

Travel Analytics para destinos turísticos

Casos de éxito nacionales e internacionales en el uso de Big Data

#techYdestino



MABRIAN
FULLCYCLE TRAVEL ANALYTICS

Fiturtech 
ITH 

CONTEXTO

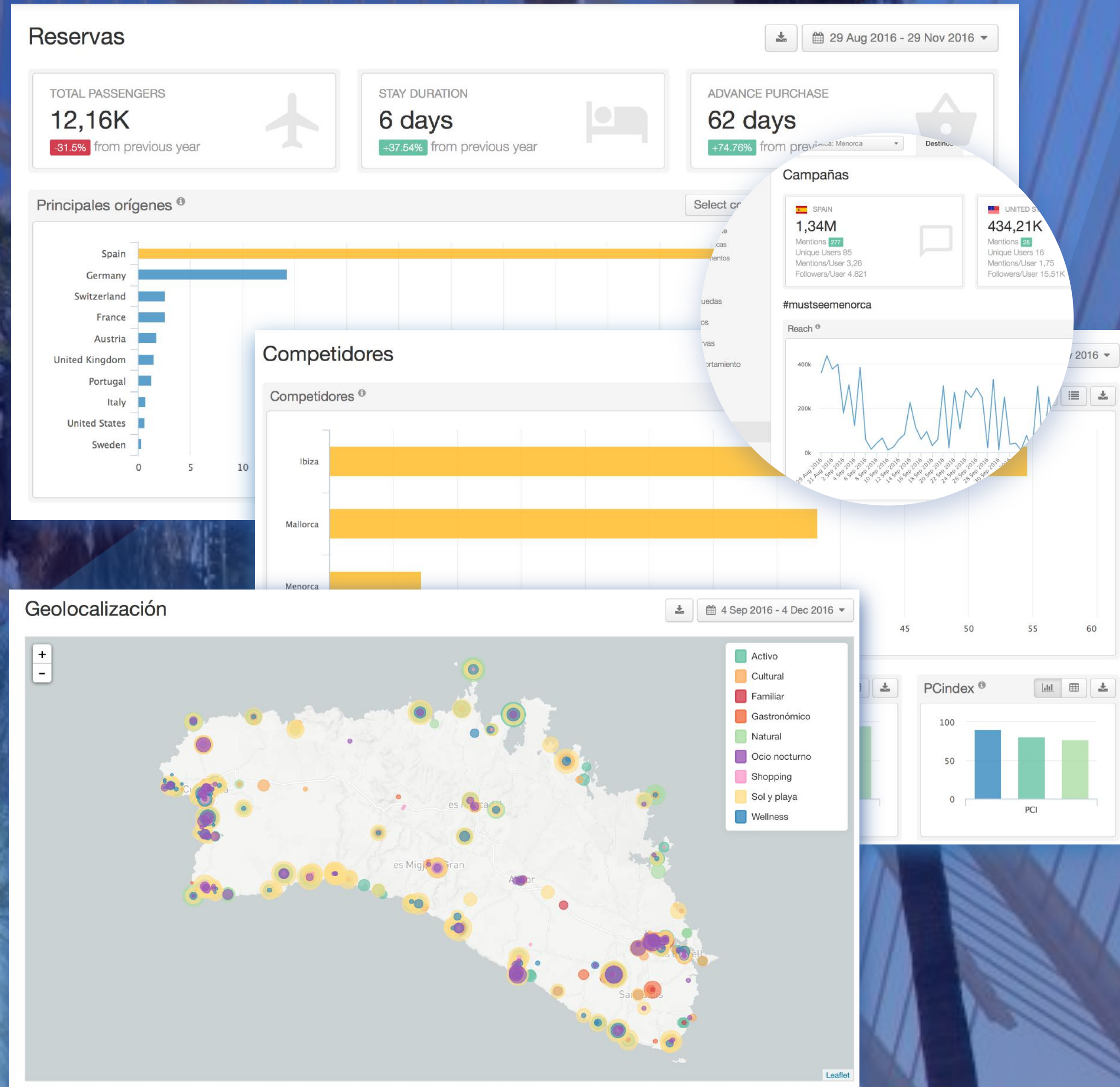
Los destinos turísticos han venido compilando datos pero muy pocos han creado espacios e instrumentos digitales avanzados para integrarlos y analizarlos adecuadamente y en tiempo real.

OPORTUNIDAD

El sector turístico es el primer sector en el que, desde el punto de vista del consumidor, el 100% de la cadena de valor, está registrada en formato digital.

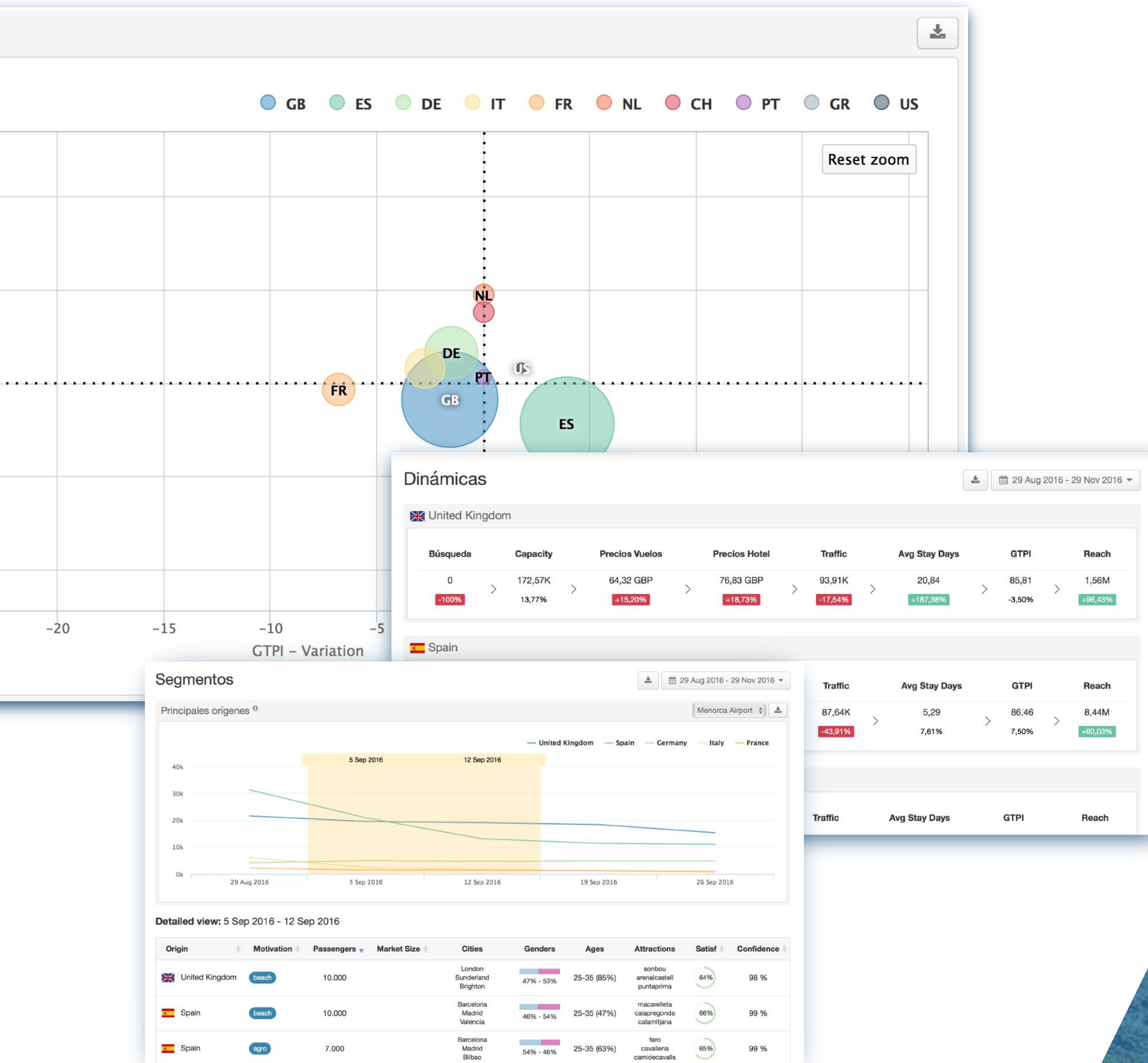
¿QUE ES MABRIAN?

MABRIAN es una plataforma de inteligencia de mercado para destinos turísticos que utiliza tecnologías de BIG DATA e IA para entender el comportamiento de los turistas durante todo el ciclo de viaje



EL VALOR DE LOS DATOS

Estas nuevas fuentes de datos permiten valorar e interpretar correctamente las dinámicas que se dan en el destino para ajustar permanentemente sus propuestas y lograr un crecimiento sostenido de la demanda.





CUATRO CASOS DE ÉXITO

SEVILLA

VALENCIA

BARCELONA

BALCANES



VALENCIA: UNA PARA CADA MERCADO

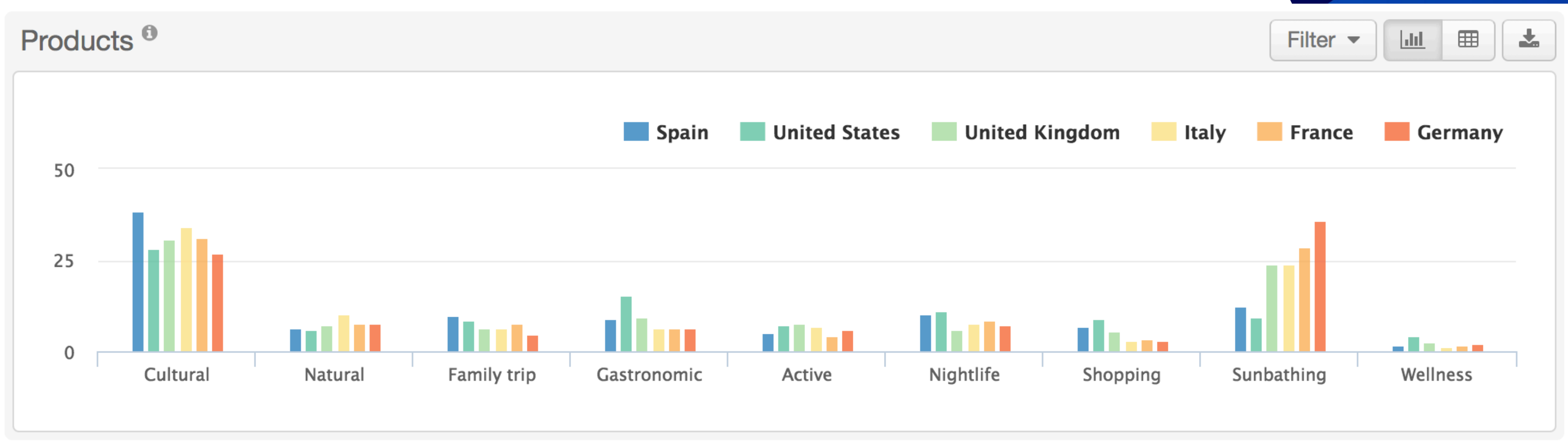
CASO DE USO: Analizar la sensibilidad de la demanda hacia la oferta del destino para fortalecer el posicionamiento del destino.

UNA VALENCIA PARA CADA MERCADO

VALENCIA analizó los comentarios que se producían en redes sociales sobre el destino, para entender qué elementos de la oferta eran más importantes para cada segmento de mercado.



UNA VALENCIA PARA CADA MERCADO



Pueden apreciarse distintos patrones de comportamiento en base al origen de los visitantes. Por ejemplo, el distinto grado de importancia que la oferta de Sol y Playa tiene para cada mercado.



RESULTADOS:

Con esta información Valencia ha fortalecido sus estrategias de promoción basadas en producto, y descubierto nuevas oportunidades de crecimiento.



SEVILLA: ANTICIPAR EL MERCADO

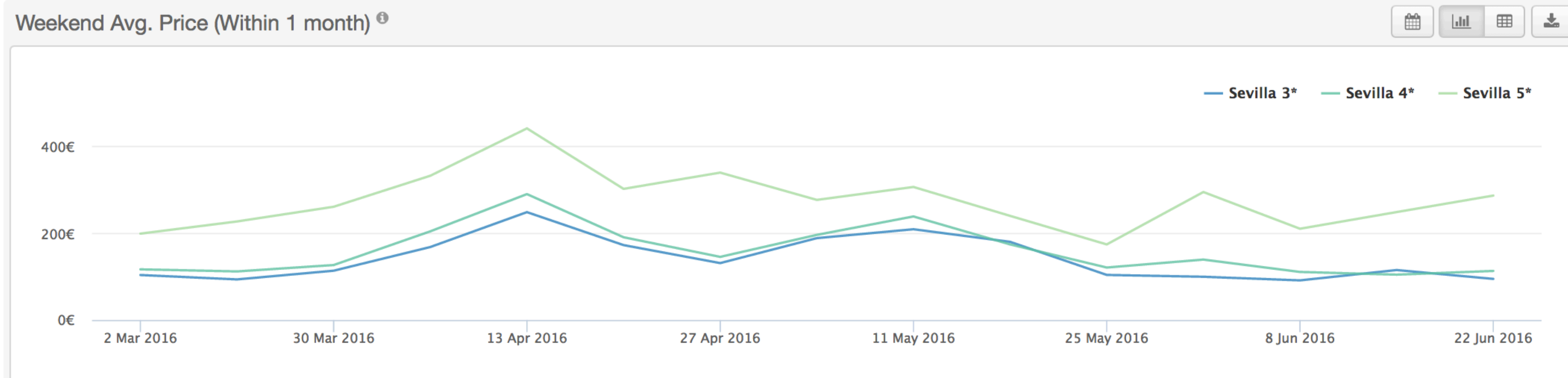
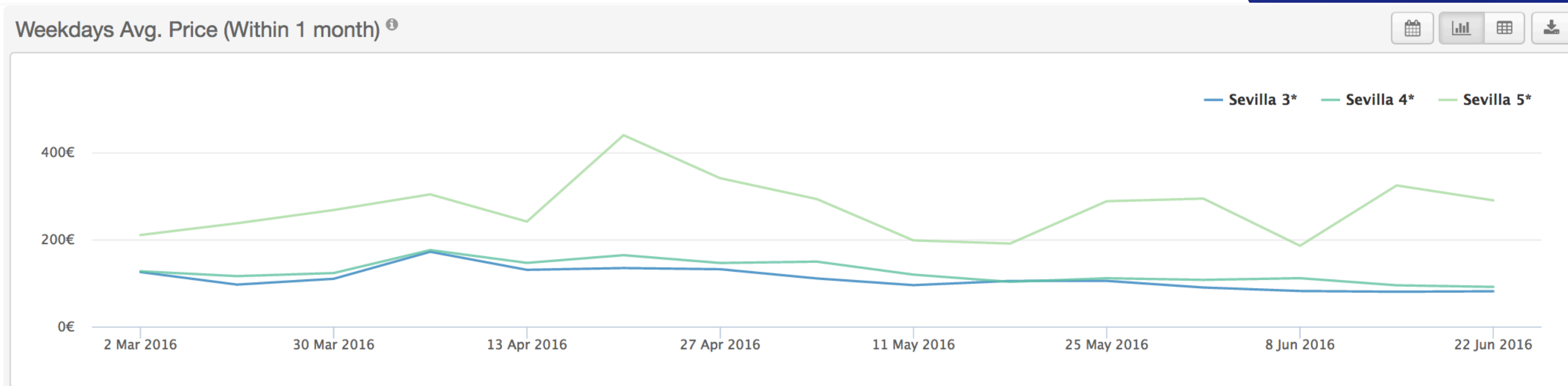
CASO DE USO: Conocer la elasticidad de los precios de la planta hotelera y anticipar la demanda.

ANTICIPAR LA DEMANDA

SEVILLA, analizando la correlación entre las conversaciones que se producen sobre el destino y la evolución de los precios de la planta hotelera del mismo, puede conocer la elasticidad de los mismos, y anticipar posibles contingencias.



ELASTICIDAD DE PRECIOS



Los gráficos muestran la evolución de los precios de cada categoría de hotel en un periodo determinado.



RESULTADOS:

Analizando la evolución de los precios, así como proyectando los mismos hacia delante, Sevilla está trabajando en estrategias que permitan disminuir el impacto de la estacionalidad en el destino.



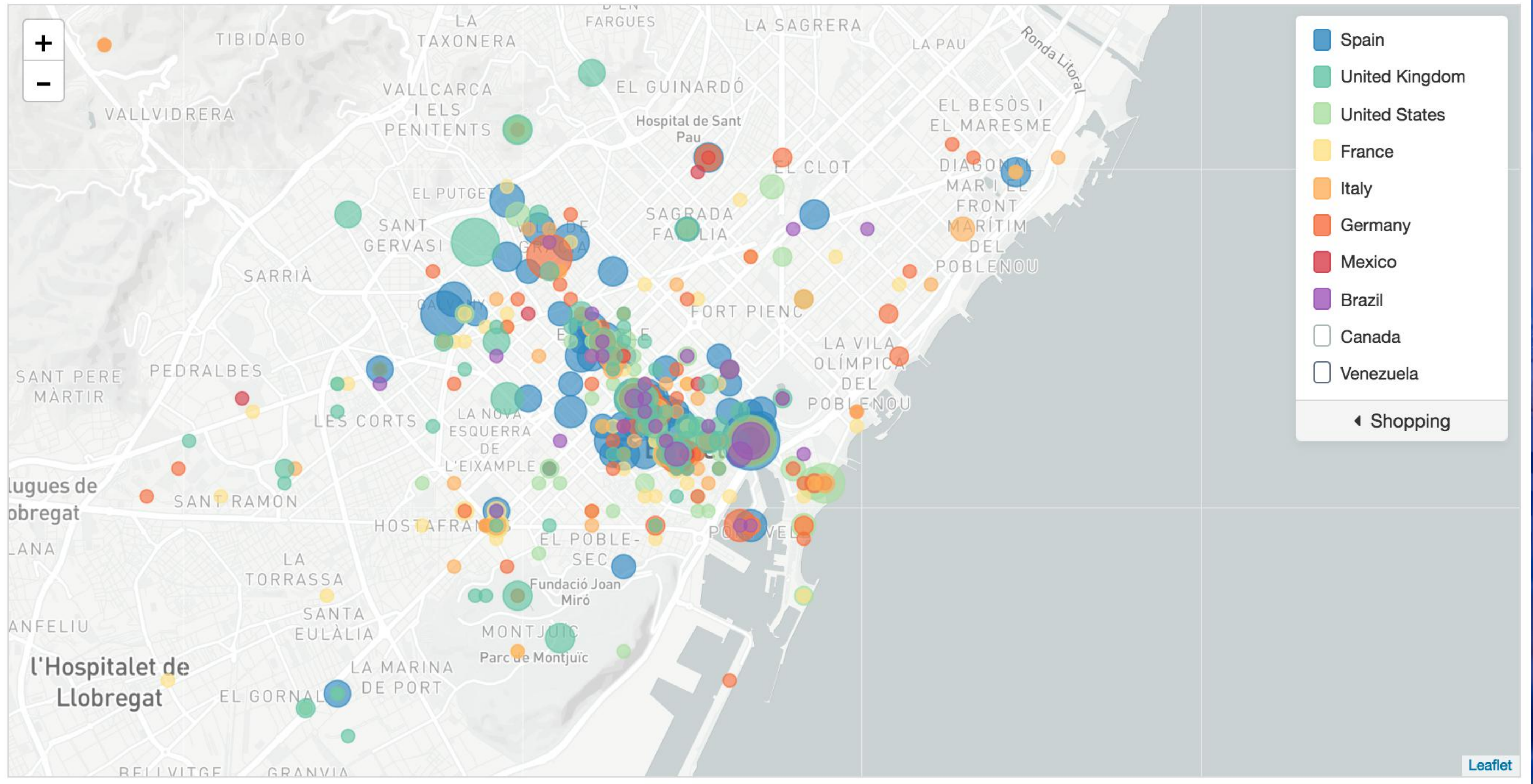
BARCELONA: FOMENTAR LA OFERTA DE SHOPPING

CASO DE USO: Conocer qué segmentos de mercado son más sensibles a la oferta de shopping.

FOMENTAR OFERTA DE SHOPPING

Para BARCELONA, una de las líneas de desarrollo más importantes es posicionarse con fuerza dentro del segmento de turismo de compras a nivel global. Con esta información pudieron saber cómo están posicionados y como ser más competitivo.







RESULTADOS:

Con esta información, Barcelona pudo enfocar sus estrategias de promoción de turismo de Shopping a aquellos mercados de origen que eran más sensibles y más gastaban.



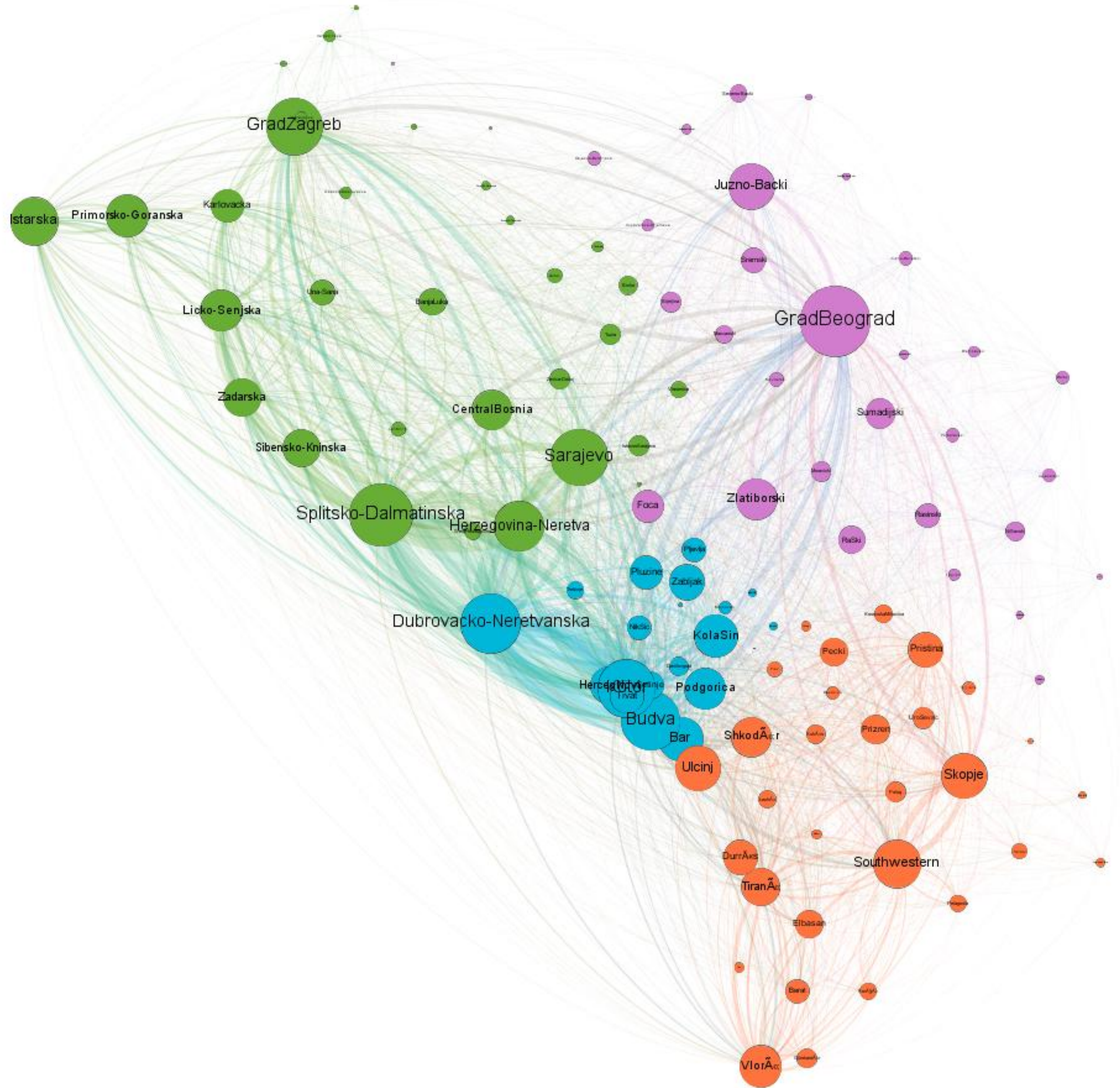
RCC: MAPEAR PATRONES DE MOVILIDAD

CASO DE USO: Conocer el impacto que el desarrollo de infraestructuras en ocho países de los balcones ha tenido en los patrones de movilidad de los visitantes.

CONOCER LA MOVILIDAD

En base a información geolocalizada, RCC pudo mapear los patrones de movilidad de los turistas en la región de los Balcanes con el fin de conocer los corredores internos más importantes y desarrollar nuevos productos y rutas.







RESULTADOS:

Fortalecer el turismo de interior así como la movilidad intra-regional en base a una matriz de producto/mercado.

¿QUÉ DEPARA EL FUTURO?



#techYdestino



MABRIAN
FULLCYCLE TRAVEL ANALYTICS

Fiturtech 
ITH INSTITUTO TECNOLÓGICO DE HUELVA