

Perfil del Comprador de la Propiedad Vacacional

Cristina Marin
Gerente Regional
Interval International

Interval International

- Líder en la industria desde 1976
- Aproximadamente 3,000 desarrollos afiliados en 80 países
- Estrategia de afiliación enfocada en calidad
- Oficinas en 16 países
- Cerca de 2 millones de familias afiliadas en diversos programas



Objetivos del tema

- Obtener un panorama más claro sobre cómo relacionarnos con el tipo de cliente que buscamos y empezar a generar prospectos de venta
- Permitir que todo el equipo de trabajo identifique las necesidades primordiales de los clientes
- Identificar de manera clara el perfil del comprador Americano, Colombiano, Brasileño y Mexicano

¿Qué es el perfil del comprador?



Perfil del comprador

- Es el conjunto de características que, con base en el análisis de las variables de un mercado, describe al cliente meta



¿De qué sirve?

- De qué nos sirve conocer el perfil del comprador:
 - Conocer y entender a los clientes.
 - Ofrecer los productos y servicios que en realidad demandan.
 - Desarrollar estrategias de venta.
 - Establecer los canales a través de los cuales podrá contactar a los clientes potenciales.
 - Identificar efectivamente a los competidores.



Características del Perfil del Comprador



● Características:

- 4.7" para el iPhone 7 y 5.5" para el iPhone 7 Plus.
- Chip A10 Fusión de 64 bits. Coprocesador de movimiento M10.
- El iPhone 7 dura dos horas más que el iPhone 6s y el iPhone 7 Plus una más que el iPhone 6s Plus.
- 12 Mp. El iPhone 7 Plus viene con dos cámaras: un gran angular y otro teleobjetivo. Graba en 4 K.
- AirPods: Compatibles con cualquier dispositivo móvil, en especial con iPhone, Apple Watch, iPad o Mac. Son inalámbricos. Vienen con un estuche que funciona como cargador. Detectan cuando los tienes puestos.
- Resistentes a las salpicaduras de agua y al polvo (calificación IP67).



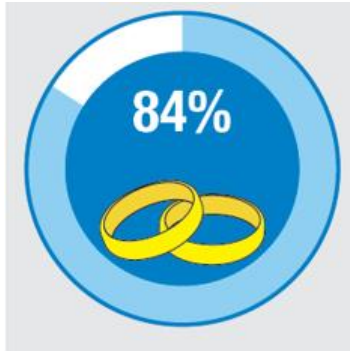
"Lo más importante al crear un perfil de comprador es ponernos en los zapatos de nuestros clientes"





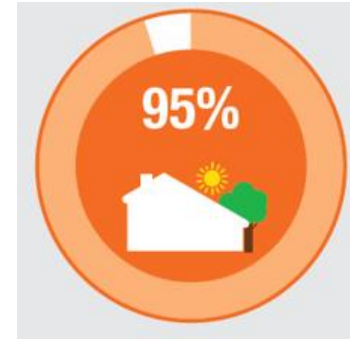
Perfil del Comprador Americano

Demográficos



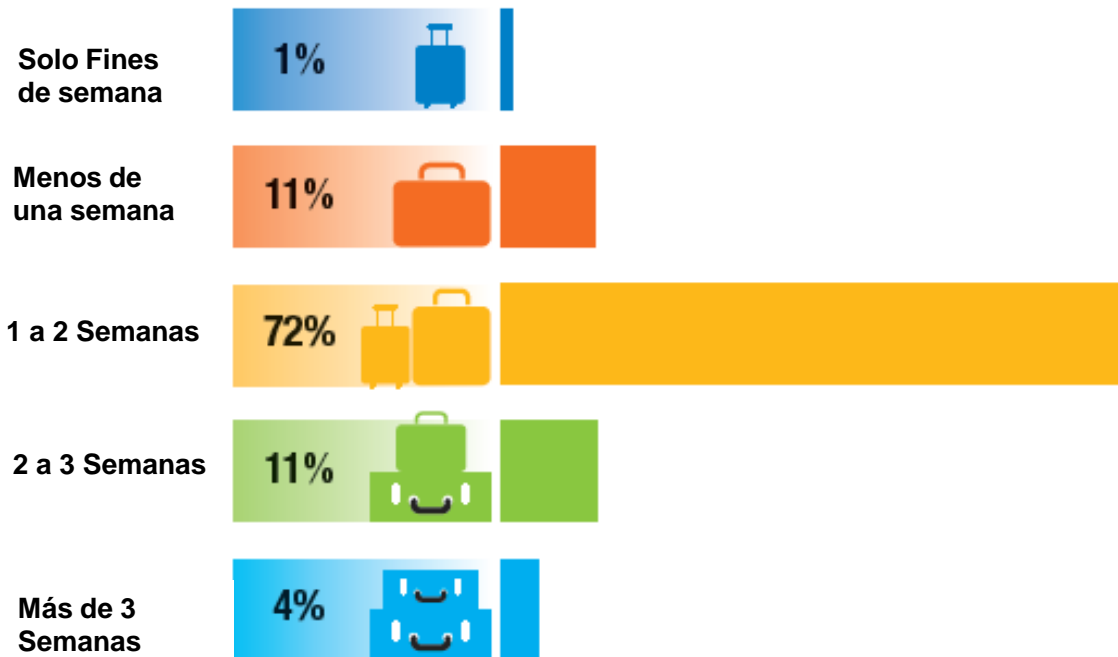
Estado Civil 84%
Casado

Ingresos anuales
mayores a \$100,000
USD



El 95% vive en casa
propia

Duración de sus viajes



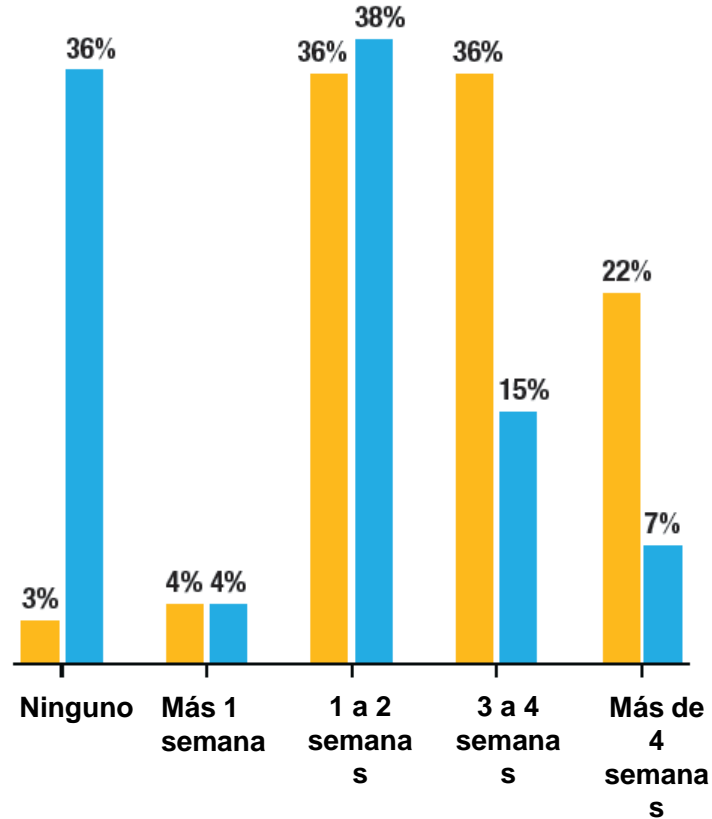
Viajes Nacionales/Internacionales

Viajes Nacionales

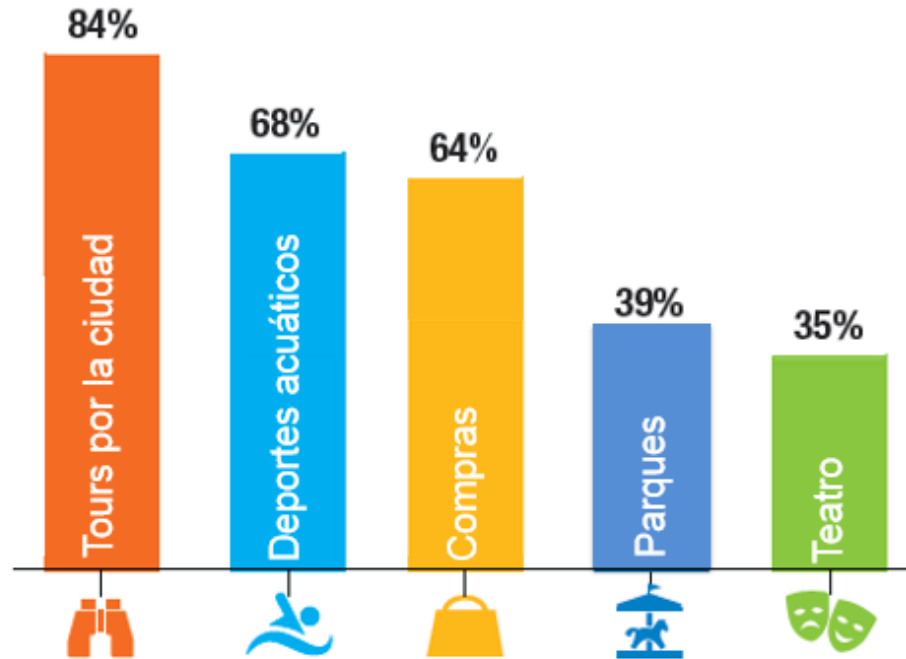
Los socios residentes de U.S. hacen viajes nacionales de placer en un promedio de 23 noches por año

Viajes Internacionales

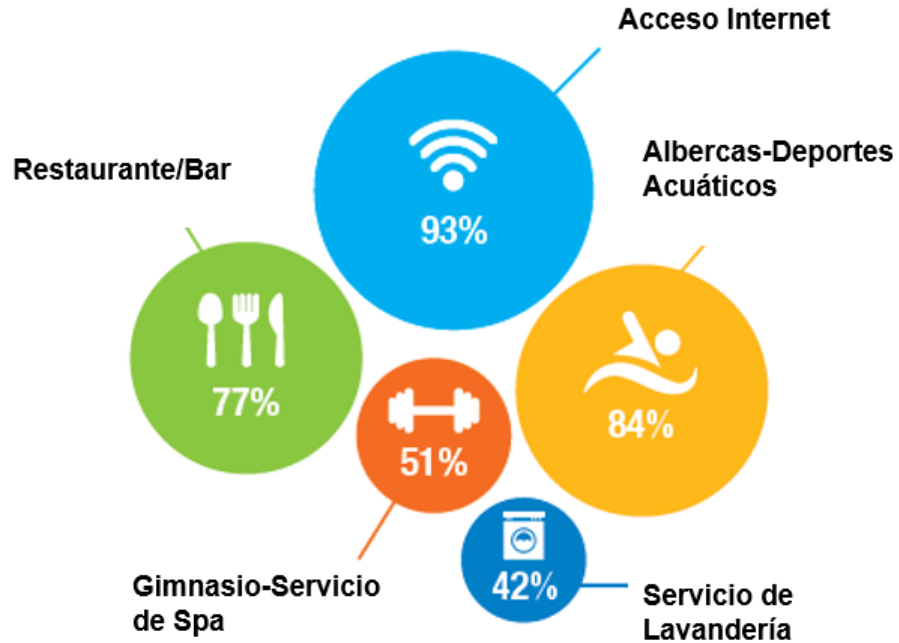
Los socios residentes de U.S. hacen viajes internacionales de placer en un promedio de 11 noches por año



Actividades preferidas en los viajes



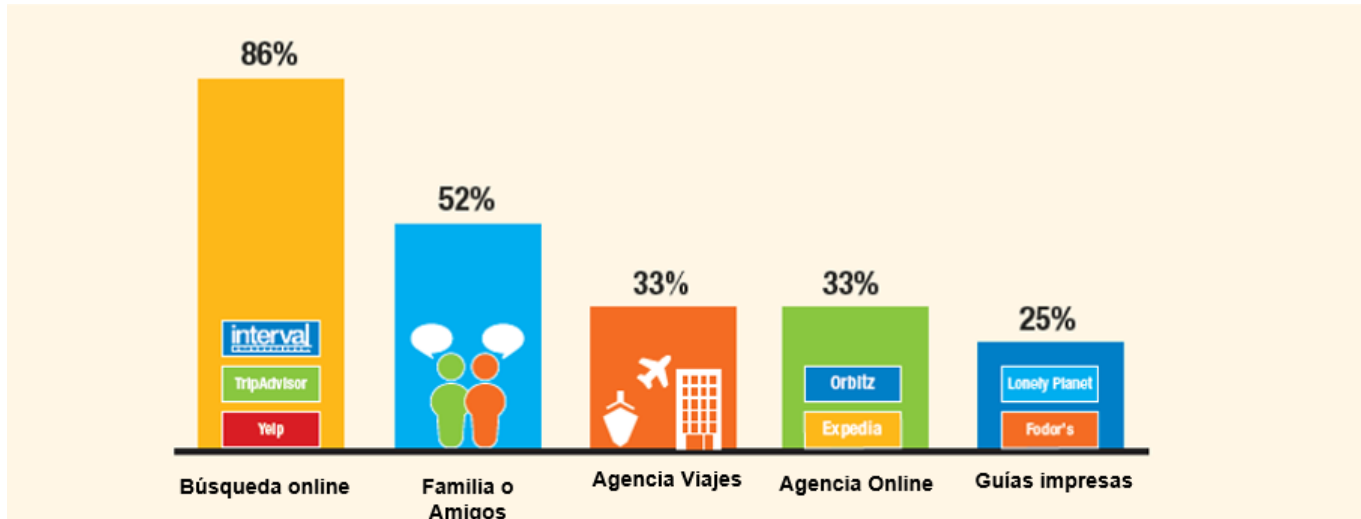
Instalaciones y Servicios Preferidos



Tecnología

- Búsqueda de viaje

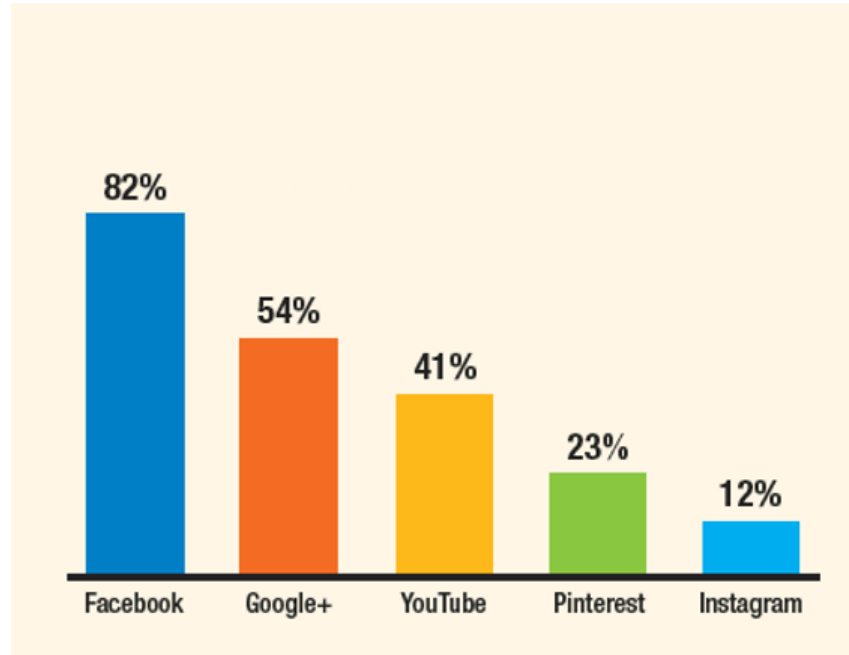
En su gran mayoría, los socios residentes de EE.UU. confían en su propia investigación en línea al hacer planes de vacaciones (casi nueve de cada 10), seguido por recomendaciones de amigos o familiares



Tecnología

● Redes Sociales

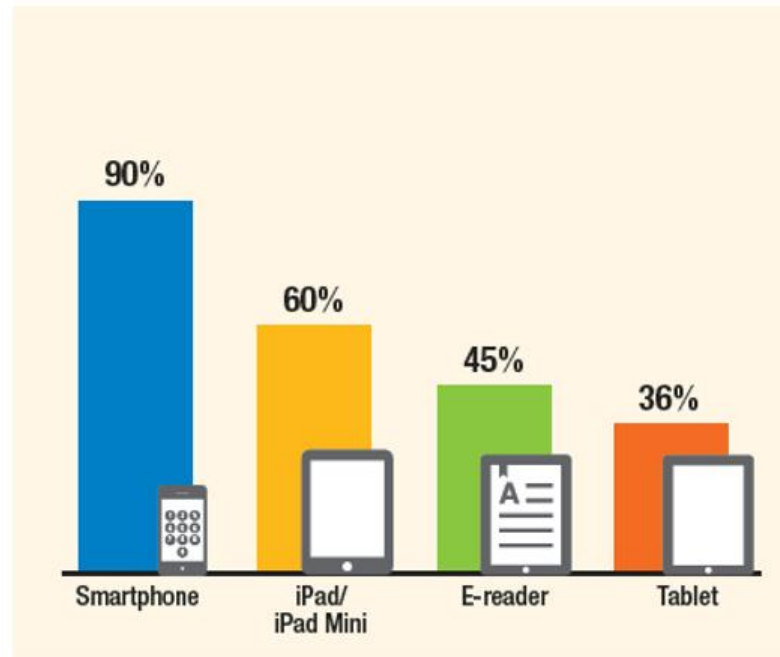
Los medios sociales son ampliamente utilizados entre los socios de Estados Unidos, 8 de cada 10 citan Facebook como su canal principal de comunicación.



Tecnología

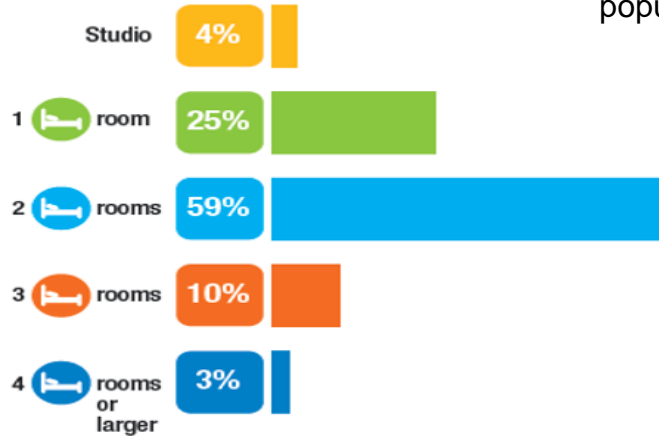
- Aparatos Electrónicos

9 de cada 10 socios poseen un Smartphone.



Compras Futuras

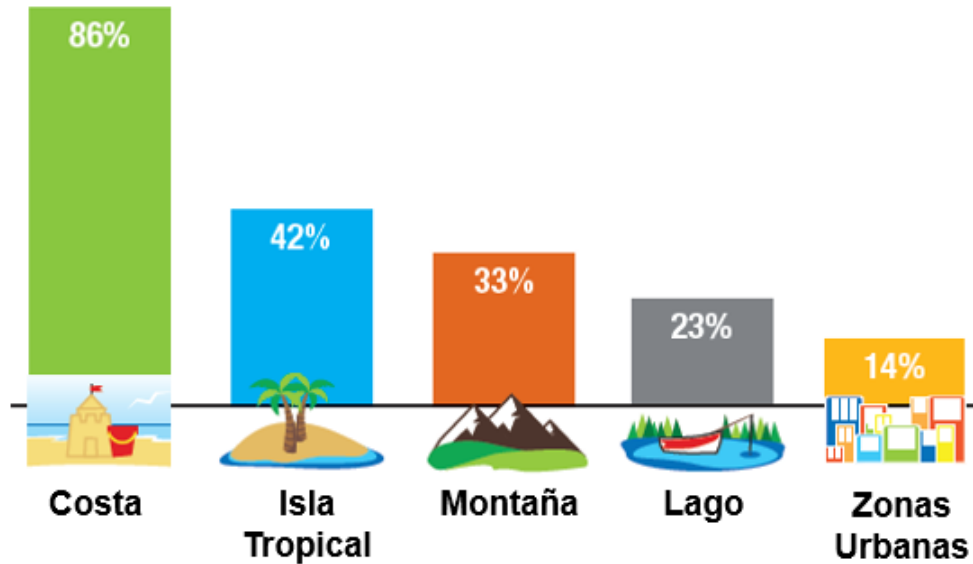
● Tamaño de unidad



Para aquellos miembros que indicaron que estar dispuestos a comprar un Tiempo compartido adicional, la unidad más popular fue 2 recámaras.

Compras Futuras

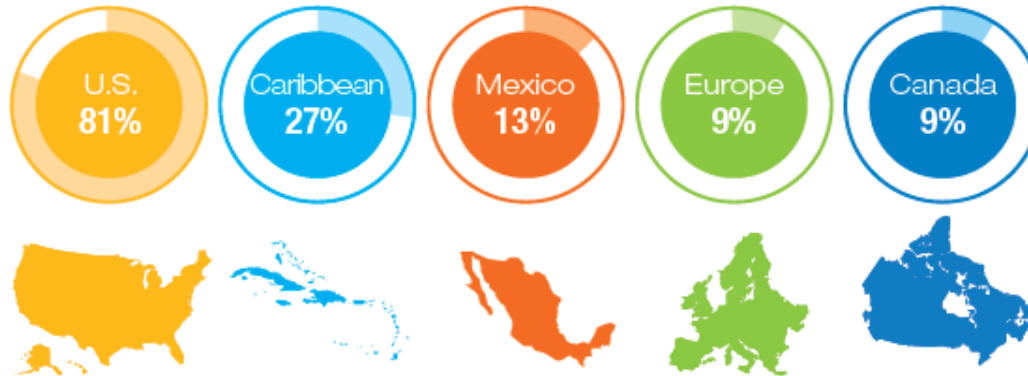
● Características Geográficas



Compras Futuras

● Destinos

8 de cada 10 socios indicaron que Estados Unidos sería el destino preferido para comprar su segunda propiedad vacacional. México se ve apoyado por la popularidad de la playa.



Compras Futuras

- Características de compra

1



2



3



Vacaciones Alternativas

Crucero



Reporta interés en un viaje de
crucero en los próximos dos años

Todo Incluido



2 de cada 3 Socios están
interesados en unas vacaciones
todo incluido en los próximos
dos años

Destinos Preferidos



U.S.:
Orlando, Florida



Caribbean:
Aruba



Mexico:
Cancún



South America:
Cartagena and
Santa Marta, Colombia



Europe:
Costa del Sol, Spain



Asia:
Phuket, Thailand



Australia:
Gold Coast, Queensland



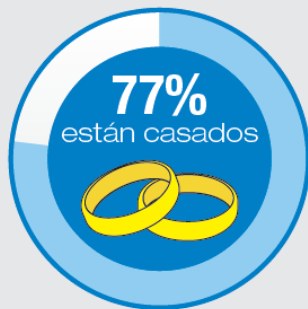
Middle East:
Dubai,
United Arab Emirates



Perfil del Comprador Colombiano

Demográficos

Estado civil



Edad



Vivienda principal



Núcleo familiar



El afiliado residente en Colombia típico vive en un grupo familiar que contiene aproximadamente 4 personas

Duración de sus viajes

Principalmente
fines de semana

5%



Menos de una
semana

7%



De una a dos
semanas

62%



De dos a tres
semanas

19%



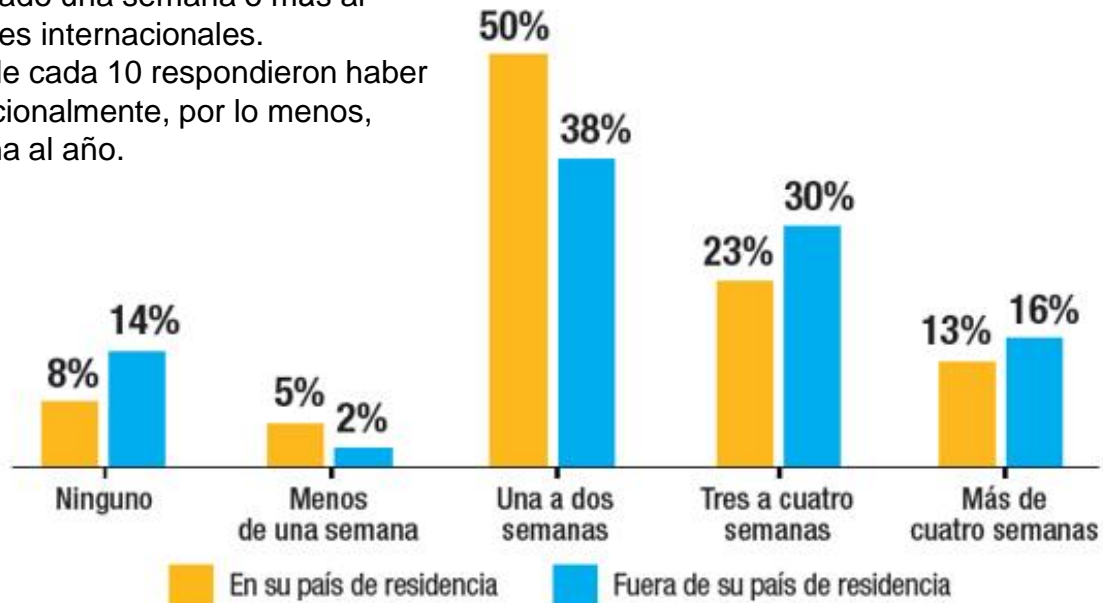
Más de tres
semanas

8%



Viajes Nacionales/Internacionales

Casi 9 de cada 10 socios residentes en Colombia informaron que habían viajado una semana o más al año en viajes internacionales. Más de 9 de cada 10 respondieron haber viajado nacionalmente, por lo menos, una semana al año.



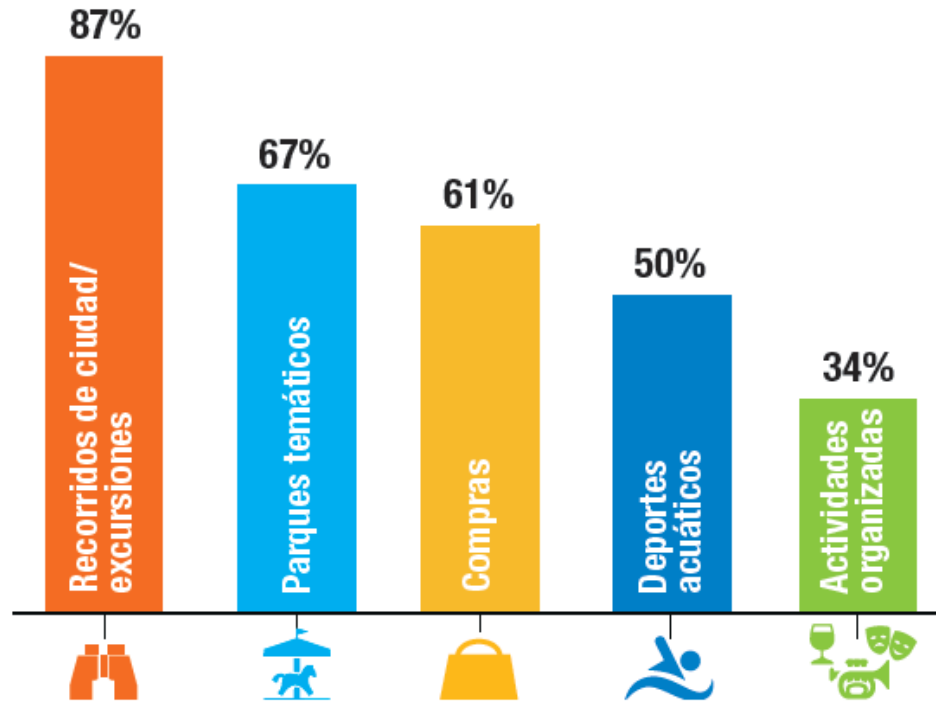
Planificación

Dicen que sus hijos o nietos tienen influencia en los planes vacacionales de la familia

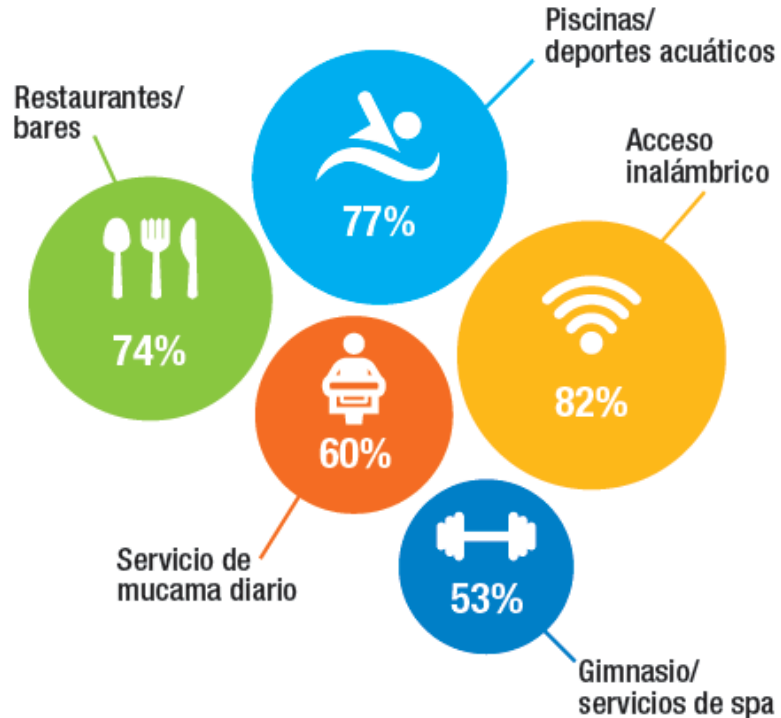
84%



Actividades preferidas en los viajes



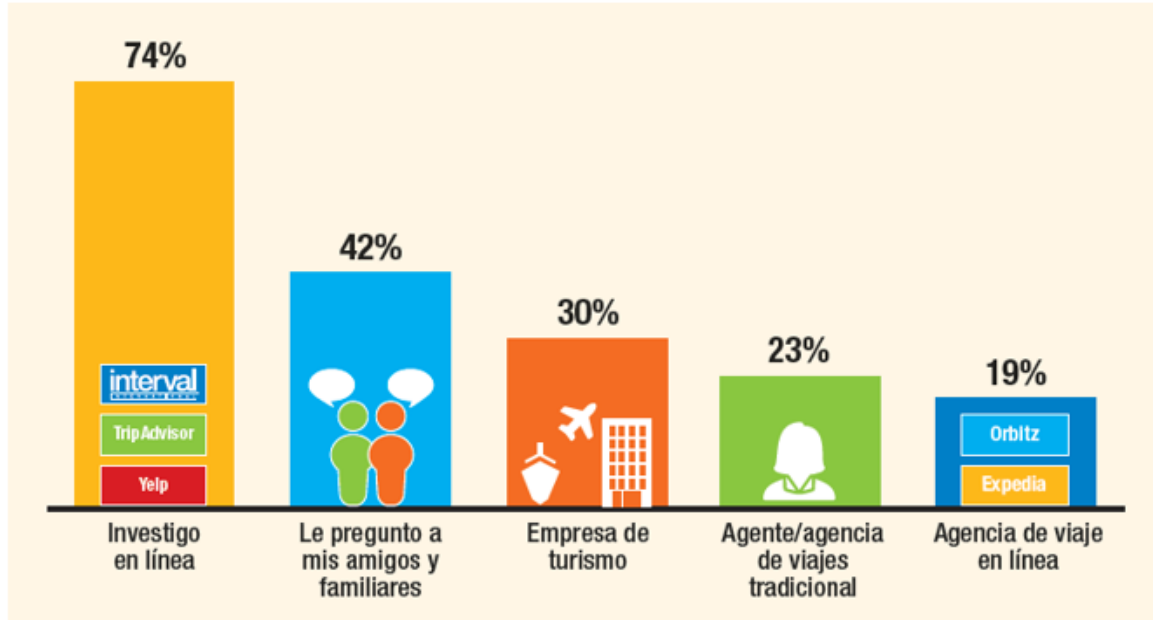
Instalaciones y Servicios preferidos



Tecnología

- Búsqueda de viaje

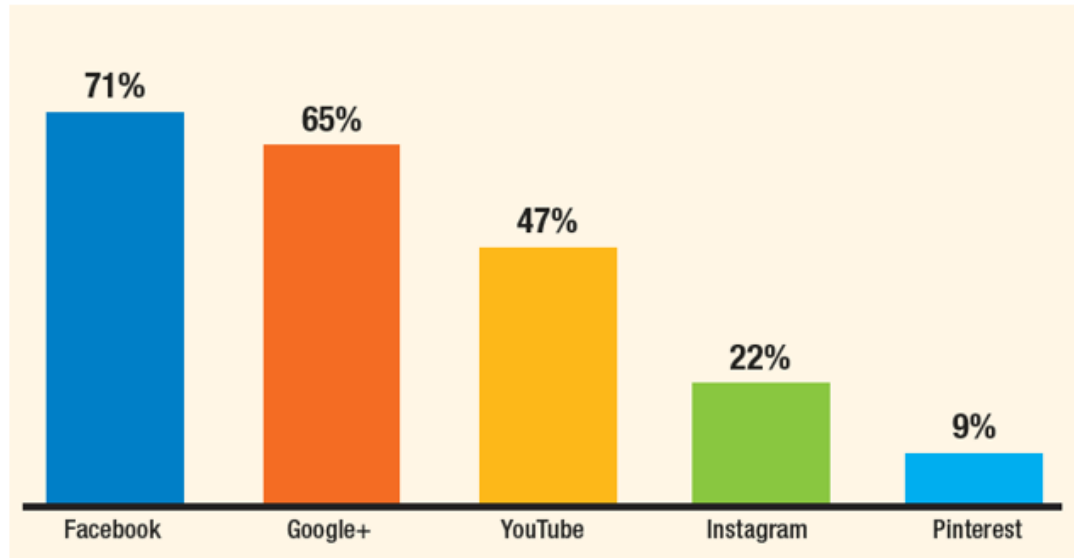
En su gran mayoría, los socios residentes Colombia confían en su propia investigación en línea al hacer planes de vacaciones (casi siete de cada 10), seguido por recomendaciones de amigos o familiares



Tecnología

● Redes Sociales

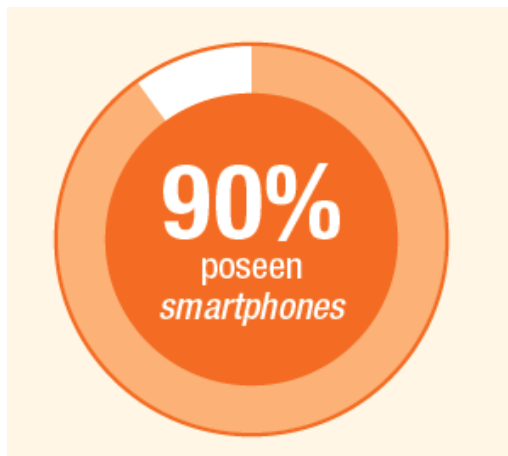
Los medios sociales son ampliamente utilizados entre los socios de Colombia, 7 de cada 10 citan Facebook como su canal principal de comunicación.



Tecnología

- Aparatos Electrónicos

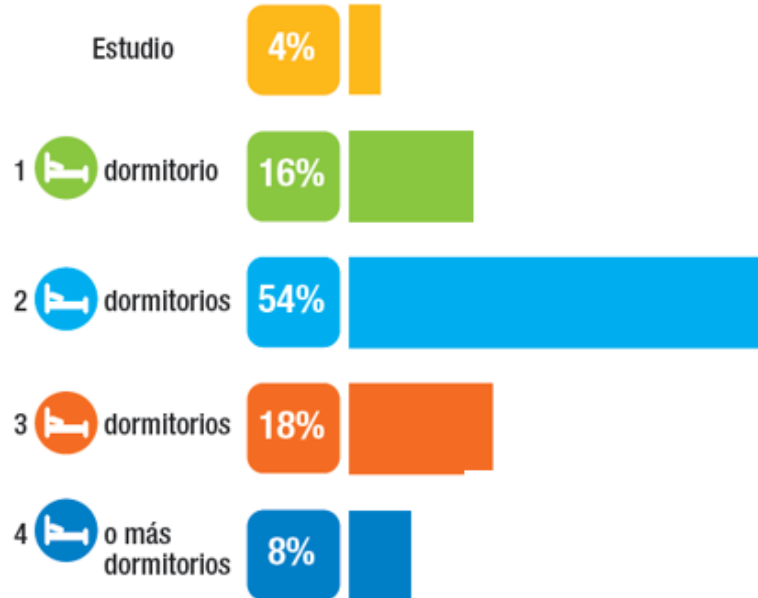
9 de cada 10 socios poseen un Smartphone.



Compras Futuras

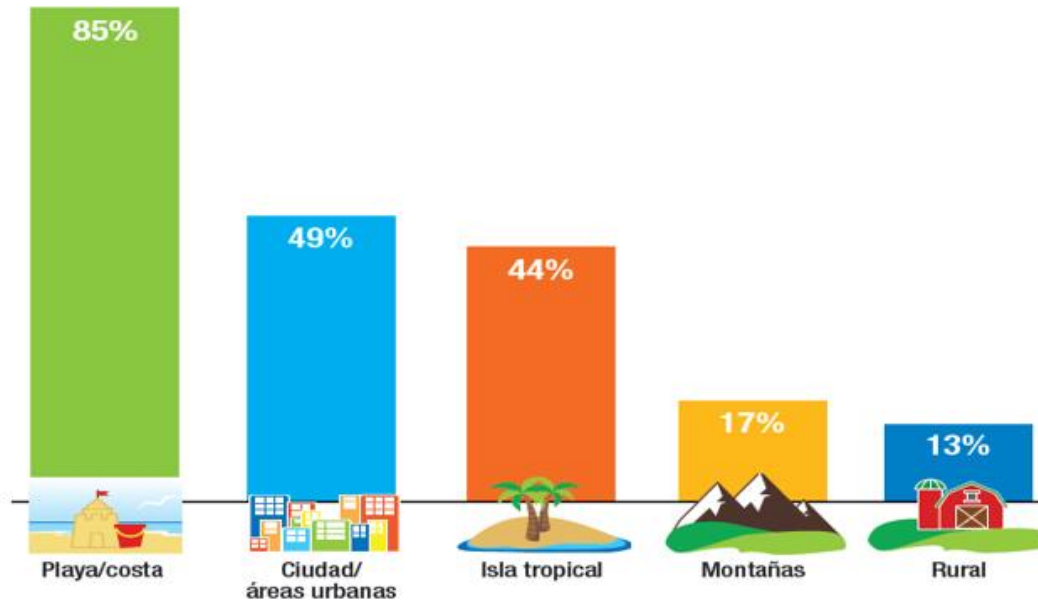
● Tamaño de unidad

Para aquellos miembros que indicaron que estar dispuestos a comprar un Tiempo compartido adicional, la unidad más popular fue 2 recámaras.



Compras Futuras

● Características Geográficas



Vacaciones Alternativas

Crucero



muestran interés en tomar un
crucero en los próximos dos años.

Vacaciones con
todo incluido



Más del 65%

de los afiliados residentes en Colombia
indicaron interés en tomar unas vacaciones
con todo incluido en los próximos dos años.

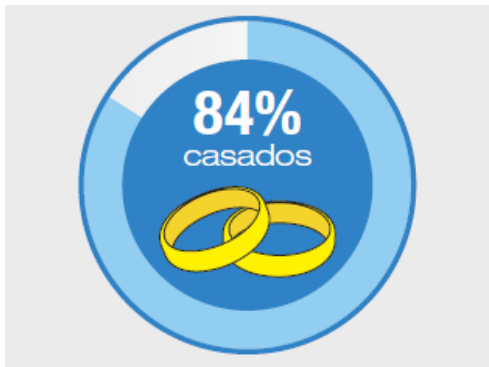
Recomendaciones





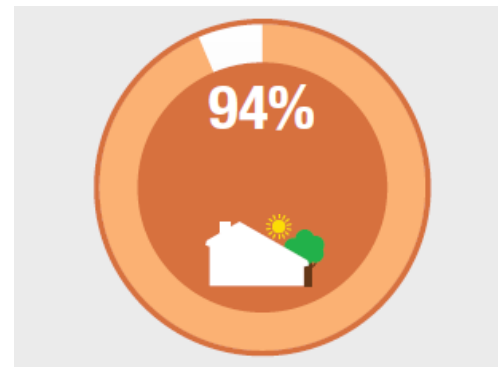
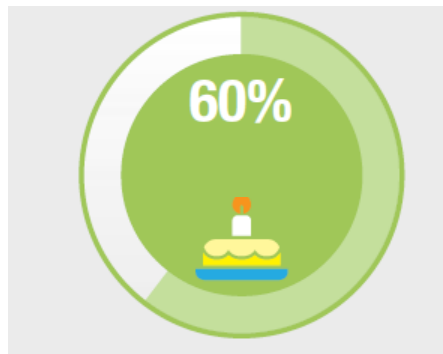
Perfil del Comprador Brasileño

Demográficos



Estado Civil 84%
Casado

Son menores de
54 años



El 94% vive en casa
propia

Duración de sus viajes



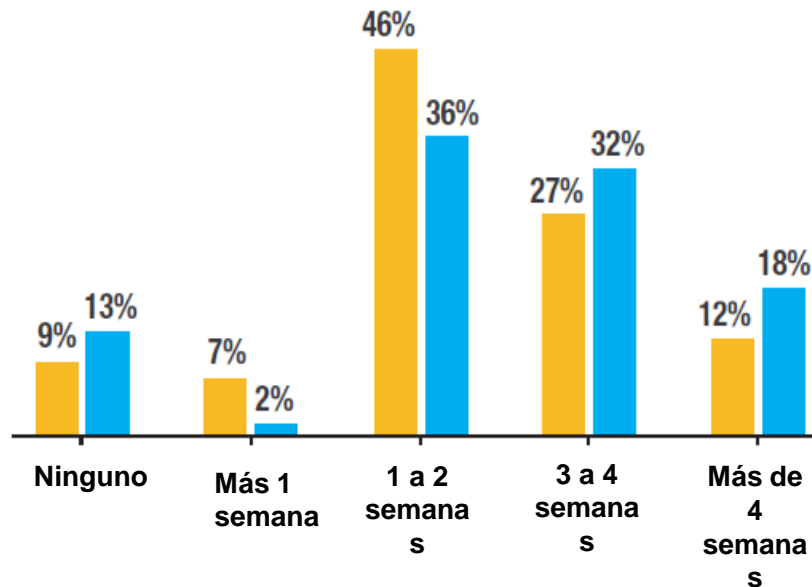
Viajes Nacionales/Internacionales

Viajes Nacionales

9 de cada 10 socios de Brasil hacen viajes nacionales por una semana o más al año.

Viajes Internacionales

9 de cada 10 socios de Brasil hacen viajes internacionales por una semana o más al año.

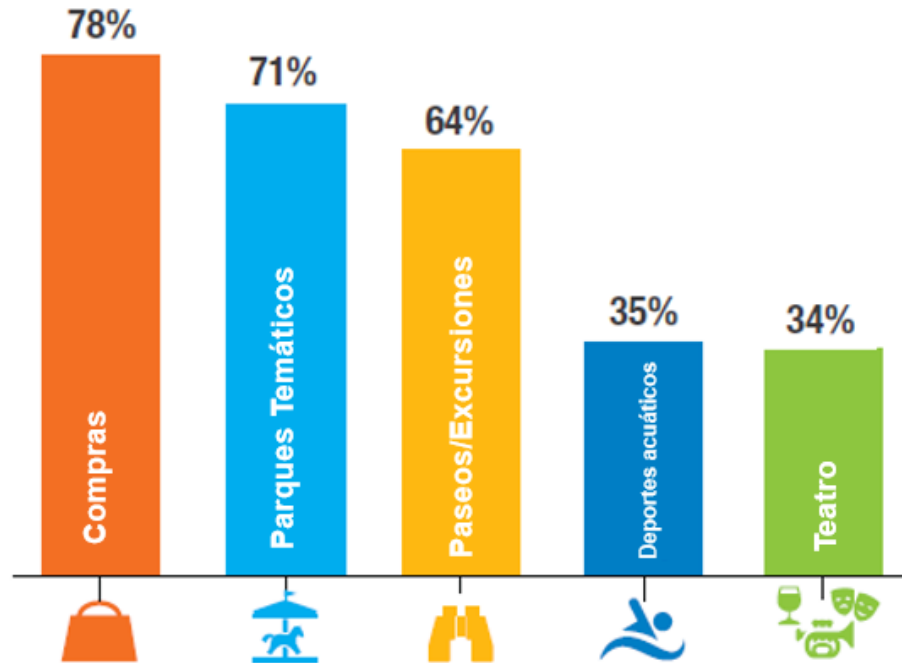


Planificación

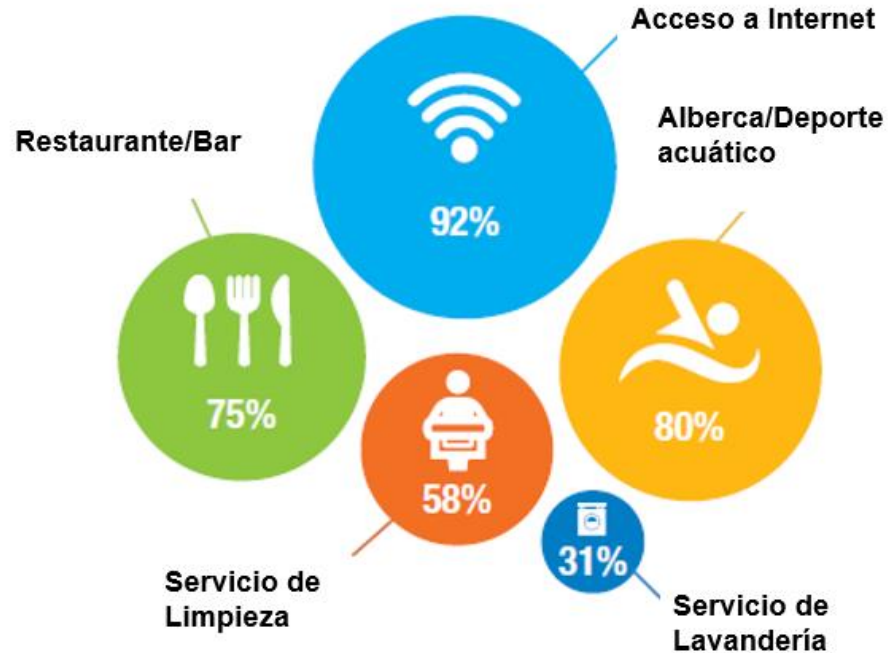
Dicen que sus hijos o nietos tienen influencia en los planes vacacionales de la familia



Actividades preferidas en los viajes



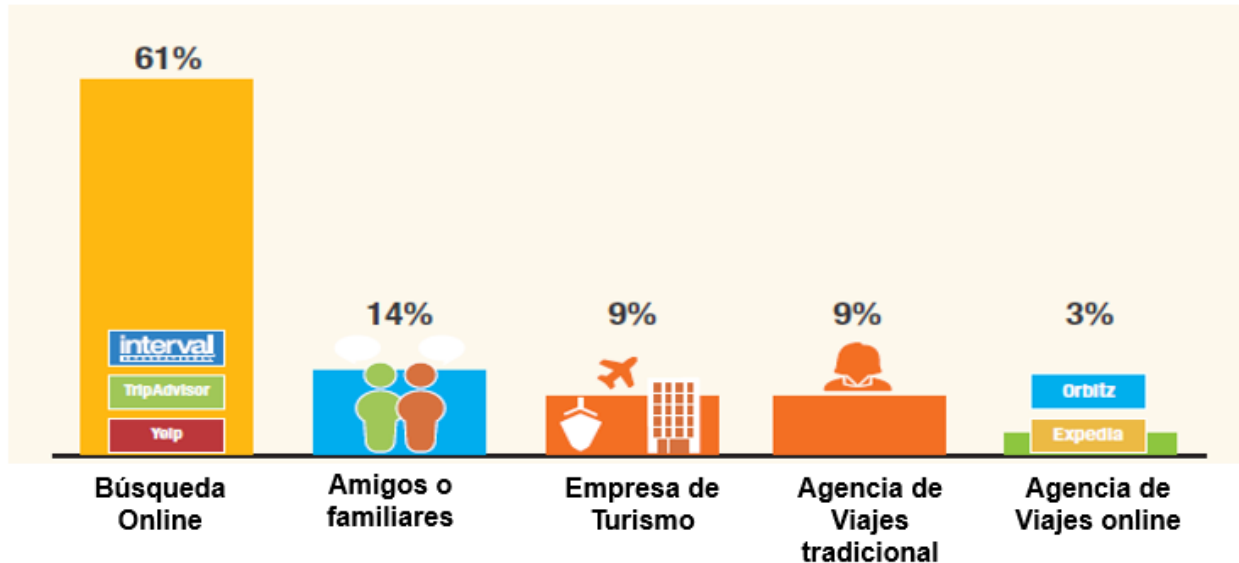
Instalaciones y Servicios Preferidos



Tecnología

- Búsqueda de viaje

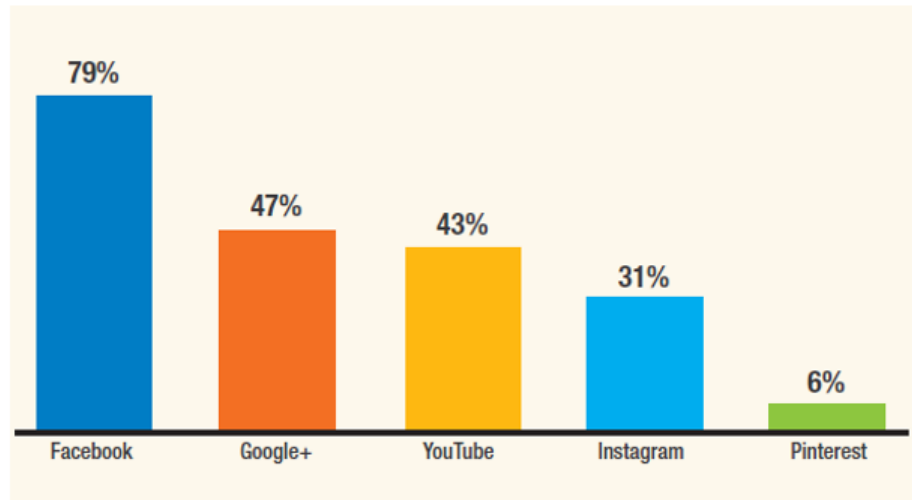
En su gran mayoría, los socios residentes Brasil confían en su propia investigación en línea al hacer planes de vacaciones (6 de cada 10), seguido por recomendaciones de amigos o familiares



Tecnología

- Redes Sociales

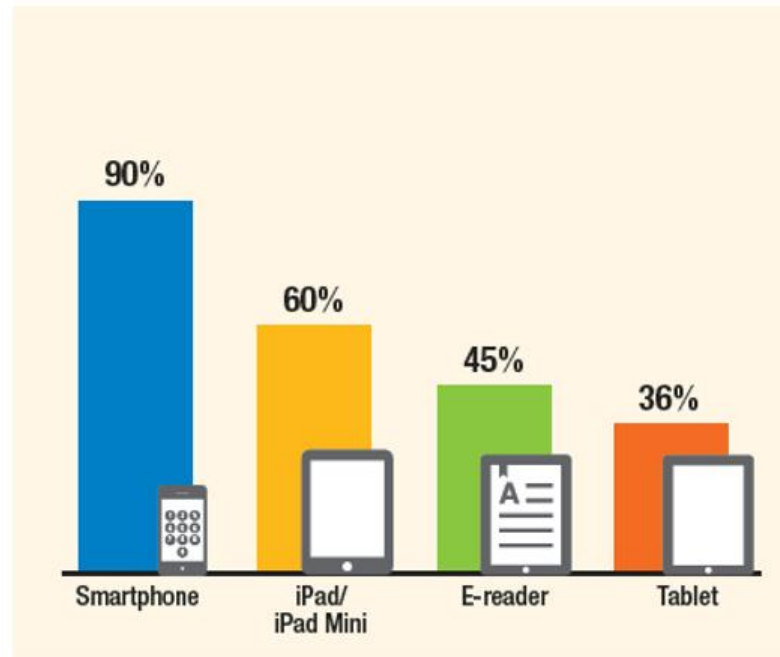
Los medios sociales son ampliamente utilizados entre los socios de Brasil, casi 8 de cada 10 citan Facebook como su canal principal de comunicación.



Tecnología

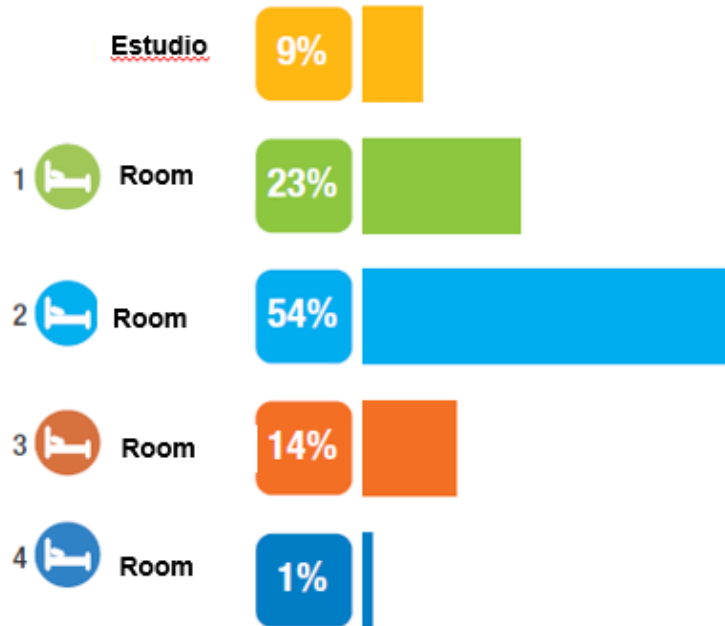
- Aparatos Electrónicos

9 de cada 10 socios poseen un Smartphone.



Compras Futuras

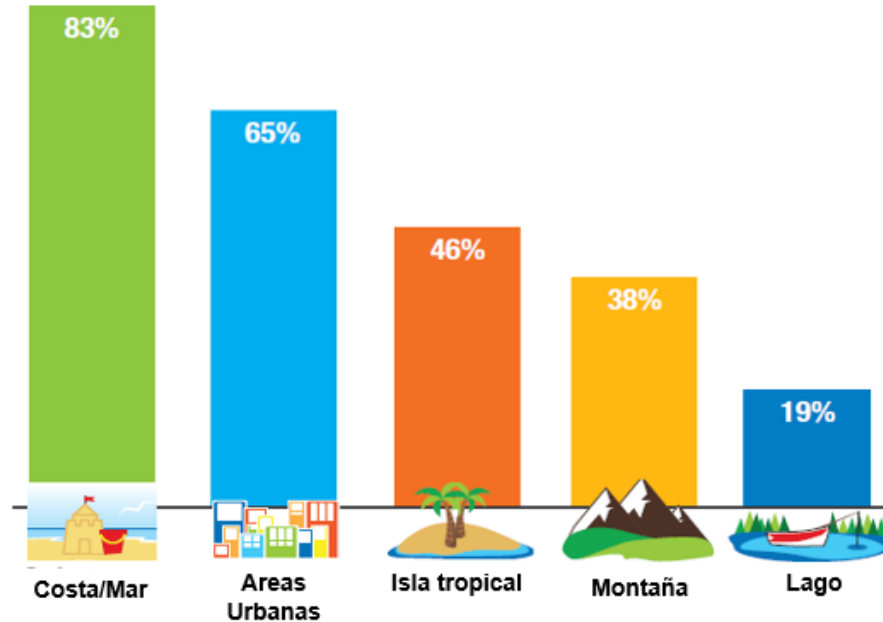
● Tamaño de unidad



Para aquellos miembros que indicaron que estar dispuestos a comprar un Tiempo compartido adicional, la unidad más popular fue 2 recámaras.

Compras Futuras

● Características Geográficas



Vacaciones Alternativas

Crucero



muestran interés en tomar un
crucero en los próximos dos años.

Vacaciones con
todo incluido



El 68% de los afiliados en
Brasil, indicaron interés en
tomar unas vacaciones con
Todo Incluido en los próximos
dos años.

Recomendaciones





Perfil del Comprador Mexicano

6 Cosas que delatan a un Mexicano

- 1.- Es el más feliz del mundo cuando descubre que hay limones y salsa a la hora de comer.**
- 2.- De cualquier cosa quiere hacer un taco.**
- 3.-Se entera de todo lo que sucede con su familia, aunque estés a kilómetros de distancia**
- 4.-Le fluye el orgullo mexicano cuando escucha un mariachi, y canta sus canciones a todo pulmón.**
- 5.-No concibe comer un pastel de cumpleaños sin que antes se hayan cantado “Las mañanitas”.**

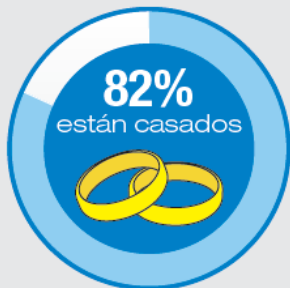
6 Cosas que delatan a un Mexicano

6.-Tiene un sentido del humor unico

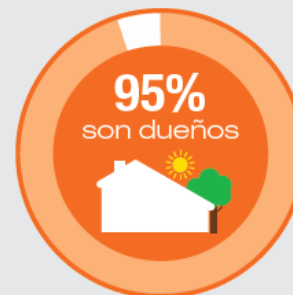


Demográficos

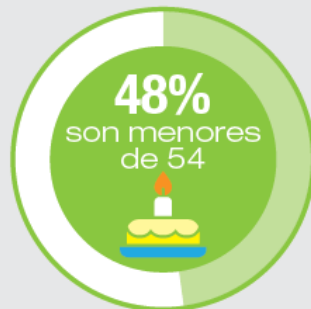
Estado civil



Vivienda principal



Edad



Demográficos



Duración de sus viajes

Principalmente fines de semana

2%



Menos de una semana

14%



De una a dos semanas

75%



De dos a tres semanas

6%



Más de tres semanas

4%



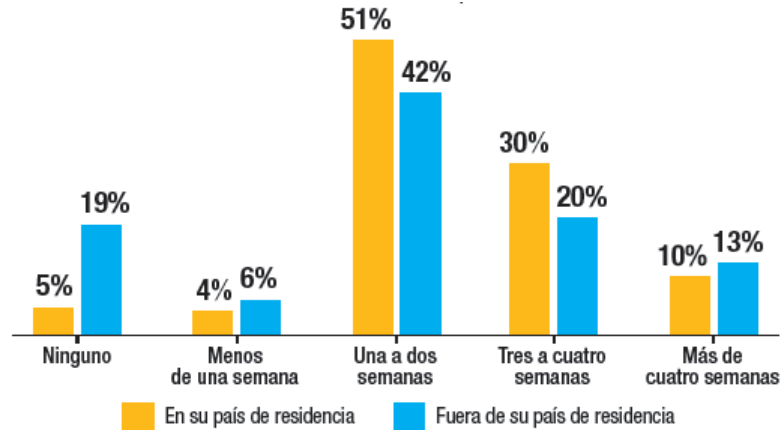
Viajes Nacionales/Internacionales

Viajes Nacionales

9 de cada 10 socios Mexicanos hacen viajes nacionales por una semana o más al año.

Viajes Internacionales

3 de cada 4 socios Mexicanos hacen viajes internacionales por una semana o más al año.

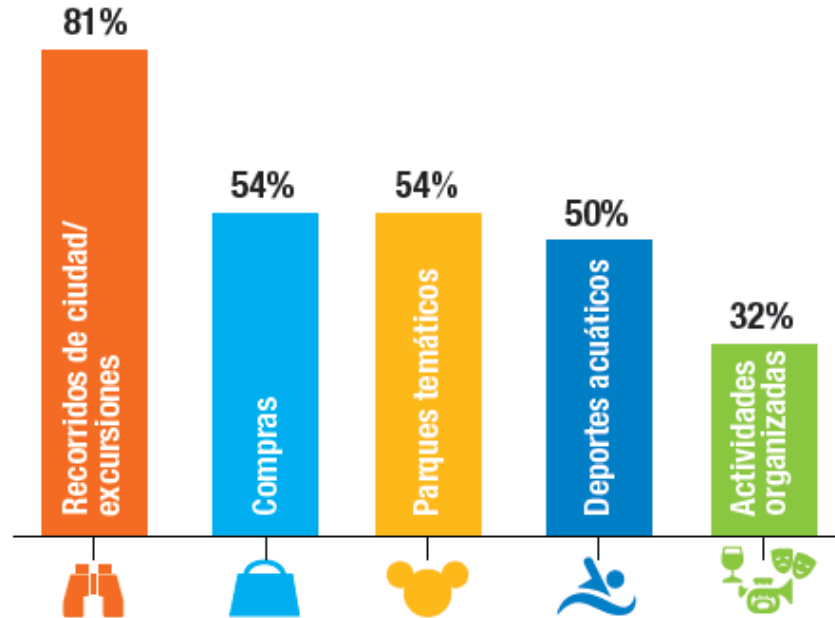


Planificación

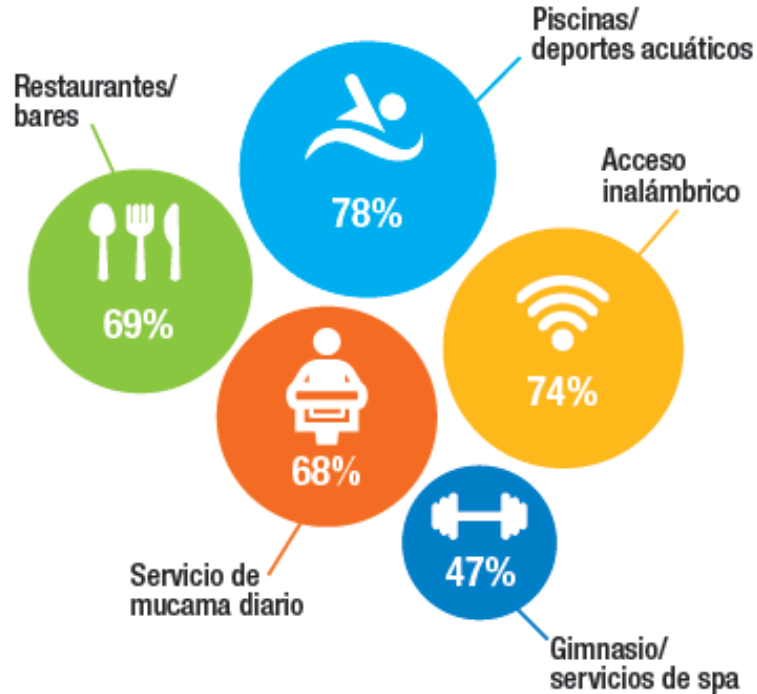
Dicen que sus hijos o nietos tienen influencia en los planes vacacionales de la familia



Actividades preferidas en los viajes



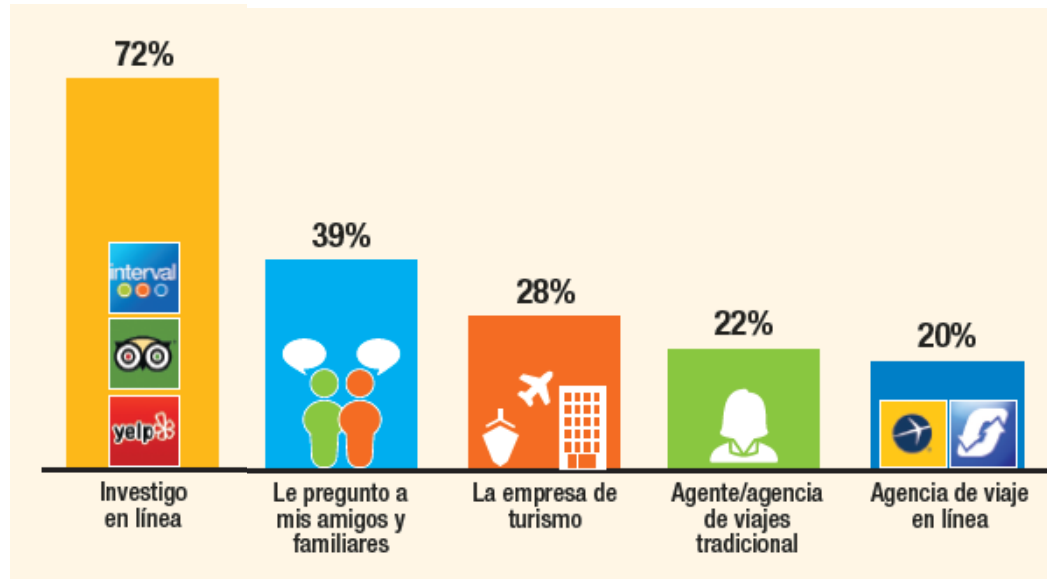
Instalaciones y Servicios Preferidos



Tecnología

- Búsqueda de viaje

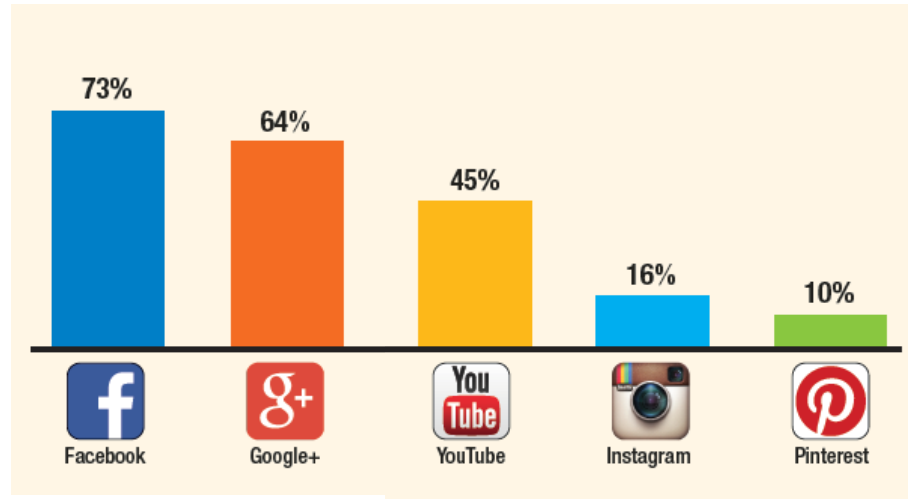
En su gran mayoría, los socios residentes de Mexico confían en su propia investigación en línea al hacer planes de vacaciones (7 de cada 10), seguido por recomendaciones de amigos o familiares



Tecnología

- Redes Sociales

Los medios sociales son ampliamente utilizados entre los socios de Mexico, 7 de cada 10 citan Facebook como su canal principal de comunicación.



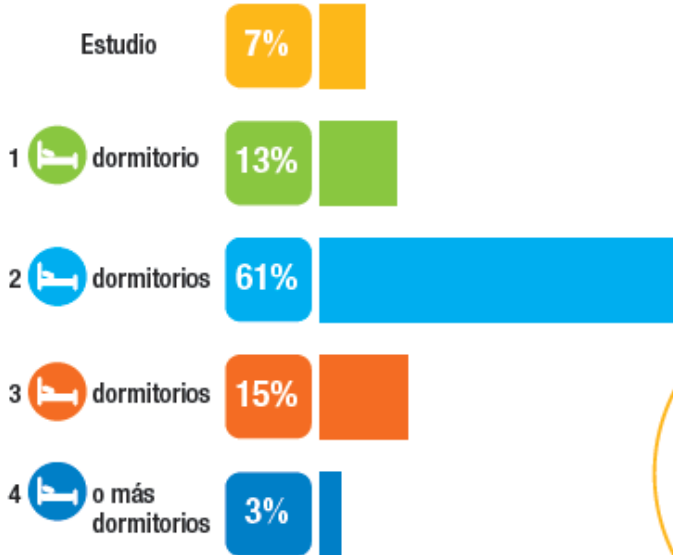
Tecnología

- Aparatos Electrónicos



Compras Futuras

● Tamaño de unidad

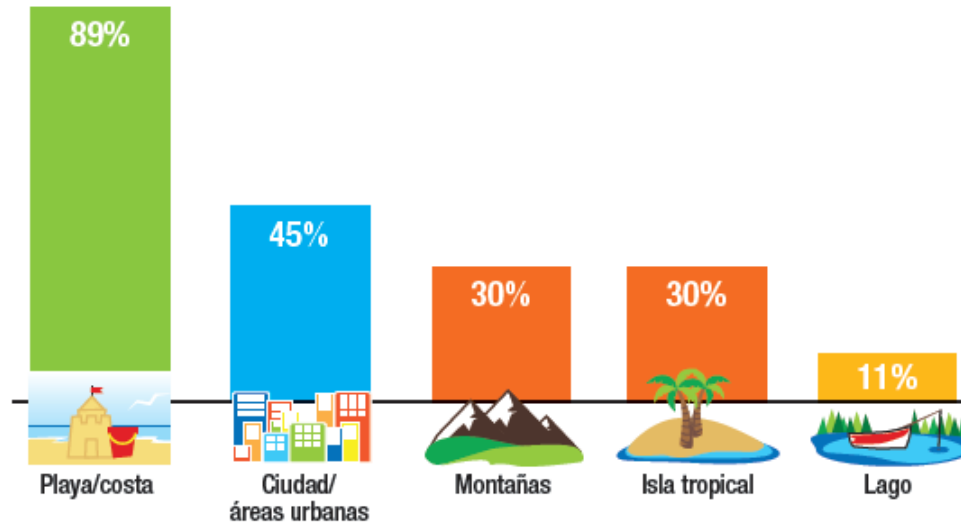


Para aquellos miembros que indicaron que estar dispuestos a comprar un Tiempo compartido adicional, la unidad más popular fue 2 recámaras.



Compras Futuras

● Características Geográficas



Vacaciones Alternativas

Crucero



muestran interés en tomar un
crucero en los próximos dos años.

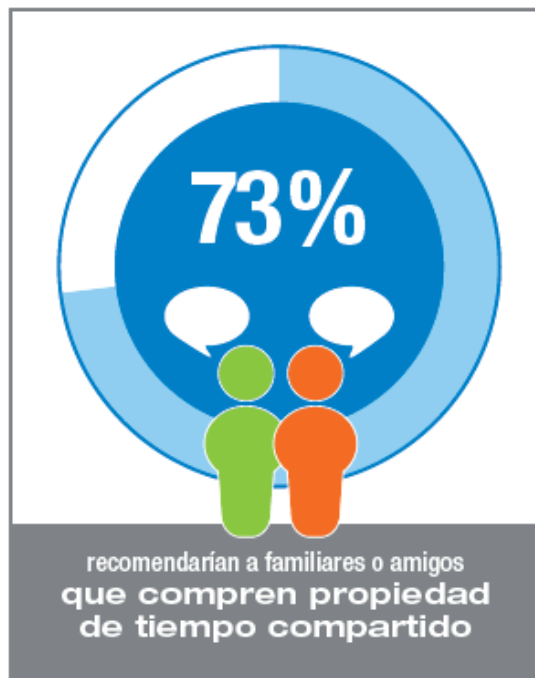
Vacaciones con
todo incluido



Más del 50%

de los afiliados residentes en México
indicaron interés en tomar unas vacaciones
con todo incluido en los próximos dos años.

Recomendaciones



Satisfacción

82%



se sienten satisfechos con su
**propiedad de tiempo
compartido**

82%



se sienten satisfechos con los servicios
y beneficios que ofrece
Interval International

A tropical resort scene featuring a swimming pool with a view of the ocean and a distant island. In the foreground, two lounge chairs with white towels and green pillows are positioned around a wooden table holding two drinks with watermelon slices. The sky is blue with scattered white clouds.

Gracias