Nuevos planteamientos en los sistemas de comercialización y distribución del producto turístico

Francisco Souto
IT Corporate Officer
f.souto@nh-hotels.com

LA DISTRIBUCIÓN ESTA EN CONTINUA EVOLUCIÓN Y CAMBIO…

…ESTÁ VIVIENDO UNA REVOLUCIÓN !!!!

- **Internet**
- **Comercio electrónico**
- **Usuario**
- **Tecnología**

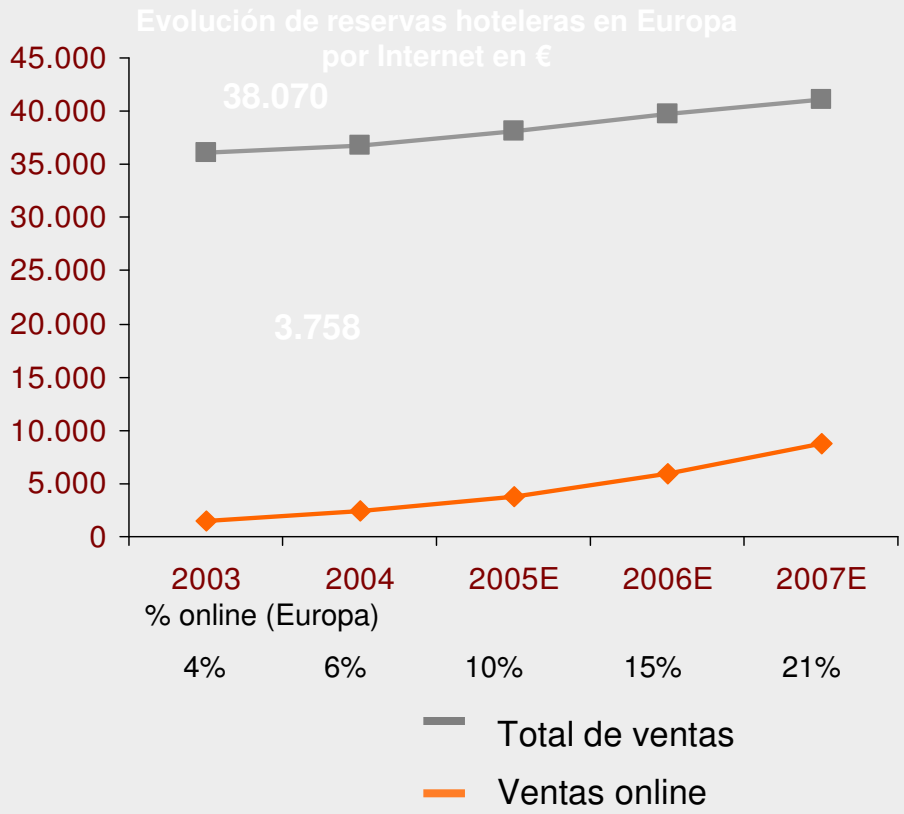
Internet:

- Penetración de Internet en continuo crecimiento
- "Es el primer canal mediático para la información, entretenimiento, negocio y contacto social". (Rupert Murdoch, Marzo'06).
- Canal mediático sustitutivo y en crecimiento respecto a los clásicos (prensa, radio, TV,). El canal de mayor audiencia en la franja horaria entre las 09.00 AM y las 18.00 PM
- Flexibilidad y personalización
- Mejoras en los contenidos y en la información

LA DISTRIBUCIÓN…CONTINUA EVOLUCIÓN Y CAMBIO… VIVIENDO UNA REVOLUCIÓN

Comercio electrónico:

- Un nuevo canal de distribución que está en continuo crecimiento y cambio respecto a otros canales.
- Ventajas on-line y Transparencia en los precios: comparadores de precios(4,5-3 búsquedas), metasearch, precios públicos
- Volumen de €28,6 Bn (13% de lo que es el sector hoteles)
- Geográficamente: en UK & Alemania representan más del 50% del mercado; en países como España los volúmenes están creciendo rápidamente. Año 2005 , unos 2.000Mill.€ (4 VECES AÑO 2003) de los que 55% sector aéreo.
- El volumen de hoteles representa €3,7 Bn (10% of all hotel bookings)
- Las agencias tienen el mayor peso pero la venta directa de las cadenas hoteleras empieza a tomar peso (entre 3%-8% sobre el total de sus ventas).



LA DISTRIBUCIÓN…CONTINUA EVOLUCIÓN Y CAMBIO… VIVIENDO UNA REVOLUCIÓN

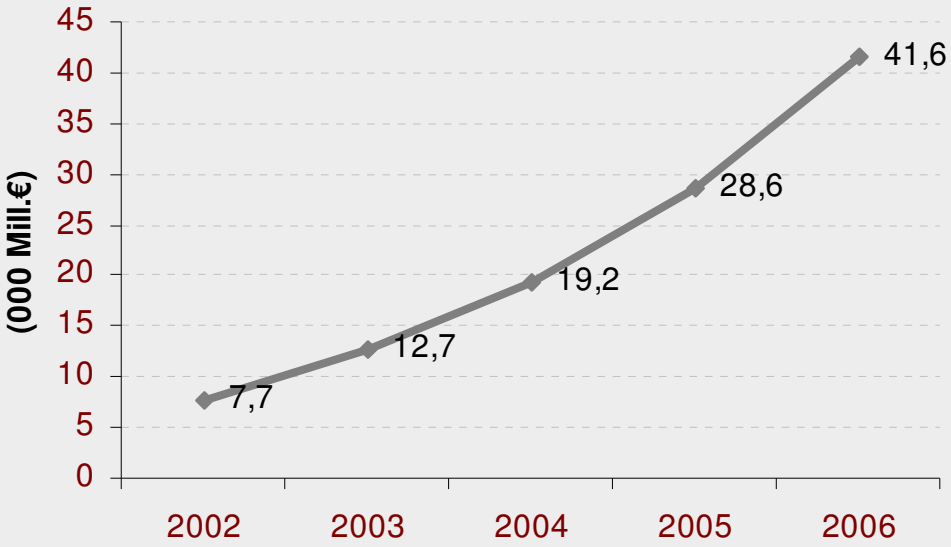
Usuarios:

- **Cambios en las costumbres de compra y consumo**. P.e: Ayudados por las low cost carriers se realizan viajes más frecuentes, periodos vacacionales más cortos, cambio de destinos de playa a destinos culturales, mayor flexibilidad en los destinos.
- **Reducción de la fidelidad:** toma de decisión de compra por nuevos destinos, precio, servicios, experiencias positivas, son más exigentes
- **Expertise y conocimiento del usuario:** cada vez más experto, requiere más información del destino, de la ciudad, de las opiniones de terceros, etc.
- **Invierten más tiempo de ocio en preparar el viaje, en las búsquedas:** media de 5 sites antes de la toma de decisión de compra. El tiempo de ocio es valorado.
- **Referencias en Web sociales** Tripadvisor, opiniones en sites de viajes (Bookings), blogs, etc.
- **Personalización de la oferta y Segmentación de clientes y mercados:** cada cliente espera su propio producto. Traje a medida que nos permite retenerle y fidelizarle. Nuevos nichos: deportes, cultura, etc.

Tecnología:

- **Mejor tecnología** ofrece mayores oportunidades para acercarnos a nuestros clientes
- **Interface XML:** nuevos retos y oportunidades que conducen a un menor coste de distribución y a un incremento en la eficiencia. Control de nuestro propio inventario.
- **Nuevos canales emergentes:** móviles, bluetooth, TV digital..
- **Travel 2.0 ,** nueva tecnología que incrementa la transparencia de los mercados y los hábitos de compra.
- **Nuevas formas de mejorar nuestro producto**: habitación virtual diseñada a partir de encuestas
- **Focalizarnos en la experiencia del consumidor** (cookies, etc.) y preferencias (encuestas)

LA DISTRIBUCIÓN…CONTINUA EVOLUCIÓN Y CAMBIO… VIVIENDO UNA REVOLUCIÓN



	2002	2003	2004	2005	2006
% online (Europa)	4%	6%	9%	14%	20%

A finales de 2008, casi el 40% de la compra en Europa de todos los tipos de viajes será realizada online (Sept ’06).

European Online Leisure Market (2002-2006)
Source: PhoCusWright, Sept 2005,

Ejemplos NH Hoteles

Innovación en productos

- **Fines de semana con contenido**
- **Bonhocio**
- **Promociones de fin de semana**
- **NH Productos prepago**

Identificación y segmentación del mercado

Nuevos planteamientos en los sistemas de comercialización y distribución del producto turístico

Francisco Souto
IT Corporate Officer
f.souto@nh-hotels.com