

Visitors Persona

Desembre 2022



Q&A

Com fem servir les fitxes?

Creant combinacions entre les diferents opcions d'informació activadora que ofereix cada perfil. Això permetrà crear perfils específics i enfocats per a crear productes, continguts, estratègies, ...

Perquè no apareixen perfils com com el turista Workation?

Existeixen perfils que pertanyen a la vessant MICE i per tant no han estat revisats dins la matriu del present document.

Són els perfils de turista excloents?

Un turista pot ser una barreja entre varis visitor persona. És quelcom que hem de tenir molt present a l'hora d'ubicar als nostres turistes segons experiències i/o productes. Per exemple, un turista que faci el Grand Tour, pot ser una barreja entre un “must see”, “ecoturista”, ...

Que ens aporten els canvis respecte la versió antiga de visitor?

Una major facilitat per a treballar amb visitors degut a la homogeneïtzació de criteris. Més possibilitats de combinar visitors per a crear persones/perfils concrets i històries amb les quals dissenyar programes, continguts oferta-demanda ad-hoc i major clarietat en el format.

Si falta algun dels perfils antics o de la nova proposta, s'han eliminat?

No. Aquells que ho requerien s'han unificat i/o simplificat com per exemple, dels antics 2 visitor “senderista” i “trekkero” obtenim ara un únic visitor, amb alguna diferència puntual com la durada de l'estada. O en el cas dels visitor d'enogastronomia que ara no es diferencien en funció si estan enfocats només a menjar o a vi.

D'altres, en base a la nova proposta, s'han tret de la matriu, no per eliminar-los, sinó perquè no són prioritaris (a l'hora d'invertir esforços per atraure a certa demanda) com “creuerista” o “shop&bags”.

Informació activadora

Aclariments

Informació activadora

Acompanyament?



En família

Grups de persones de diferents generacions, que combinen plans que es puguin adaptar a tots els públics. Especialment quan viatgen amb menors.



En parella

La parella busca passar temps junts, fer una escapada romàntica i gaudir l'un de l'altre mentre visiten indrets gaudint de noves experiències.



Amb amics

Busquen compartir bons moments i experiències amb amics. Es mouen per l'oci i el gaudi i en alguns casos els grups poden arribar a ser nombrosos.



Solo

Persones que viatgen soles i gaudeixen de l'autorealització, noves experiències, es coneixen a si mateixos i no esperen als demés per a realitzar el viatge que tant els hi bé de gust.



En equip

Aplicable als perfils d'esportistes professionals, són aquells que assisteixen a competicions i/o torneigs per equips o fan estades d'entrenament.

Només aplicable a alguns perfils.



Amb companys

Aplicable a entorns d'estudiants que viatgen a Catalunya amb l'entitat d'estudis.

Només aplicable a alguns perfils.

Informació activadora

Nivell de despesa?



Low cost

Busquen gaudir de l'experiència, però amb una despesa mínima. Busquen allotjament i transports pel seu compte normalment.



Alt

Realitza una despesa més alta que la mitjana durant la seva estada. Sol consumir més serveis com espectacles, allotjaments, restaurants amb un cost més elevat.



Despesa mitjana

La despesa durant l'estada seria estàndard, que no tendeix al luxe, però tampoc a la opció econòmica.



Premium

Genera una despesa molt alta durant la seva estada, donats els serveis que acostuma a consumir, permeten així gaudir d'una experiència de luxe personalitzada al màxim, com poden ser serveis exclusius en relació a boutiques, hotels, restaurants, transport privat, exclusivitat i privadesa en certs espais o activitats, etc.

Informació activadora

A quina generació pertany?

Generació Silver (1925-1950)

Els més grans. Tendeixen a buscar el gaudi de manera tranquil·la i relaxada, a més de viatjar durant períodes més llargs, i amb viatges ben organitzats.

Baby Boomers (1951-1963)

Jubilats recentment, busquen gaudir de temps lliure i aprofitar-lo, barrejant oci amb cultura i relax.

Gen X (1964-1977)

Generació amb un nivell de despesa superior a les seves generacions successores, que es permeten experiències una mica més Premium, tant en parella com en família

Millennials (1978-1996)

Tendeixen a viatjar en mode low cost i durant períodes curts de temps. Comencen a viatjar en família i viatjar és una de les seves motivacions principals.

Gen Z (1997-2010)

Els més joves, molts d'ells encara són escolars o universitaris. Busquen diversió a tota costa i generalment viatgen amb amics i família.

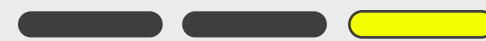
Informació activadora

Durada de l'estada?



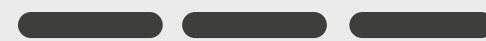
Curta (1-2 nits)

Els qui pernocten de forma puntual per algun esdeveniment o passen sobretot un cap de setmana.



Mitjana (3-4 nits)

Estades que van des de les 5 nits. Permeten major mobilitat o al seu defecte, visitar més opcions dins la mateixa àrea / destinació.



Llarga (5+ nits)

Venen a conèixer una ciutat o regió/ zona, aprofitant principalment ponts, caps de setmana llargs extenent 2 nits més enllà abans o després del mateix.



Informació activadora

Com / quant es mouen?



Unidestinació

El turista s'hi queda al mateix lloc durant tota la seva estada. És més habitual per a distàncies curtes o destinacions / àrees que ofereixen una gran varietat de plans/activitats/experiències a realitzar.



Multidestinació

El turista realitza un viatge combinat, visitant àrees dins Catalunya com a única destinació, o bé combinant Catalunya amb altres zones d'Espanya o inclús Europa. Generalment sol estar associat a mercats de llarga distància.



Informació activadora

Com reserven?



Reserva paquetitzada

El turista compta amb un intermediari AAVV que li ofereix un paquet d'experiències, compostat principalment per transport, allotjament i altres serveis relacionats amb diferents experiències.



Reserva autònoma

El visitant contracta els diferents elements del viatge de manera autònoma, des de diferents plataformes, creant el seu propi viatge a mida.



Sense reserva

Els turistes no disposen de tots els elements del viatge reservats i es deixen portar segons el moment un cop a destinació.

Matriu

Matriu Visitors Persona - Nova proposta d'Accenture



Visitar una ciutat

Catalunya Premium	 Premium americà i australià	 Premium àrab	 Premium asiàtic	 Premium xinès
Arts i cultura	 Turisme must see			



Que els nens puguin fer coses

Familiar	 Famílies
----------	--



Practicar la meva activitat preferida

Actiu i aventura	 Turista aventurer
------------------	---



Fer unes vacances "eco"

Ecoturisme	 Ecoturista Birder	 Ecoturista especialista "Expert"	 Ecoturista genèric
------------	--	---	---



Gaudir de la gastronomia

Enoturisme	 Interessat aficionat	 Enoturista curiós	 Amant del vi
Experiències gastronòmiques	 Gastro cuinetes	 Gastro Foodie	 Gastro Gourmet



Fer senderisme

Senderisme	 Senderista d'un dia "Excursionista"	 Senderista de travessera "El trekero"
------------	---	---



Gaudir de la cultura local

Arts i cultura	 Turista cultural pur	 Turista genèric ocasional
Actiu i aventura	 Turista vacacional	



Anar en bici

Cicloturisme	 Ciclista amateur	 Ciclista passeig	 Cicloturisme alforges
--------------	--	--	---



Jugar a golf

Golf	 Turista golfista
------	--



Fer una ruta en cotxe

Gran tour	 Grand tour contemplatiu	 Grand tour descoberta activa	 Grand tour genèric
-----------	--	---	---



Entrenar

Turisme esportiu	 Esportista amateur	 Esportista d'èlit	 Turista esportista
------------------	--	---	--



Curar-me

Barcelona Medical Destination	 Turista/Pacient mèdic
-------------------------------	---

FAMÍLIES



FAMILIAR



ESPORTIU



ACTIU I AVENTURA



PIRINEUS



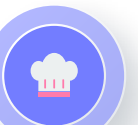
ECOTURISME



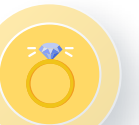
ACCESSIBLE SOSTENIBILITAT



ENOTURISME



GASTRONOMIA



PREMIUM



MÈDIC



GRAN TOUR



CULTURA



CICLOTURISME



GOLF



SENDERISME

Matriu Visitors Persona - Nova proposta d'Accenture

Salut i Benestar

Turista relax

Turista Motius Mèdics

Cultura i Art

Turista "Must See"

Turista Cultura Pur

Turista espiritual

Turista musical

Turista estudiant

Turista de viatges
d'estudi

Esports

Esportista Professional

Esportista Amateur

Turista Sports Fan

Turisme Actiu i Natura

Ecoturista

Turista Senderista

Enogastronomia

Turista Foodie

Turista Wine lover

Oci alternatiu

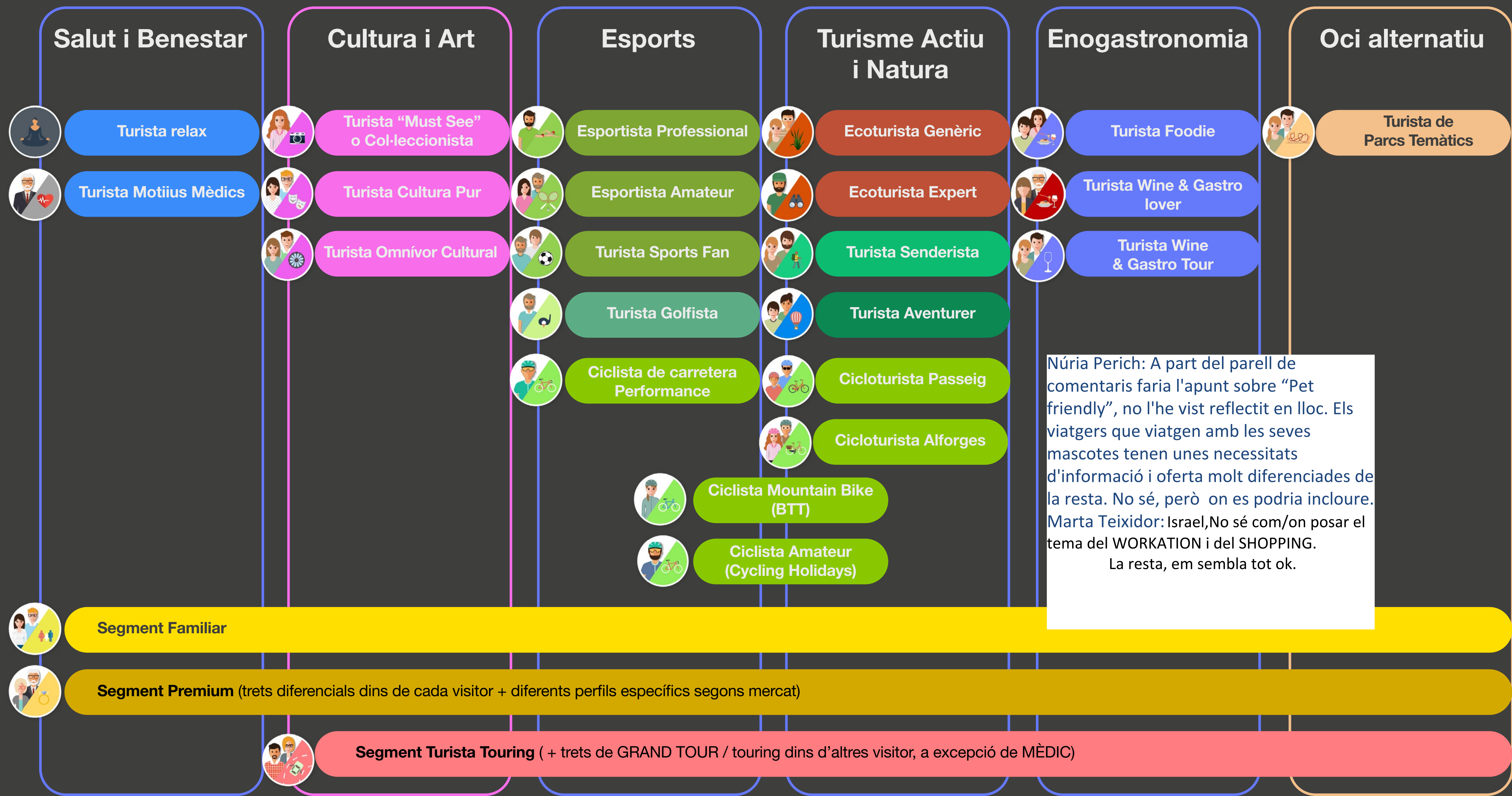
Turista de
Shops & bags

Turista de
Parcs Temàtics

Creuerista

Turista viral

Matriu Visitors Persona - Revisió Mkt. Experiències



Fitxes

Turista Touring



Qui són?

El turista “rutero” o touring és un turista culte, interessat per la cultura amb un poder adquisitiu mig-alt. Preparen amb antelació la ruta, saben on van i què hi trobarà. Volen activitats variades que els facin descobrir el territori per on viatgen i gaudir de la ruta, per això és imprescindible que la ruta transcorri per carreteres boniques, el recorregut en cotxe és part de l'experiència.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- | | |
|--|-------------------|
| • Espanya / Catalunya | • UK e Irlanda |
| • França | • Itàlia |
| • DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa) | • Àsia Pacífic |
| • Benelux | • Israel |
| | • Països de l'Est |
| | • Xina |

Afegir
USA,
Canadà i
Mèxic

Mobilitat

- ☐ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia

- | | | |
|-------|---------|---------|
| | | |
| Amics | Parella | Família |

Nivell de despesa



Durada de l'estada

- | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | |
| Curta
(1/2 nits) | Mitja
(3/4 nits) | Llarga
(5+ nits) |



Inspiració i cerca
blogs, xxss o amics/familiar



Recomanació
Comparteixen info via xxss.

4D's

- | | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Turista Relax



Qui són?

Aquests viatges busquen relaxar-se y gaudir de temps de tranquil·litat.

Busquen spas, centres de massatge, hotels balnearis i/o balnearis, platges i altres indrets idíl·lics on passar uns dies de desconexió.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Espanya 
- ~~Països de l'Est~~ 

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics

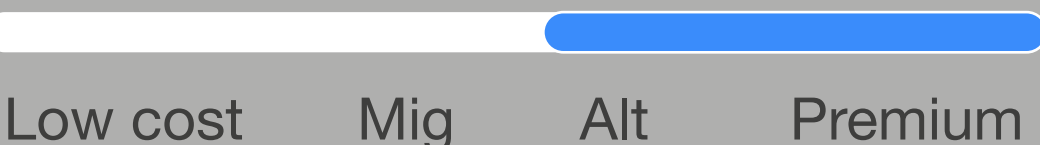


Parella

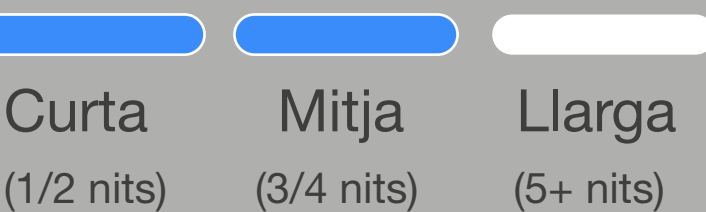


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Turista Motius mèdics



Qui són?

Aquells que viatgen a Catalunya per raons mèdiques, ja sigui per una intervenció, per a rebre algun tipus de tractament o consulta. Solen viatjar acompanyats.

És un perfil pel qual no només el benestar del pacient és important, sinó també és crucial el benestar dels acompanyants per tal d'obtenir una bona experiència.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Middle East
- Sud Amèrica
- Àfrica
- Països de l'Est 

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

Companyia

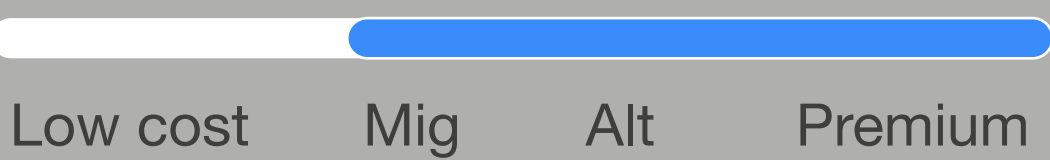


Amics

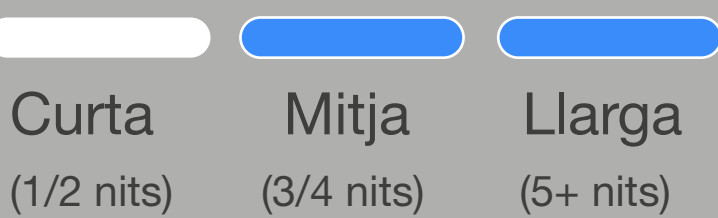


Parella

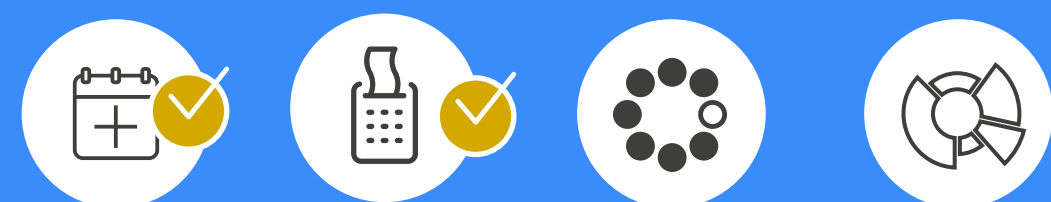
Nivell de despesa



Durada de l'estada



4D's



Desestacionalització | Despesa

Transversalitat

Cultura

Turista Must See o Col·leccionista



Qui són?

Es tracta del turista que arriba per primer cop a una ciutat o zona i no es vol perdre res.

Sol viatjar en temporada alta i els agrada visitar els llocs més típics i recomanats, fer rutes turístiques clàssiques durant la seva estada i anar als museus més populars. La seva intencionalitat de viatge és conèixer la destinació però no té una motivació únicament cultural.

Vol veure els principals atractius i posar un tic de completat a la seva llista.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- Tots els mercats, en especial els de llarga distància

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

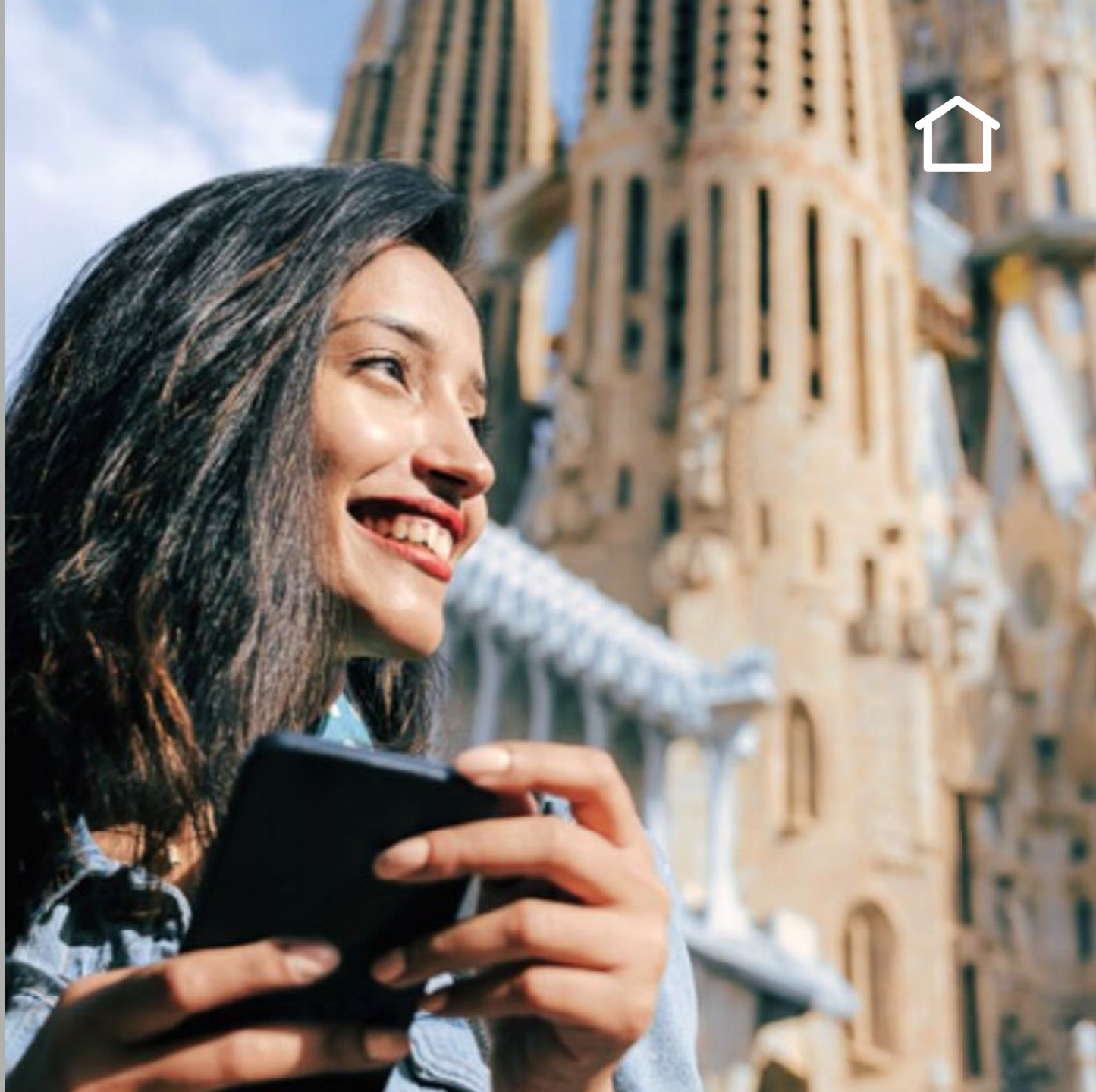
Companyia

-  Amics
-  Parella
-  Família
-  Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

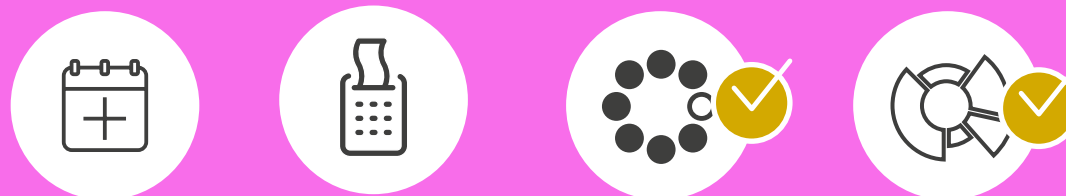
Xarxes socials i internet



Recomanació

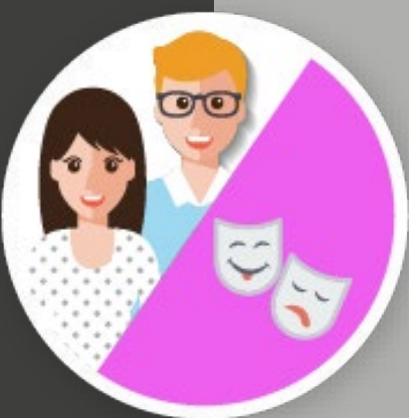
Molt actiu a xarxes socials i internet abans, durant i després dels viatges.

4D's



Desconcentració | Diversificació

Turista Cultural Pur



Qui són?

Aquells que la seva motivació és purament cultural més enllà dels monuments clàssics i les multituds.

Visiten museus, galeries especialitzades, esdeveniments culturals més exclusius, biblioteques... I altres activitats culturals més intensives, tenint sensibilitat per l'arquitectura, l'art, la pintura.

Viatja diverses vegades l'any.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- | | |
|---|--|
| • Catalunya | • Països de l'Est |
| • Espanya  | • Estats Units i canadà |
| • França | • Sudamèrica |
| • Itàlia | • Asia Pacífic |
| • Països Baixos | • Xina, Hong Kong i Taiwan |
| • Països Nòrdics | • DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa) |

Afegir
Bèlgica

Mobilitat

- ✓ Destinació única
- ✓ Multidestinació

Canal de reserva

- ✓ Sense reserva
- ✓ Reserva autònoma
- ✓ Reserva paquetitzada

Companyia

 Amics

 Parella

 Família

 Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada

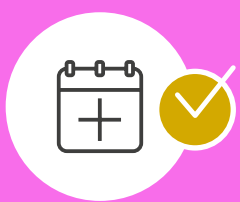
 Curta
(1/2 nits)

 Mitja
(3/4 nits)

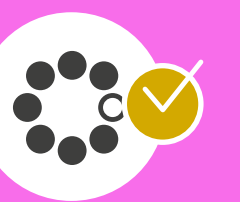
 Llarga
(5+ nits)

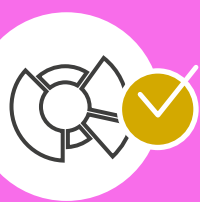


4D's

 ✓

 ✓

 ✓

 ✓

Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Turista Omnívor cultural



Qui són?

Aquell visitant que viatja sense un interès cultural específic concret però amb inquietuds mínimes per conèixer la destinació a través de la seva cultural.

Una vegada a la destinació, experimenta, visita, viu diferents tipus d'experiències i recursos culturals.

Fa visites panoràmiques i visita només els principals atractius.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Espanya
- França
- Itàlia
- Regne Unit i Irlanda
- Països Nòrdics
- Països Baixos
- Israel
- Bèlgica

Afegir DACH i Posar Europa Central (en comptes de Centre Europa)

Afegir Corea del Sud



Afegir USA, Canadà i Mèxic

Mobilitat

- ✓ Destinació única
- ✓ Multidestinació

Canal de reserva

- ✓ Sense reserva
- ✓ Reserva autònoma
- ✓ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Família



Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Turista Esportista professional



Qui són?

Joves independents, adults actius amb o sense fills, seleccions nacionals, federacions.

Esportistes d'Èlit, federat, que participa a alguna competició o torneig concret, en equip o individualment (a través de club, federació, etc). L'entrenador i/o quip tècnics és qui decideix la destinació.

Es contemplen tant els federats com els no federats, però el seu únic objectiu és l'assistència i participació a una competició, o llarga estada d'entrenament.

Generació

- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa)
- UK & Irlanda
- França
- Països Nòrdics

- Països de l'Est
- Israel

Afegir
USA



Afegir
Bèlgica i
Països
Baixos

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



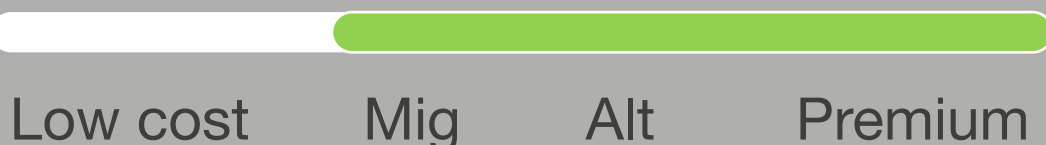
Parella



Família



Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

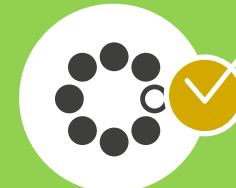
Experiència prèvia, recomanació entrenadors i professionals, internet: webs i xarxes socials equipaments i resorts esportius, equips, atletes, mitjans especialitzats...).



Recomanació

Xarxes socials i portals d'opinió

4D's



Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Turista Esportista amateur



Qui són?

Turistes federats o no que realitzen unes vacances esportives per a gaudir d'algun esport, amb l'objectiu de passar-ho bé, sense competir.

Catalunya ofereix una gran varietat d'oferta esportiva per a tots els públics, destacant: Golf, esquí, ciclisme, maratons, curses trail running, aigües obertes, tennis, futbol...

S'allotja principalment en hotels, però també en hotel-apartament.

Generació

- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa)
- Països Nòrdics
- UK & Irlanda
- França
- Benelux
- USA (fútbol i ciclisme)
- Països de l'Est
- Països baixos
- Bèlgica
- Espanya
- Itàlia

Afegir
Japó



Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Família



Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

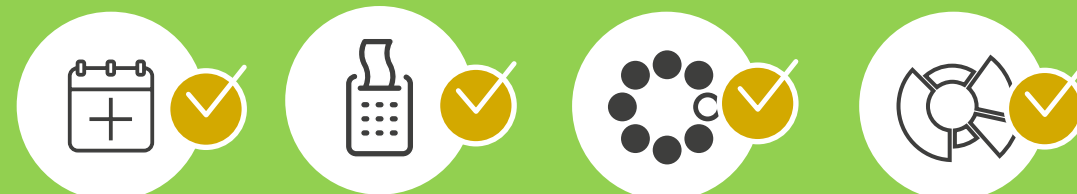
Recomanació personal (xxss equips, atletes, destinacions, marques) i webs especialitzades



Recomanació

xarxes socials i portals d'opinió

4D's



Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Família, actiu-aventura, Premium, Accessibilitat i Sostenibilitat

Turista Sports fan



Qui són?

Viatgen a Catalunya amb l'objectiu de presenciar una competició (esport passiu) com partits de futbol, final de bàsquet, cursa de Fòrmula 1, Godó, etc.

Els esdeveniments esportius solen atraure a masses i generar molt trànsit dins les ciutats, sent rellevants per a tots els sectors.

S'allotja principalment en hotels.

Generació

- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- DACH i Europa Central (Alemanya, Àustria i Suïssa)
- Països Nòrdics
- UK
- França
- ~~Benelux~~
- Sudamèrica
- Israel
- Espanya
- Afegir
- Japó
- Països Baixos
- Itàlia

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics

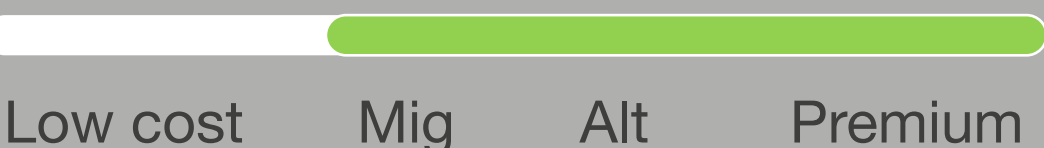


Parella

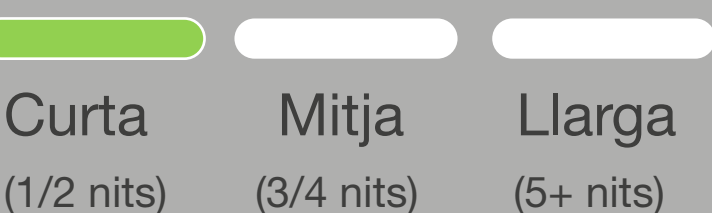


Família

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

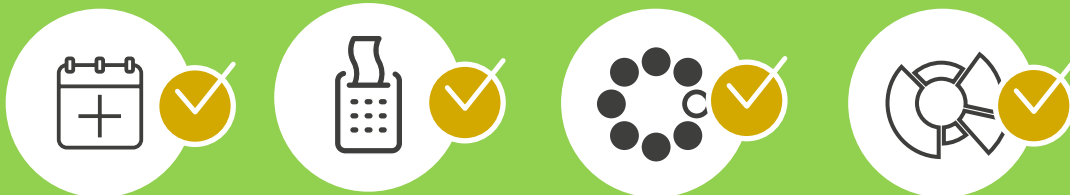
Canals digitals i socials de mitjans esportius, d'equips, atletes i lifestyle/lleure



Recomanació

Xarxes socials i portals d'opinió

4D's

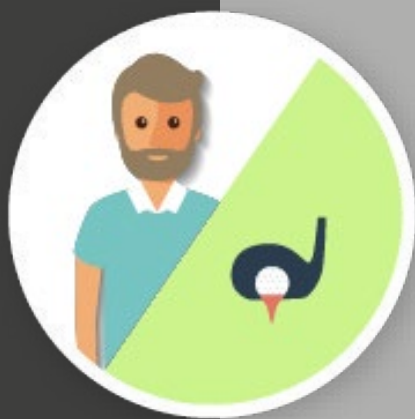


Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Tots

Turista Golfista



Qui són?

Busquen un viatge-experiència centrada en la pràctica del golf, per a jugar en diferents camps d'una mateixa zona.

S'allotja principalment a hotels de 4 i 5*

Generació

- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Alemanya
- Països Nòrdics
- UK
- França
- ~~Benelux~~

Afegir:
DACH

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics

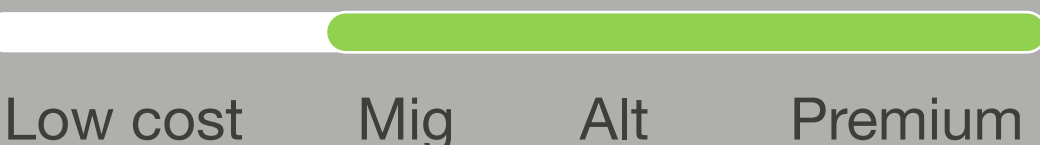


Parella



Família

Nivell de despesa



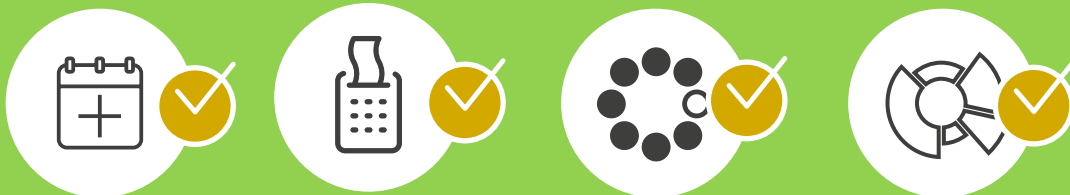
Durada de l'estada



Inspiració i cerca

internet i revistes especialitzades

4D's



Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Cultura i enogstronomia

Turista Ciclista de carretera performance

Qui són?

Joves independents o adults actius sense fills, federats i pertanyents a clubs ciclistes, penyes, ... i que quan viatgen busquen destinacions amb un alt nivell d'especialització.

Valora les carreteres poc transitades i amb un alt nivell d'exigència física, el clima, serveis especialitzats per a ciclistes... Poden realitzar rutes de descoberta del territori, però d'alt nivell d'exigència física. Poden realitzar training camps amb itineraris d'entre 120 i 180km.

S'allotja en hotels de 3-4* especialitzats en cicloturisme per assegurar-se de què disposarà dels serveis necessaris per cobrir les seves necessitats.

La seva principal motivació és la pràctica esportiva o la participació en una cursa/prova esportiva tipus "gran fondo". Acostuma a viatjar a la primavera i a la tardor per entrenar.

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- França
- UK
- Alemanya
- Benelux 
- Països Nòrdics
- EEUU



Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma (clubs)
- ☒ Reserva paquetitzada (TTOO training camps. Antelació 1/2 any -1 any | A través de clubs i federacions)

Companyia



Amics



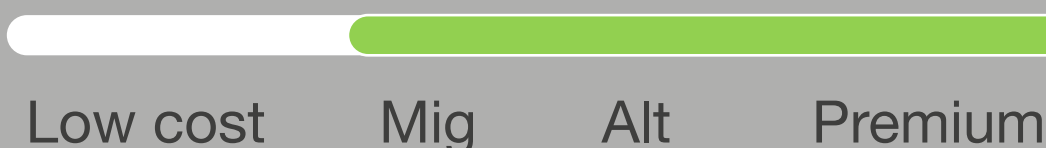
Equip



Sol

*viatja amb el club ciclista

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Clubs ciclistes, federacions, webs especialitzades, revistes especialitzades, seguiment de llocs d'entrenament de referents mundials...

Recomanació

Amics esportistes i a través de xxss i portals d'opinió

4D's

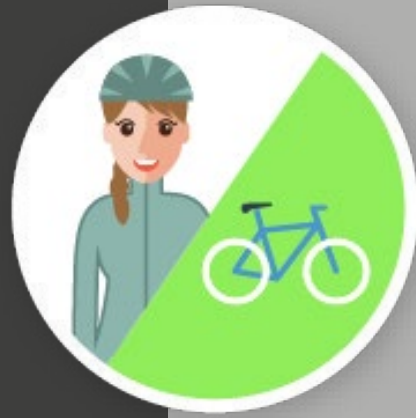


Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Esports

Turista Ciclista mountain bike. BTT



Qui són?

Joves independents o adults actius sense fills, federats o no. LA seva principal motivació és la descoberta de la natura, el paisatge, espais naturals protegits, etc combinat amb altres elements com la gastronomia... amb BTT.

En alguns casos també viatja per assolir algun repte esportiu.

Pot realitzar activitats com cross country, descens...

Realitza rutes d'intensitat mitja-alta.

Acostuma a viatjar a la primavera, l'estiu i la tardor (en funció dels períodes vacacionals).

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- UK
- Alemanya
- Benelux 
- Països Nòrdics

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada (TTOO btt i cicloturisme)
Antelació 3 mesos aprox.

Companyia



Amics



Equip

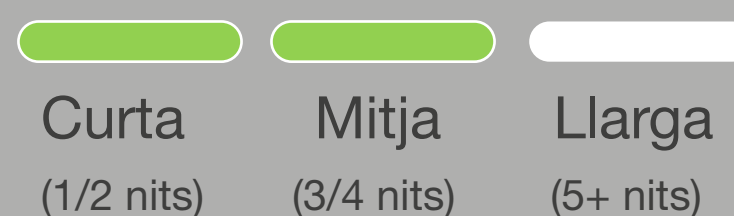


Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

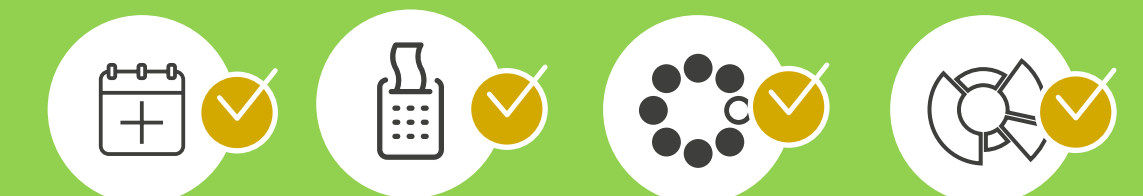
Penyes ciclistes, federacions, webs especialitzades, revistes especialitzades BTT, esdeveniments i proves a territori



Recomanació

Amics esportistes i a través de xxss i portals d'opinió

4D's



Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Esports, Enoturisme, Cultura

Turista Ciclista amateur (Cycling holidays)



Qui són?

Adults actius amb o sense fills. Pot ser federat o no, membre de penyes ciclistes... Bicicleta de carretera.

Valora les rutes de dificultat mitja (de 60-100km), el bon clima, la bona gastronomia, la cultura de la destinació... Podent combinar la ruta ciclista amb visites d'interès: cellers, monuments, ...

La seva principal motivació és la descoberta d'un territori en bicicleta.

Ciclistes amb bona condició física, però no realitzen rutes d'un molt alt nivell d'exigència física.

S'allotja en hotels 3-4* "bike friendly", allotjament rural... Acostuma a viatjar a la primavera i a l'estiu, depenent del període vacacional.

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Alemanya
- UK
- França
- ~~Benelux~~
- Països Nòrdics
- Espanya

Afegir
USA



Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada Antelació 3 mesos aprox.

Companyia



Amics

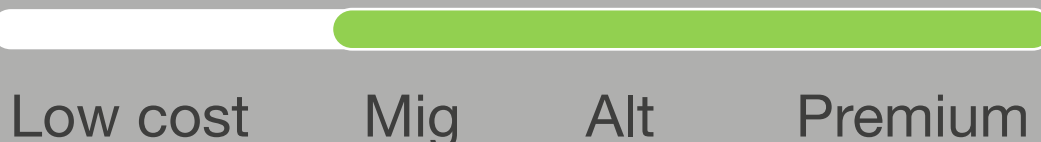


Família

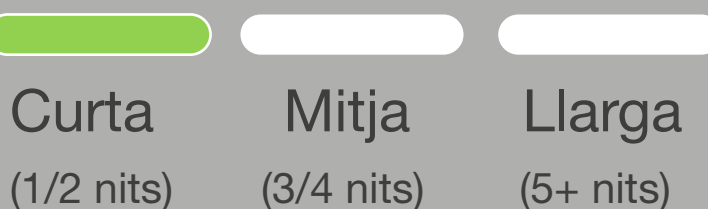


Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

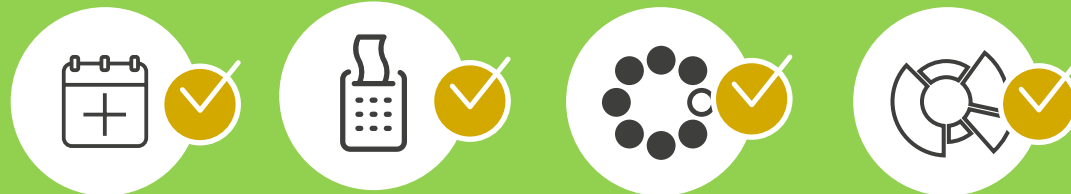
Penyes ciclistes, federacions, webs especialitzades, revistes especialitzades ciclisme carretera, esdeveniments i proves a territori



Recomanació

Us APP Mòbils

4D's



Desestacionalització | Despesa
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Esports, Enoturisme, Cultura, Família

Turista Cicloturista Passeig

Qui són?

Joves independents i adults actius amb o sense fills.

Fa rutes cicloturístiques, o trams de ruta, majoritàriament d'un dia, no molt exigents i que ofereixin atractius durant la ruta, p.ex. Vies Verdes.

Generació

- Generació Silver (72-97)
- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Benelux 
- Alemania
- França
- Espanya



Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Família



Sol

Nivell de despesa



Low cost Mig Alt Premium

Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitja (3/4 nits) Llarga (5+ nits)



Inspiració i cerca

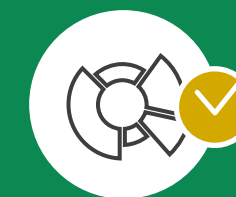
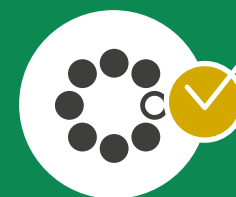
A destinació



Recomanació

A destinació: oficina de turisme, càmping, amics o coneguts

4D's



Desestacionalització | Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Esports, Actiu i aventura, Família

Cicloturista Alforges



Qui són?

Fa travesses cicloturístiques de diversos dies de durada, no molt exigents que ofereixin atractius durant la ruta.

S'allotja a càmpings i a hotels cicloturístics.

Generació

- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- ~~Benelux~~
- Alemanya
- França
- Itàlia
- ~~EEUU~~



Mobilitat

- ☐ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
 - ☒ Reserva autònoma
 - ☒ Reserva paquetitzada
- Molta antelació – 1 any aprox

Companyia



Amics



Parella



Família



Sol

Nivell de despesa



Low cost Mig Alt Premium

Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitja (3/4 nits) Llarga (5+ nits)



Inspiració i cerca

webs de destinació i webs especialitzades



Recomanació

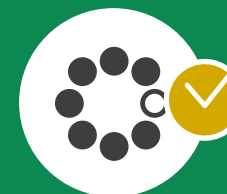
coneguts

4D's



Desestacionalització

Desconcentració | Diversificació



Transversalitat

Esports, Actiu i aventura

Ecoturista Genèric



Qui són?

Joves independents, parelles adultes sense fills a casa, recent casats sense fills, adults actius amb o sense fills que cerca el contacte amb la natura i s'interesa per la sostenibilitat.

Busca descobrir nous indrets, fer activitats de baixa intensitat mentre aprèn de la flora i la fauna (observar, interpretar i fotografiar)

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Espanya
- Regne Unit
- França
- Alemanya
- Benelux 
- Xina
- Itàlia

Afegir APAC (Japó, Singapur i Austràlia principalment)

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella

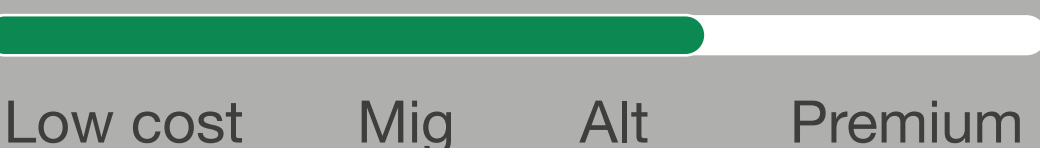


Família

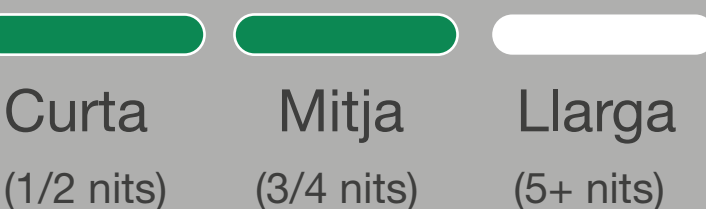


Sol

Nivell de despesa



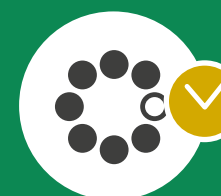
Durada de l'estada



Inspiració i cerca

a destinació i xxss (excursionista)

4D's



Desestacionalització
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

família, senderisme, cultura, esport, gastronomia i enoturisme

Ecoturista Expert



Qui són?

Adults actius amb o sense fills, parelles adultes no actives i sense fills a casa.

L'ecoturista més expert busca l'observació de fauna i flora (espècies en concret/rares/particular). Naturalistes. Interessats en projectes de conservació i investigació. Principal despesa en allotjament i menjar i no en activitats guiades.

Birder Observació d'espècies autòctones i específiques de la destinació.

Fotografia d'ocells i altres activitats de birding. Molt especialitzat.

Generació

- Babyboomers (59-71)
- Gen X (45-58)

Mercat d'origen

- Regne Unit (especialment birder)
- França
- Alemanya
- ~~Benelux~~ 
- Espanya

Afegir APAC
(Japó i Austràlia
principalment)

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

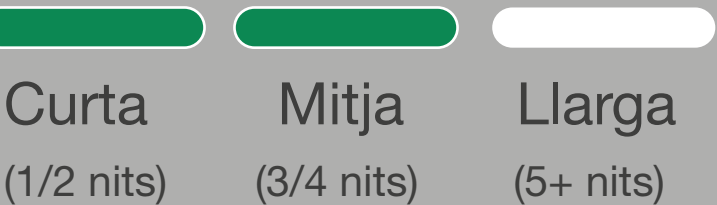
Companyia

-  Amics
-  Parella
-  Família
-  Sol

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

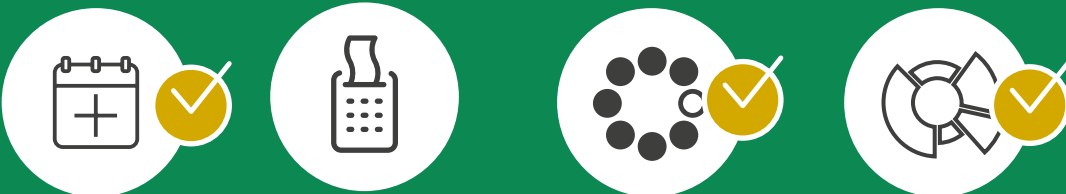
destinacions similars i esdeveniments específics



Recomanació

entorn ornitòlegs, xxss i bloggers específics

4D's



Desestacionalització
Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Senderisme i gastronomia

Turista Senderista



Qui són?

Joves independents i adults actius amb o sense fills que viatgen a Catalunya per a gaudir de l'entorn natural i per a realitzar rutes de senderisme, en format excursió o trekking, i que poden combinar la descoberta de l'entorn a través d'altres activitats principalment d'actiu-aventura.

L'excursionista busca excursions de poca durada i fàcils.

El trekkero busca activitat dura i de llargada + accomplir un repte

Generació

- Baby Boomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- Nacional (CAT i ESP)
Principalment excursionista
- ~~Benelux~~ 🇧🇪
- França
- Posar DACH
- UK
- França
- Països Nòrdics
- Països de l'Est 🇵🇸
- Israel

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

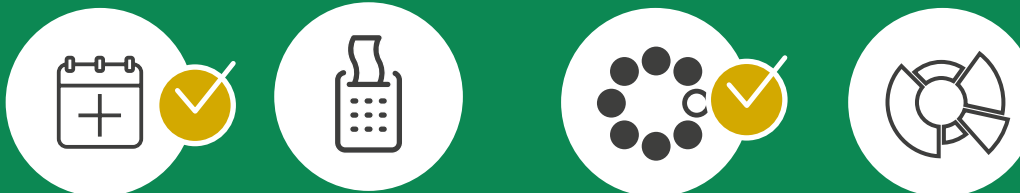
a destinació i xxss (excursionista) + web destinacions, xxss de col·lectiu semblants (trekkero)



Recomanació

xxss i internet en general (excursionista) + club excursionista, apps i revistes especialitzades, amics i xxss (trekkero)

4D's



Desestacionalització
Desconcentració

Transversalitat

Esports, Actiu i Aventura, Família

Turista Aventurer



Qui són?

Joves independents i adults actius amb o sense fills que busquen diversió i adrenalina, juntament amb la descoberta de nous indrets.

Les vacances han de tenir un component divertit.

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- UK
- EEUU
- Regne Unit (turista esportista)

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

Amb antelació

Companyia



Amics



Parella



Família

Nivell de despesa



Low cost Mig Alt Premium

Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitja (3/4 nits) Llarga (5+ nits)



Inspiració i cerca

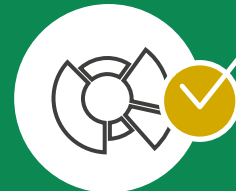
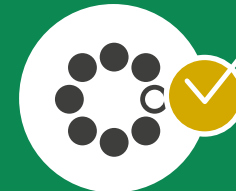
bloggers, xss i youtube + centres d'activitats



Recomanació

Xarxes socials i internet en general

4D's



Desestacionalització
|Desconcentració | Diversificació

Transversalitat

Esports, família

Turista Wine & Gastro Tours



Qui són?

L'influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és baixa.

No coneixen el procés d'elaboració del vi.

Veuen les activitats enogastronòmiques com una manera d'interaccionar amb el territori i conèixer la cultura local. També com un subproducte de la visita a la destinació i un complement del seu viatge.

Els interessen a més activitats: culturals, natura, actiu.

Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Amb o sense fills

Mercat d'origen

- Catalunya
- Espanya
- França
- (Posar DACH)pa
- UK e Irlanda
- ~~Benelux~~
- Països Nòrdics
- EEUU

Afegir
Països de
l'Est



Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☐ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Família

Nivell de despesa



Low cost Mig Alt Premium

Durada de l'estada



Curta
(1/2 nits) Mitja
(3/4 nits) Llarga*
(5+ nits)



Turista Foodie

Qui són?

L'influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és mitja-alta.

Estan familiaritzats amb el procés d'elaboració del vi, són compradors ocasionals de vi, revistes especialitzades i formen part de clubs de vins.

Les seves motivacions són tastar productes, plats tradicionals, visitar cellers, mercats, comprar productes locals, participar a classes de cuina, assistir a esdeveniments i fires enogastròniques, etc. En definitiva, descobrir la destinació a través de l'oferta enogastrònica.

Acostumen a fer una investigació prèvia amb recomanacions i inclouen des de "cuinetes" a autèntics experts en gastronomia i vins. Comparteixen les seves vivències a les xarxes socials.

Els interessen a més activitats: culturals, i actiu.

Generació

- Babyboomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Catalunya (enoturisme)
- Espanya
- França

- Centre Europa
- UK e Irlanda
- EEUU
- Bèlgica
- APAC
- Xina
- Amèrica del Sud

Afegir
Taiwan i
Hong Kong
Països
Nòrdics
APAC



Mobilitat

- ✓ Destinació única
- ✓ Multidestinació

Canal de reserva

- ✓ Sense reserva
- ✓ Reserva autònoma
- ✓ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella



Parella

Nivell de despesa



Low cost

Mig

Alt

Premium

*Sobretot EEUU, UK i EC

Durada de l'estada



Curta

(1/2 nits)

Mitja

(3/4 nits)

Llarga*

(5+ nits)

*sobretot EEUU



Turista Wine & Food Lover



Qui són?

L'influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és mol alta.

Elevat coneixement del vi, són compradors habituals de vi, revistes especialitzades i formen part de clubs de vins o associacions gastronòmiques.

Són apassionats del món del vi i la gastronomia, a vegades professionals del sector. Visiten les principals destinacions enogastronòmiques del món i fan varis viatges a l'any.

Busquen viure experiències d'alt nivell o exclusives, com visitar els millors restaurants, cellers, tastos, degustacions, hotels gastronòmics, etc. Seguint recomanacions d'amics, coneguts i revistes especialitzades.

Els interessen a més activitats culturals

Generació

- Babyboomers (59-71)
- Gen X (45-58)

Mercat d'origen

- Espanya (Gastro)
- França
- UK e Irlanda
- Països Nòrdics (Enoturisme)
- EEUU

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☒ Multidestinació

Canal de reserva

- ☐ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics



Parella

Nivell de despesa



Low cost Mig Alt Premium
*Sobretot EEUU, UK i PPNN

Durada de l'estada



Curta (1/2 nits) Mitja (3/4 nits) Llarga* (5+ nits) *sobretot EEUU



Turista

Parcs temàtics



Qui són?

Visitants dels principals parcs temàtics que viatgen amb l'objectiu de divertir-se.

Generalment aquest tipus de turista es mou acompanyat de la família (moltes vegades amb nens) o en grup d'amics, anant als parcs temàtics com a única destinació.

Generació

- Millennials (26-44)
- Gen Z (12-25)

Mercat d'origen

- Internacional (a explorar)
- França

Mobilitat

- ☒ Destinació única
- ☐ Multidestinació

Canal de reserva

- ☒ Sense reserva
- ☒ Reserva autònoma
- ☒ Reserva paquetitzada

Companyia

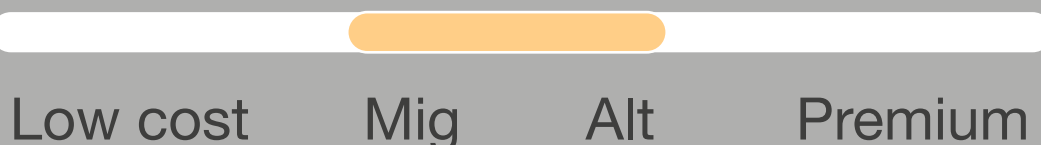


Amics

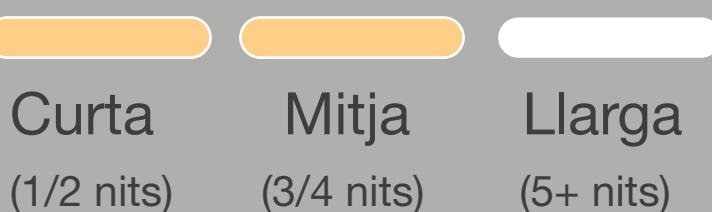


Família

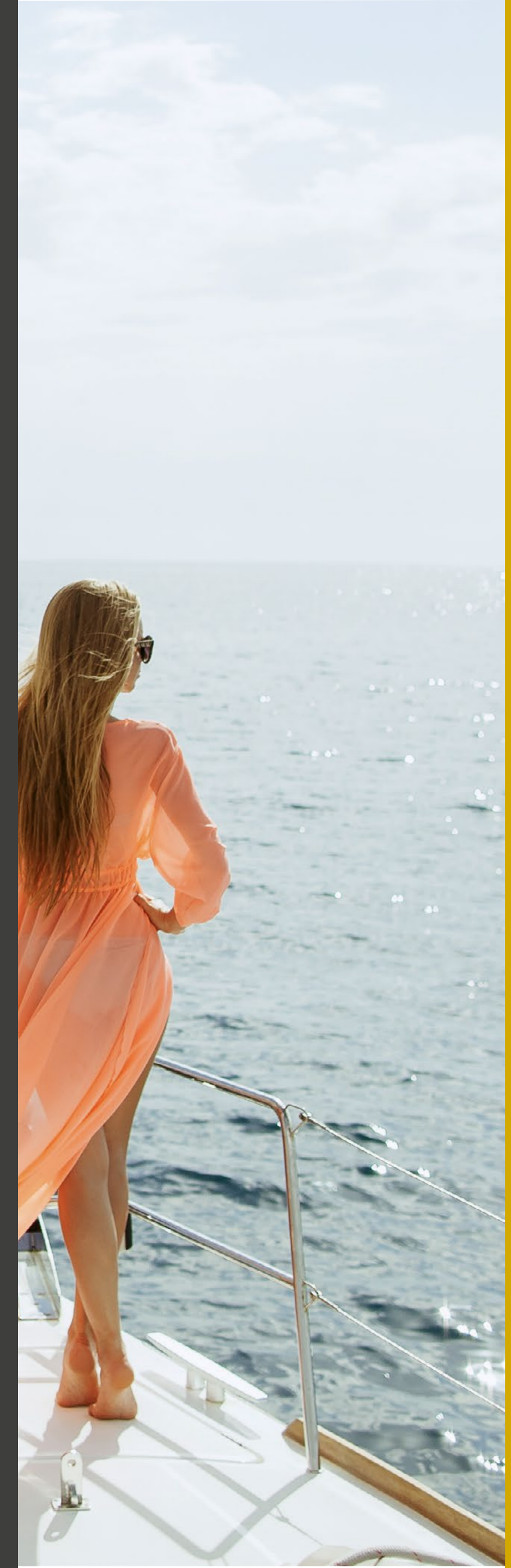
Nivell de despesa



Durada de l'estada



Premium Mercats



Premium Europeu



Perfil

- Hotels de 5* de luxe, o 4*S independents boutique.
- Experiències úniques i exclusives.
- Serveis complets de luxe (transport, guies, etc.)
- Reserves restaurants Michelin i experiències enogastronòmiques.

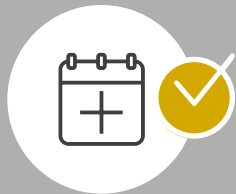
Segmentació perfil

- Parelles amb o sense fills
- Parelles seniors
- Grups petits de parelles i/o amics

Mercat d'origen

- UK
- Països Nòrdics
- Posar DACH
- Països de l'Est

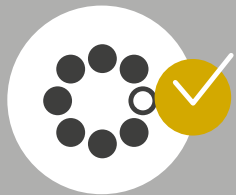
4D's



Desestacionalització



Despesa



Desconcentració



Diversificació

Transversalitat



Visitar una ciutat



Inspiració i cerca

Familiarització general amb la destinació. Cultura comú (europea). Recerca online, i mitjans especialitzats.



Planificació i reserva

Agències emissores. Molt us de consierge services i private clubs, especialment els anglesos. Compra parcial d'algun producte o servei online. long city-breaks o escapades de desconexió.



Satisfacció i fidelització

Segueixen les tendències de disseny, Repetidor i potencialment fidelitzat.



Recomanació

Segueixen les tendències de disseny, moda, gastronomia, oci, etc. Moltes recomanacions a través de Concierge services , travel advisors, i amics.

Premium Americà i australià



Perfil

- Parelles, senior i famílies multigeneracionals.
- S'allotgen en hotels de 4 i 5*
- Interessats per la cultura, l'enoturisme i descobrir la destinació
- Pocs dies de vacances i volen aprofitar molt el temps
- Clients molt demandants i exigents

Segmentació perfil

- Parelles amb i sense fills
- Seniors
- Famílies

Mercat d'origen

- Estats Units
- Canadà
- Austràlia
- Amèrica del Sud
- Mèxic

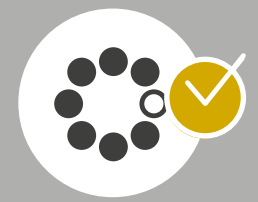
4D's



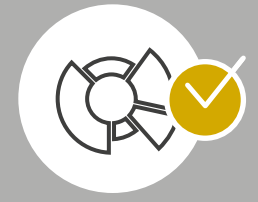
Desestacionalització



Despesa



Desconcentració



Diversificació

Transversalitat



Visitar una ciutat



Inspiració i cerca

Online, i of line. Mitjans de comunicació tradicionals.
Travel advisors, personal assistants, and concierge services.



Planificació i reserva

Molta intermediació. Programes fets a mida.



Satisfacció i fidelització

Repetidors en diferents moments i situacions personals/feina/familiar amb la mateixa destinació, però fent viatges diferents.



Recomanació

Promoció i comercialització a xarxes d'intermediació.

Premium Àrab



Perfil

- Famílies nombroses.
- Luxe en tot el cycle del viatge.
- S'allotgen en hotels de 5* i apartaments de luxe.
- Són molt “demanding”.
- Interès per les compres, la ciutat.
- Molt interès en celebracions esportives i en entreteniment per a tota la família.
- Molt sensibilitzats amb temes culturals i religiosos.
- Viatgen 3-4 cops l'any.
- Viatgen molt als mesos de més calor.
- Client molt exigent en el nivell de servei.

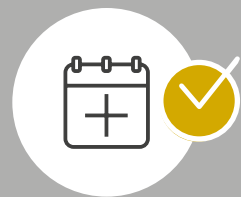
Segmentació perfil

- Parelles amb o sense fills.
- Grups familiars o d'amics més joves.

Mercat d'origen

- Middle East

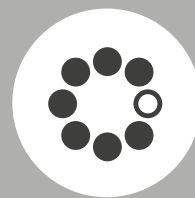
4D's



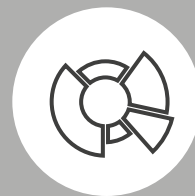
Desestacionalització



Despesa



Desconcentració



Diversificació

Transversalitat

Visitar una ciutat



Inspiració i cerca

Web, i xarxes socials. Comparació de preus amb agents de viatges.



Planificació i reserva

Intermediació i reserves d'última hora i molts canvis.



Satisfacció i fidelització

Són molt dels a destinacions que coneixen i amb les que s'hi senten còmodes.



Recomanació

Per l referent als nacionals de la regió, no als expats.



Premium Asiàtic



Perfil

- Persones viatjades.
- Interessats per la cultura i la gastronomia.
- Seguidors de tendències.
- Mobilitat i interès per descobrir diferents àrees.
- Nivell de despesa molt alt.
- Aprecien coneixements dels seus idiomes i cultura.

Segmentació perfil

- Parelles, grups de dones o amics.

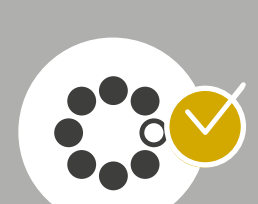
Mercat d'origen

- Japó
- Corea
- **Taiwan**
- Singapur

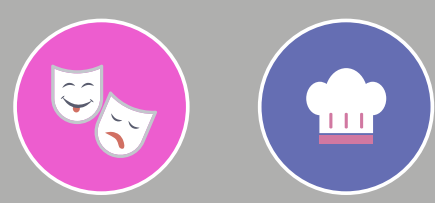
Antonio Li: Hemos detectado que Taiwán está incluido en **Premium Asiàtic** en lugar de **Premium Xines**, se trata de una novedad que no se hablaba si no me acuerdo mal.

Es cierto que en el reparto de mercados emisores de TE, Taiwán es competencia de la OET en Tokio, pero es por motivos puramente geopolíticos. Y por otro lado no olvidemos que el perfil dominante de turismo outbound de Hong Kong es FIT.

4D's

-  Desestacionalització
-  Despesa
-  Desconcentració
-  Diversificació

Transversalitat



Visitar una ciutat



Inspiració i cerca

Xarxes socials, mitjans d'estil de vida i tendències.
Recomanacions web i amics i familiars.



Planificació i reserva

Intermediació online i offline.



Satisfacció i fidelització



Recomanació

Segueix molt les tendències de xxss i recomanacions.

Premium Xinès



Perfil

- Interessats en realitzar compres i visitar la ciutat.
- S'allotgen en hotels 4* i ja comencen amb les 5*.
- El 50% ja és FIT, viatge individual, i no tan grups organitzats.
- Nivell despesa molt alt, sobretot en shopping.
- Cultura molt sensibilitzada amb la seva cultura, costums i idioma.

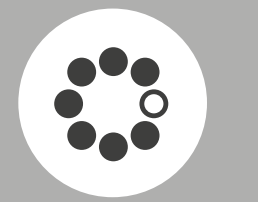
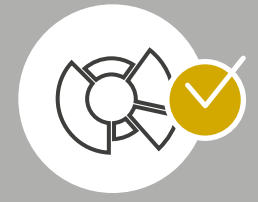
Segmentació perfil

- Parelles amb o sense fills
- Grups

Mercat d'origen

- Xina
- Hong Kong

4D's

-  Desestacionalització
-  Despesa
-  Desconcentració
-  Diversificació

Transversalitat



Visitar una ciutat



Inspiració i cerca

Internet i recomanacions xarxes socials.



Planificació i reserva

Poca antelació. Tenen poques vacances i sempre ho fan per les mateixes festivitats (Any nou xinès, i Golden week).
Molta compra online, al menys d'alguns productes.



Satisfacció i fidelització

Segueixen les tendències de disseny, Repetidor i potencialment fidelitzat.



Recomanació

Segueix molt les tendències de xxss i recomanacions amics i familiars.

Visitors Persona

Desembre 2022