

El poder de los datos para entender al Viajero

Federico Procaccini
Country Director, Google Argentina

Diciembre 2016



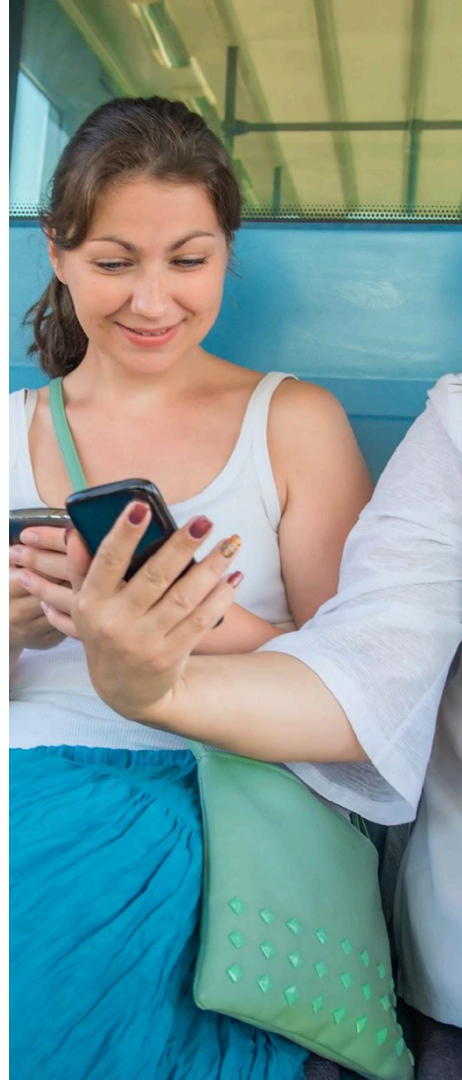
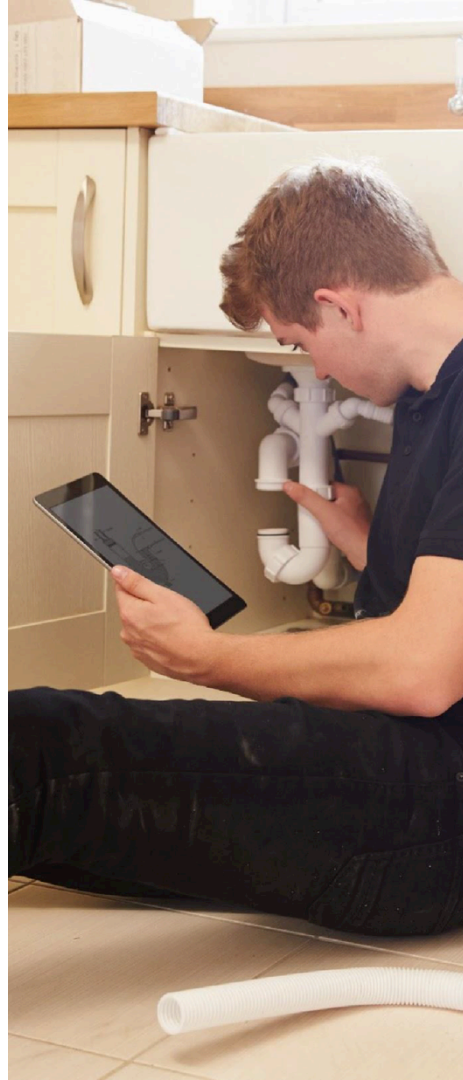
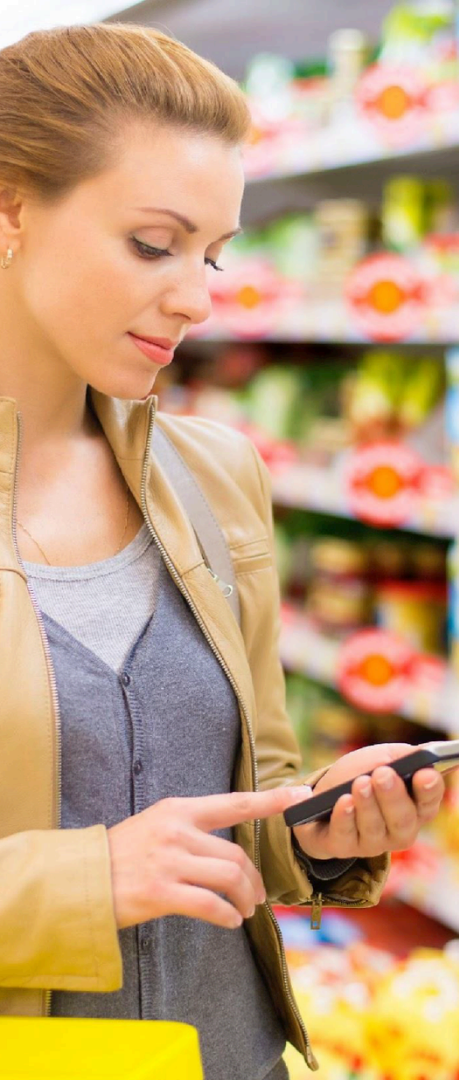
**Ya no nos conectamos,
Vivimos conectados**

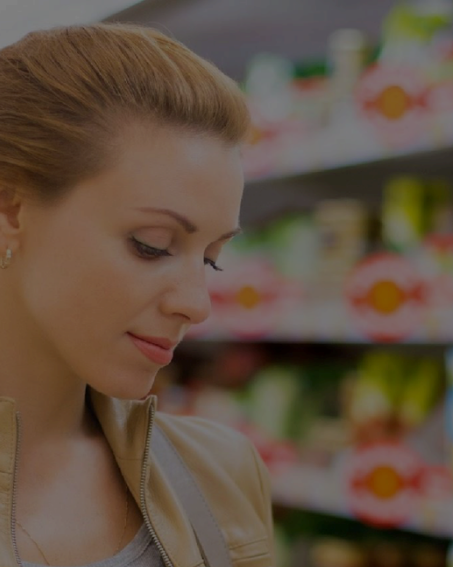


**Nuestra atención está fragmentada...
y mobile ya es la #1 pantalla**

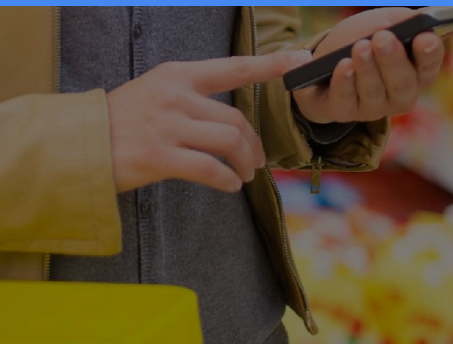


**+150 veces
al día**

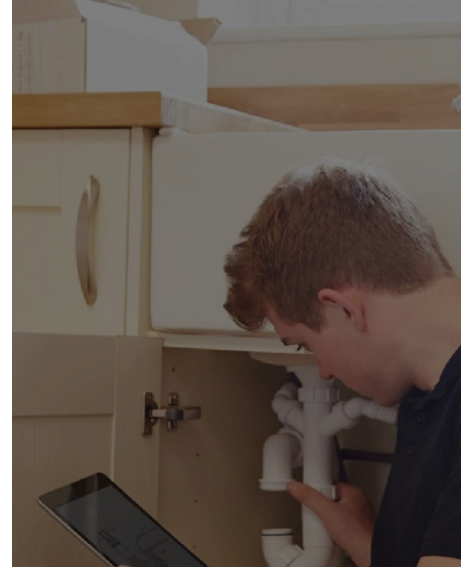




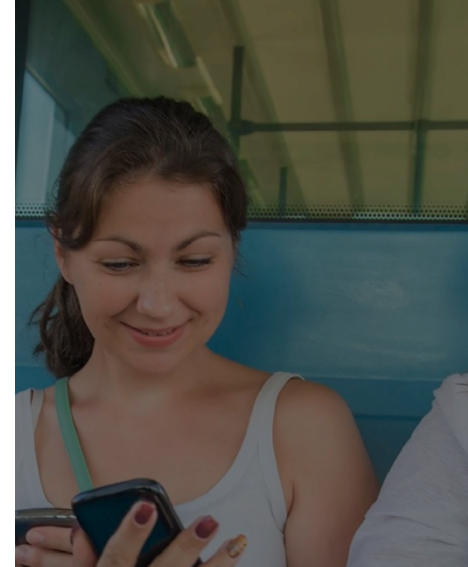
QUIERO
SABER



QUIERO
IR



QUIERO
HACER



QUIERO
COMPRAR





Momento Quiero-Saber

40%

de los viajeros se
inspiraron en videos
online sobre viajes



Momento Quiero-Ir

84%

de los argentinos usan
un motor de búsqueda
para buscar negocios y
opciones cercanas.



Momento Quiero-Hacer

+120%

Crecimiento de
búsquedas
“qué hacer en ...”
desde Argentina.



Momento Quiero- Comprar

93%

de los viajeros
argentinos hacen
research o compran
Vuelos y Hoteles
Online

18.701

Ella es María

Proprietary + Confidential

All Digital
Moments



Nov 8

Nov 18

Nov 28

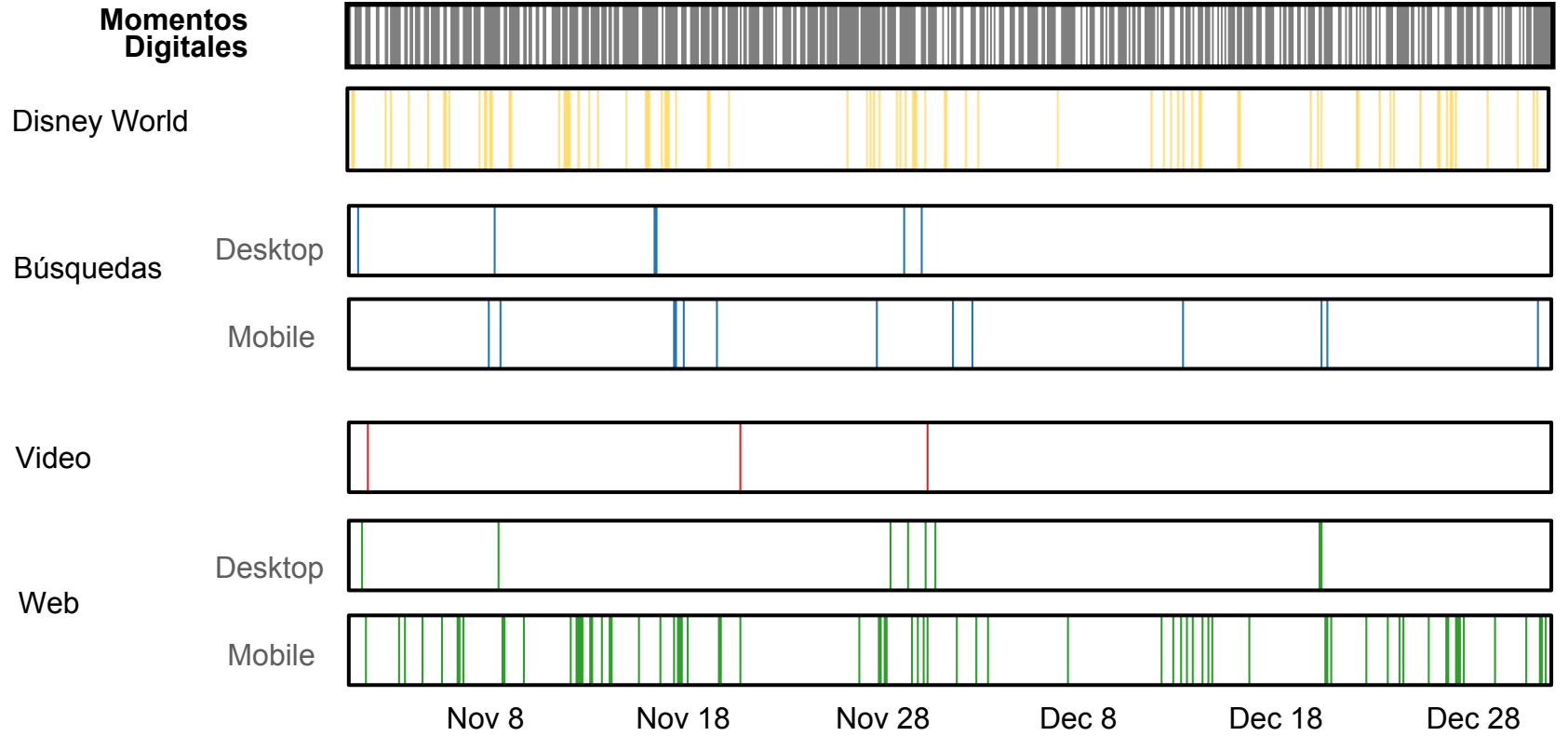
Dec 8

Dec 18

Dec 28



18.701
momentos



Argentina

Argentina



hablarle a la
Industria ya no es suficiente

CONSUMIDOR

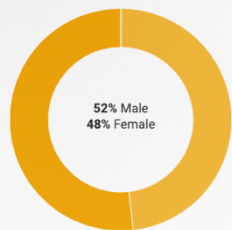
A top-down view of a person's hands typing on a silver laptop. The laptop screen displays a 'CAR RENTAL' website with a grid of car images. The desk is cluttered with various items: a potted plant, a notebook with a lightbulb diagram, a calculator, a leather wallet, a ruler, a calendar, a blue pen, a cup of coffee, a glass of water, and a pencil holder with several pens and pencils. The word 'CONSUMIDOR' is overlaid in large, bold, purple letters across the center of the image.

Hoy podemos conocer el perfil del turista con interés en un Destino

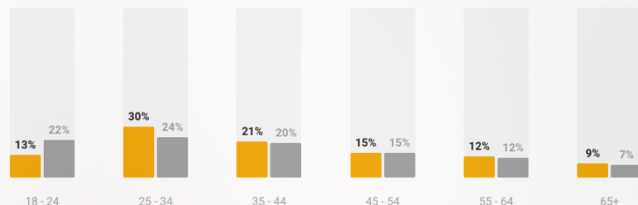
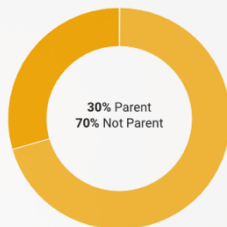
Perfil del turista norteamericano “in-market for” Trips to Buenos Aires

- Ambos Sexos, mayoritariamente en el segmento 25-34 años y sin hijos.
- Concentrado en NY, FL y CA
- Viajeros de lujo, fanáticos de fútbol, amantes de la playa y fans de la música en español

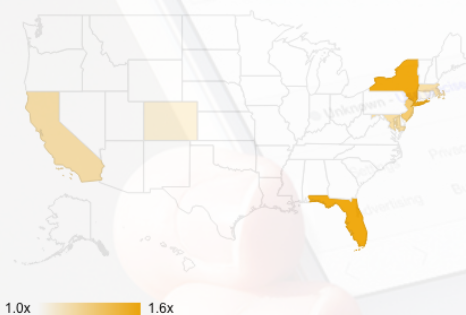
PERFIL DEMOGRÁFICO



SITUACIÓN PARENTAL



UBICACIÓN



New York 13% share sobre audiencias in-market for BA

Florida 12% share sobre audiencias in-market for BA

California 13% share sobre audiencias in-

INTERESES

Audiences	Share	Index	Relevance
Luxury Travelers	34.8% 8.3%	4.2x	★★★★
Soccer Fans	42.4% 12.4%	3.4x	★★★★
Beachbound Travelers	45.6% 15.3%	3.0x	★★★★
Spanish-Language Music Fans	24.4% 7.6%	3.2x	★★★★

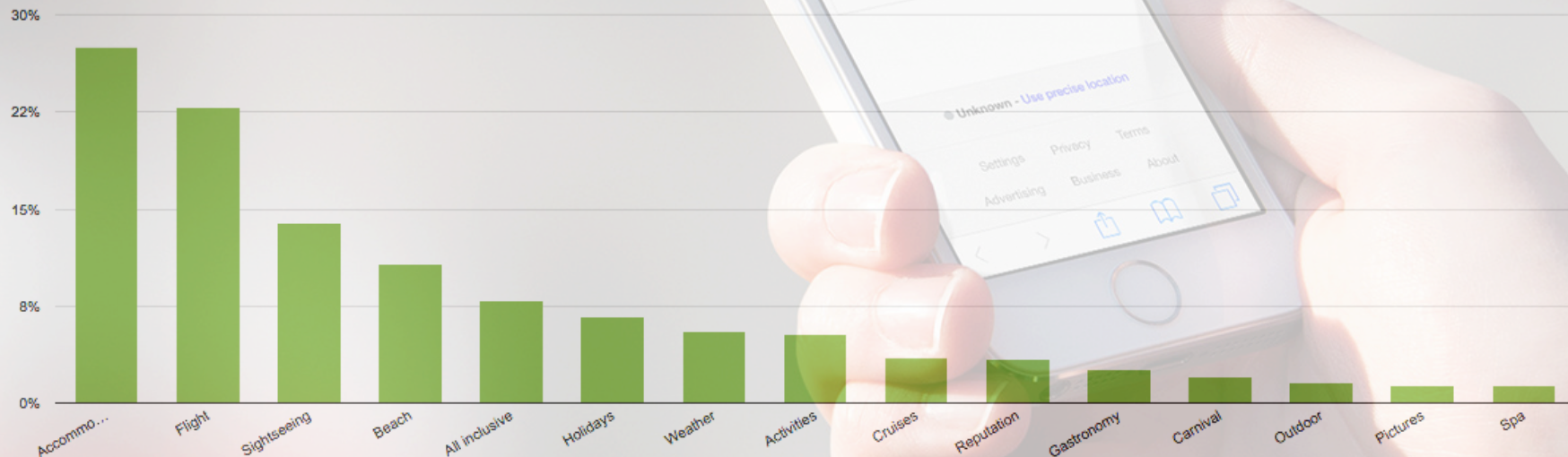
In-Market for Trips to Buenos Aires United States, in-market for Trips to Buenos Aires

Automatic benchmark United States

...además de conocer sus intereses para sus vacaciones

“Sightseeing”, Playa y All-inclusive son los atributos con mayor presencia en búsquedas de turismo de viajeros de EEUU, después de Alojamiento y Vuelos

Distribution of interest across all attributes ?



A close-up photograph of a person's hand holding a black smartphone. The person is wearing a dark blue t-shirt. The background is a bright, out-of-focus outdoor scene with a mountain range visible in the distance. A semi-transparent dark grey horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text.

¿Que puede representar Mobile para nuestro negocio?



La oportunidad de redefinir la EXPERIENCIA desde la Inspiración hasta la Venta

Nuestra Oportunidad



Tomar ventaja de
datos & tecnología
para identificar y alcanzar
clusters de Viajeros



Inspirarlos e influenciar
antes que tomen la
decisión del
Destino / Producto / Canal



Medir, entender y
mejorar la experiencia.

Herramientas

1. <https://www.thinkwithgoogle.com/>
2. <https://testmysite.thinkwithgoogle.com/>
3. <https://www.consumerbarometer.com/en/>

Muchas Gracias!!

Diciembre 2016