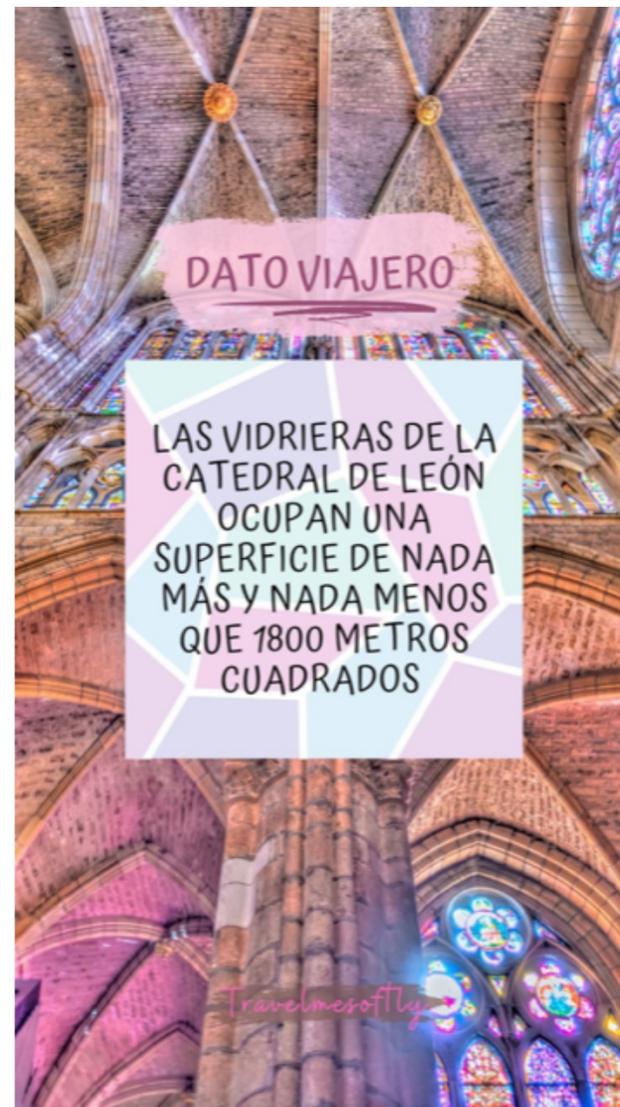
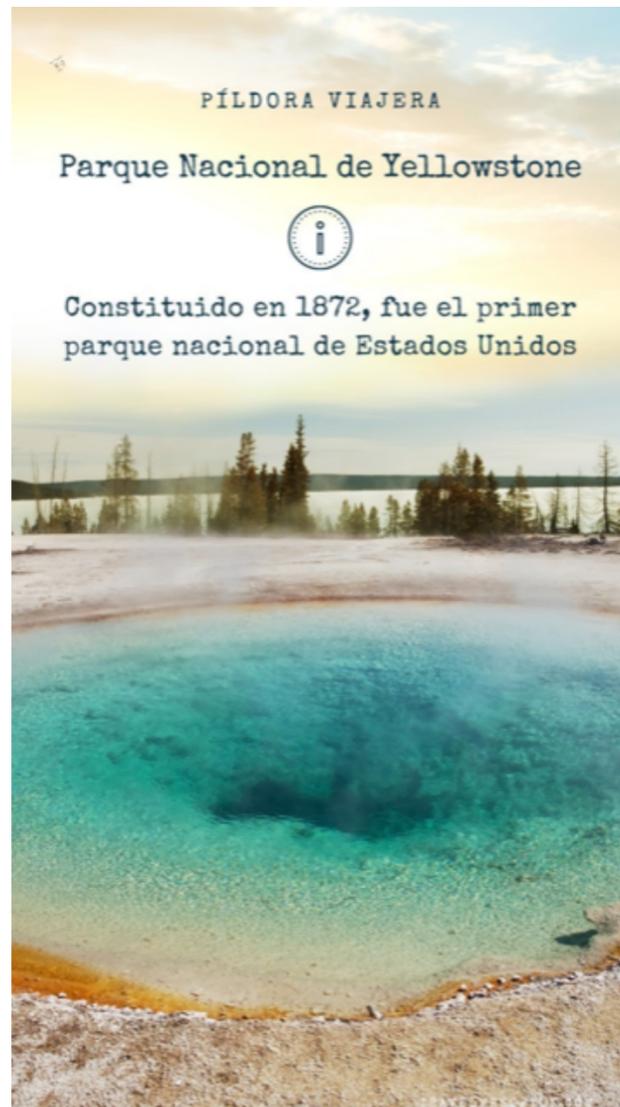
# Algunos ejemplos

TRIVIAMESOFTLY - Gamificación



# Algunos ejemplos

Píldoras de información en redes sociales - Contenido de interés de consumo rápido



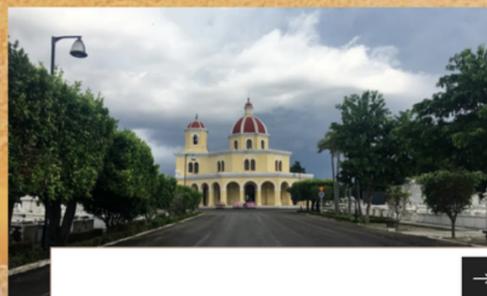
# Algunos ejemplos

BLOG - Inspiración para viajar y contenido útil y de interés para el viajero digital

Travel me Softly

Posts

*Más Recientes*



abril 26, 2021

## LA NECRÓPOLIS DE CRISTÓBAL COLÓN, EL CEMENTERIO MONUMENTAL DE LA HABANA

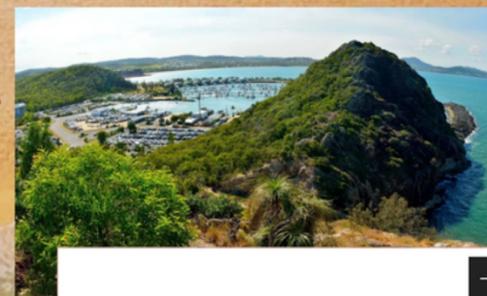
A muchos les puede resultar extraño eso de visitar un cementerio así porque sí durante un viaje, pero lo cierto es que hay muchos motivos por los que puede ser ... Leer más...



abril 20, 2021

## PORTUGAL EN AUTOCARAVANA | NUEVA LEY 2021

Ya va llegando el buen tiempo y con él aumentan las ganas de disfrutar al aire libre y de viajar. Aunque seguimos todos inmersos en la interminable incertidumbre del coronavirus, estoy ... Leer más...



marzo 26, 2021

## 10 COSAS QUE HACER EN YEPPON

Yeppoon, esa pequeña localidad australiana que me robó el corazón con uno de los atardeceres más bonitos que he visto nunca... ¡cómo no hablar de ella! Yeppoon es una ciudad costera ... Leer más...



# Algunos ejemplos

Colaboraciones con terceros, exposición de valores y humanización

*turismo  
responsable*

segunda parte

TURISMO  
RESPONSABLE 2

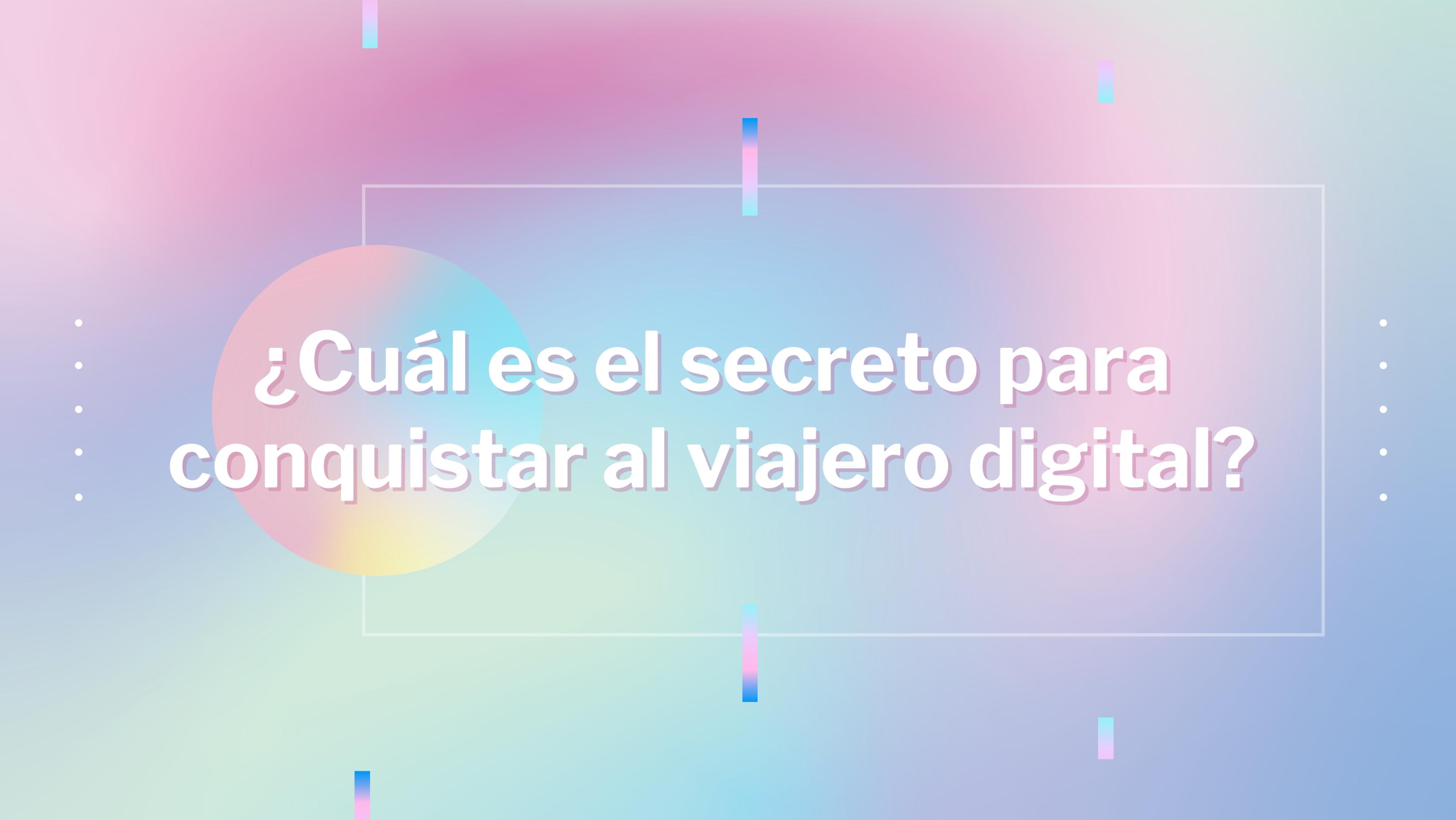
Transmitido en directo...

*turismo  
responsable*

primera parte

TURISMO  
RESPONSABLE 1

Transmitido en directo...



**¿Cuál es el secreto para  
conquistar al viajero digital?**

- • • • •
- • • • •

## NO HAY SECRETO NI FÓRMULA MÁGICA

Debemos estar siempre pendientes, porque en el mundo digital todo cambia muy rápido  
Conoce y entiende a TU viajero digital  
Fijarnos en los rasgos más permanentes nos facilitará la tarea  
Observar sus comportamientos y lo que sucede a su alrededor nos ayuda a prever y detectar cambios y tendencias

## A CORTO PLAZO EN EL CONTEXTO ACTUAL

Aquello que nos devuelva en forma de sensaciones y experiencias lo que hemos sacrificado durante la pandemia: Turismo de naturaleza, *VanLife*, Actividades que nos pongan en movimiento y nos permitan «mancharnos las manos»

## MÁS A LARGO PLAZO

Sostenibilidad, turismo responsable, conciencia social y autenticidad de los destinos y los viajes

## LO QUE NUNCA FALLA

Honestidad, cercanía y hacer las cosas con corazón e ilusión, siempre pensando en el viajero

- • • • •
- • • • •

¡Muchas gracias por  
vuestra atención!

¿DÓNDE ENCONTRARME?

Web: [travelmesoftly.com](http://travelmesoftly.com)

Redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter): [@travelmesoftly](https://www.instagram.com/travelmesoftly)

Email: [info@travelmesoftly.com](mailto:info@travelmesoftly.com)

