

Turismo : Como encadenar la oferta

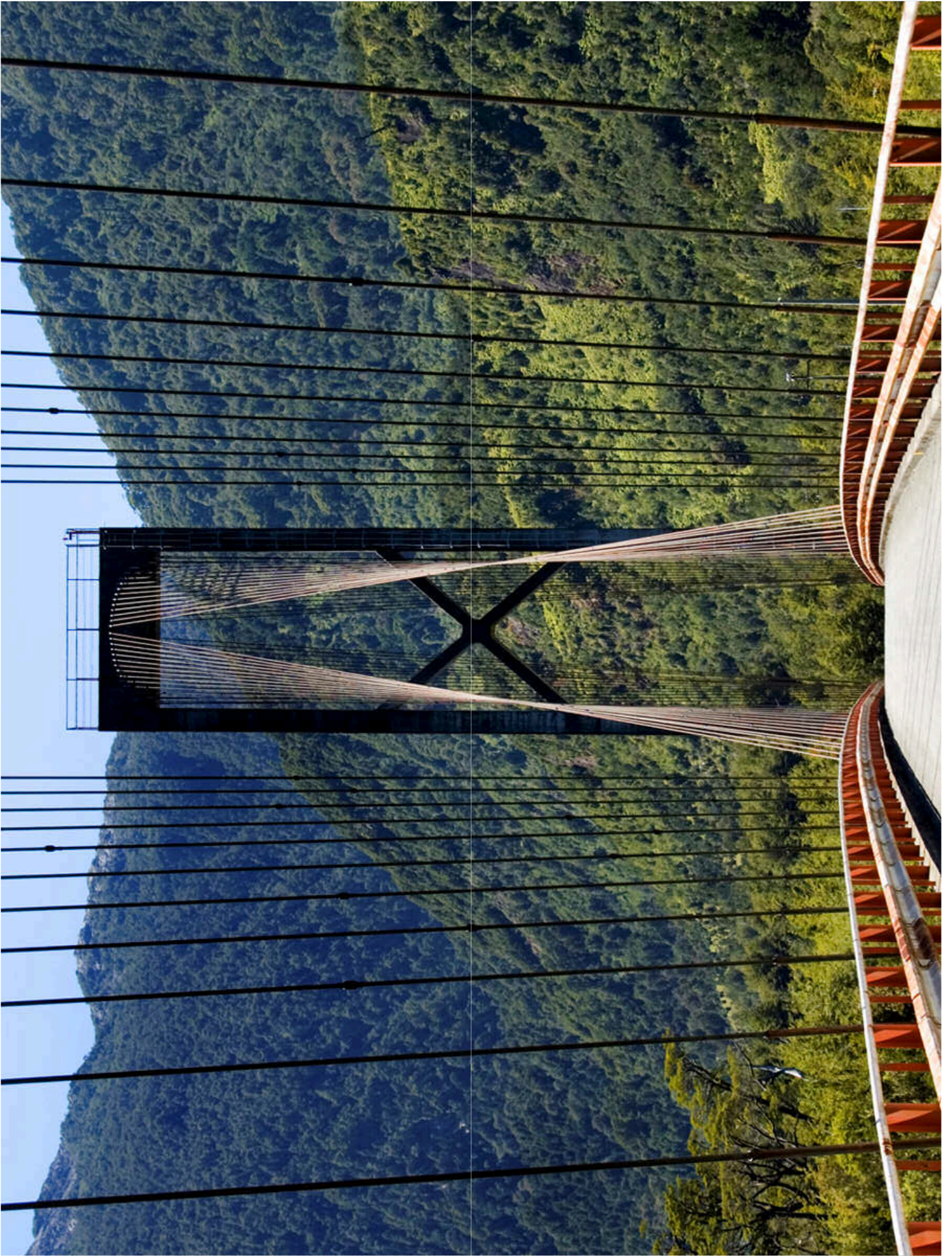
Andrea Wollerter

LAN AIRLINES

Santiago

Agosto 2010

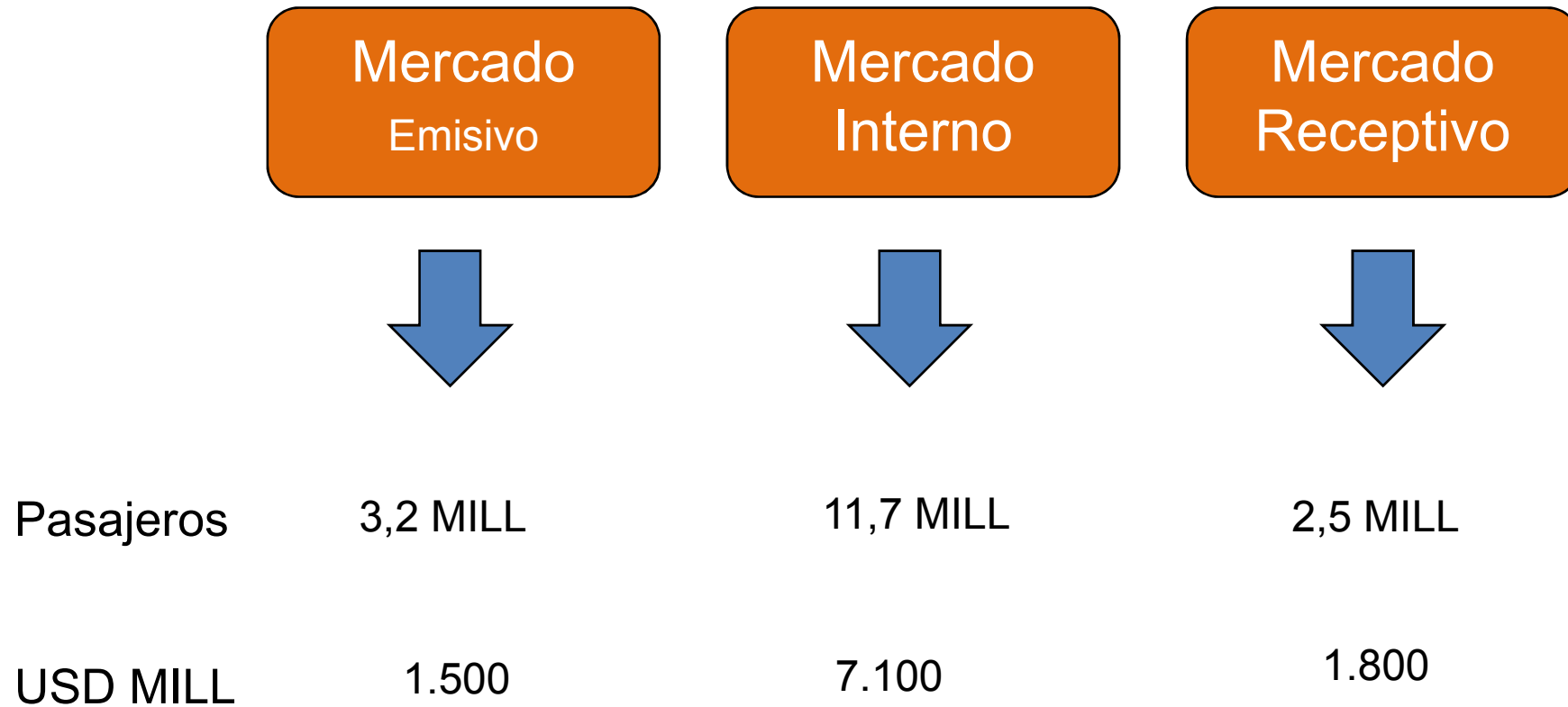






**¿Hacia donde
va la industria
en Chile?**

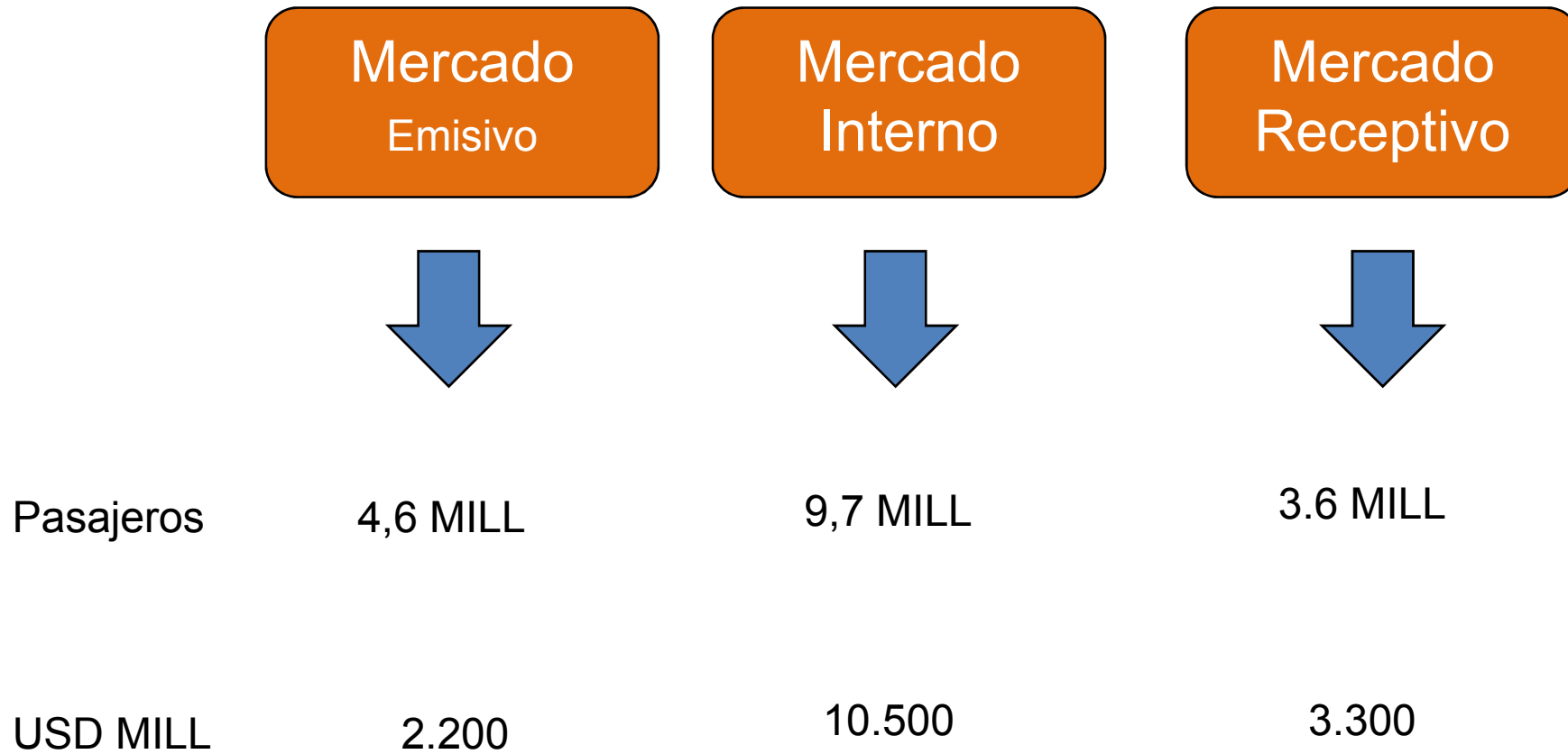
¿Qué volúmenes se mueven HOY en el mercado Chileno?



Fuente: Sernatur, BCG año 2007 (Emisivo e Interno y 2008 receptivo).
Considera TODO tipo de Viaje



Sin embargo, podríamos doblar estos volúmenes para el año 2014



Supuestos: crecimientos entre 6-8% anual





ASCENSION
CONCERTO
1883

¿Cómo
hacemos
crecer la torta?

ASOCIACION
CONCEPCI
1883

Las 3 grandes palancas para lograr esto

Producto

- Producto (profundidad, calidad, nuevas inversiones)
- Oferta de destinos
- Precios

Marketing

- Plan estratégico de marketing
- Inversión en marketing
- Herramientas (on-line-offline)

Asociatividad “empujar juntos”

- Alianza público –privada para prioridades, regulaciones, inversiones.
- Asociación entre privados



Venta paquetes on- line representa el desafío de un modelo integral

Presentar un servicio que trascienda el **vuelo y la **venta**,
que sea más que una plataforma centralizada de
búsqueda**

VIAJERO MÁS QUE PASAJERO

RELACIÓN MÁS QUE TRANSACCIÓN

RELACIÓN ACTIVA Y DINÁMICA



Hay un segmento más avanzado que valora esta solución

“Y depende mucho de quien te lo ofrezca, no es lo mismo un Lan por decirte, que meterse a cualquier otra parte”

“No puede ser algo malo”

“tu mandas”, nadie te apura o presiona”

“haces y deshaces y vuelves a hacer”

“Un servicio de armar tu viaje ultra completo, hasta el más mínimo detalles que te interese”

“Es una invitación, tú la tomas o la dejas, pero te da la posibilidad”



Y también hay consumidores más aversos a probar

*“Que trabajen sólo con algunos
proveedores o marcas”,*

*“Y después a quién le reclamas”, “todo
fantástico antes, pero después ...”, “todo muy
fotoshopeado, quién responde?”*

*“Yo soy más cómoda, me gusta que me
atiendan”*

*“No sé, me da inseguridad, quien me dice
que va a ser tal cual como se pinta ... sería
mi propio conejillo de indias”*



Atributos relevantes



Atributos relevantes



- Reputación y credibilidad para operar como **sello de confiabilidad** respecto de las empresas con los cuales trabajaría.
- La explicitación de su **rol de aval** se agradece como un primer filtro de calidad del proceso y los proveedores en convenio.
- La asistencia telefónica en destino, expande la **garantía a la post venta**, poniendo a la marca en la experiencia misma del viajero como apoyo de seguridad .



Atributos relevantes

Esta dimensión articula un atributo central buscado, que es el de la **riqueza** de componentes para armar el mejor viaje para cada uno, según las motivaciones que se tengan al momento de viajar.



Atributos relevantes



Esta dimensión se lee como un must del modelo esperado

- Se hace el punto respecto que la confirmación de disponibilidad debe ser con anticipación al pago, de manera de integrarla como una variable más del proceso de decisión de compra.

Por eso es importante el modelo integral

Beneficios en la línea de un vínculo multidimensional y multicanal, y que permitan ‘respirar’ el viaje/destino



Quién es el cliente que compra

- Cliente empoderado y autónomo, pero al mismo tiempo **acompañado y apoyado** si lo requiere
- Potencia emocional de **conectarse con otros como yo y visualizar** la situación, atmósfera y experiencia de viaje que tendré
- Una experiencia dinámica de **aprendizaje** y una **ventana abierta** tipo, más que un portal de compra-venta
- Atributos que **generan valor**, con capacidad de trascender o superar la sola conveniencia económica



Hay que ir avanzando en la experiencia de compra

Programas en Sudamérica | Programas en Chile | Programas en el Caribe | Programas en Norteamérica | Programas en Europa y otros | Arma tu viaje

Viajes recomendados

Programas con la mejor combinación de calidad y precio para empezar a disfrutar tus vacaciones desde el primer "click".



o si prefieres arma todo tu viaje muy fácilmente

PASAJES
Auto
HOTEL
MUCHO MÁS

4 días en Buenos Aires
Arráncate desde **US\$ 399**

Más impuestos y tasas de embarque de US\$ 72 por persona

8 días en Playa del Carmen
Insuperable desde **US\$ 1.199**

Más impuestos y tasas de embarque de US\$ 78 por persona

Búsqueda de programas:

Destino

Motivo del viaje

Actividades

OFERTAS de Programas



Hay que ir avanzando en la experiencia de compra



Vitrina “extra grande” para mostrar destinos

Botones de acceso claros

Nuevos espacios para banners

Nuevo layout búsqueda por filtros



Las 3 grandes palancas para lograr esto

Guía de destinos Santiago de Chile

Información general	Qué hacer	Información práctica	Aeropuerto	Transporte	Clima
----------------------------	-----------	----------------------	------------	------------	-------



Acerca de Santiago de Chile

La ciudad de **Santiago** es la capital de **Chile** y constituye el principal polo de desarrollo tanto económico como urbano del país. Se encuentra situada en el Valle Central; está flanqueada por la Cordillera de Los Andes en su lado este, y a una mayor distancia por el Océano Pacífico, que está ubicado unos 100 kilómetros al oeste.

El Gran Santiago se compone de 37 distintas comunas o distritos, que se distinguen por tener sus propias características, algunas de las cuales se han erigido como verdaderos emblemas gastronómicos, académicos, artísticos, comerciales y turísticos.

Considerada la tercera ciudad de **Sudamérica** con mejor calidad de vida, en Santiago confluyen los mayores centros financieros, de comercio, gubernamentales y culturales. También cuenta con modernos sistemas de transporte, como el tren subterráneo (Metro), que conecta a toda la ciudad; y una red urbana de autobuses conocida como Transantiago.

Compra ahora tus pasajes a **Santiago de Chile** en LAN.com y descubre todos los encantos que este destino tiene para ti.

[Cotizar](#)

Galería de imágenes

