

USO DE MÓVIL

EN WEBS DE HOTELES DE BARCELONA Y MADRID

Con los miles de reservas del sistema de Mirai, lo hemos analizado.

Nos hemos enfocado estrictamente en el móvil: pantallas pequeñas (por eso no incluimos las tablets como móvil, a diferencia de otros estudios)

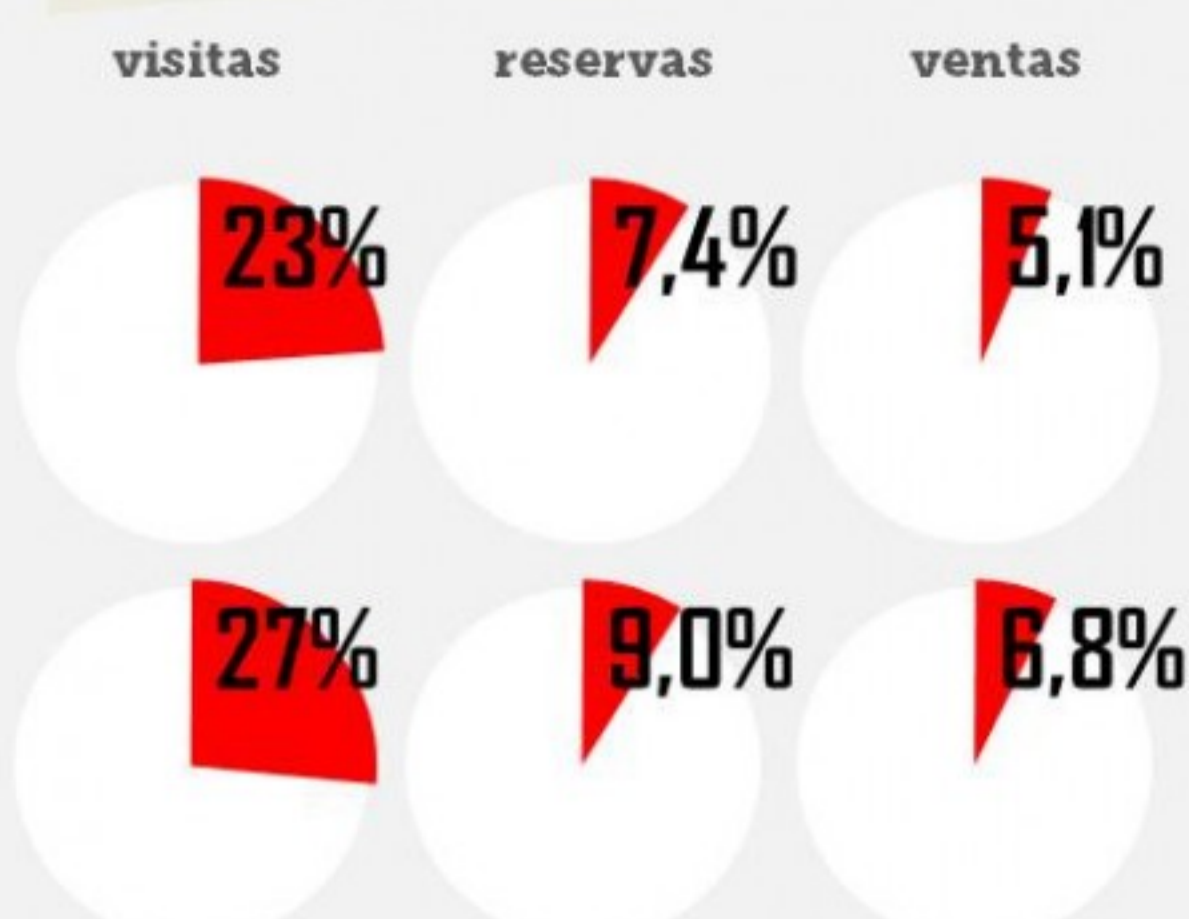


cuota

Todavía hay recorrido en la etapa final del proceso de compra (la reserva) y en el valor de la misma (ventas). En cambio, ya registra un uso alto en la etapa inicial: la visita a la web del hotel.

barcelona:

madrid:



tendencia

No sólo el móvil crece rápido, sino que sobretodo lo hacen sus ventas, el dato que parte de niveles más bajos

barcelona:

madrid:

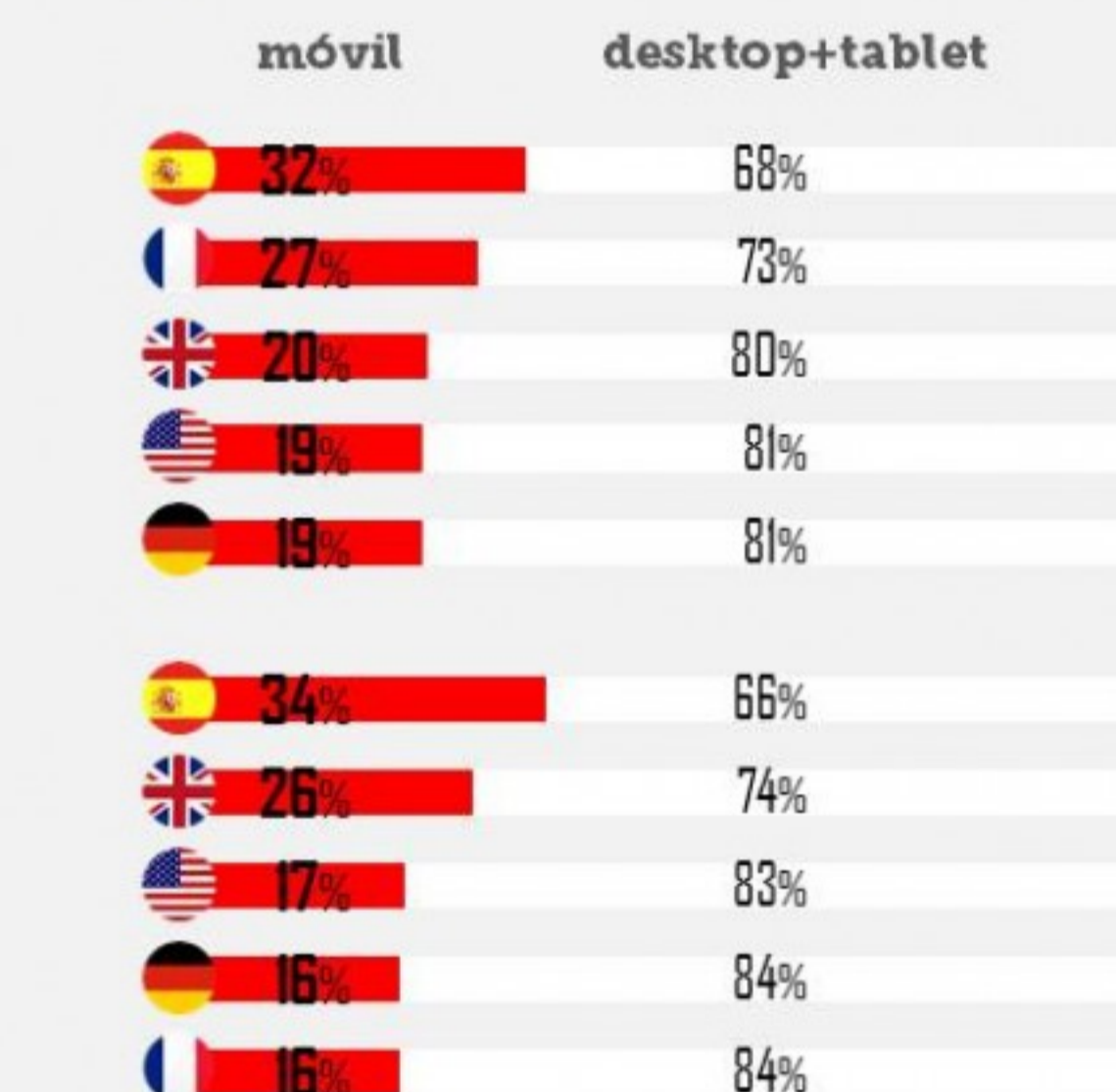


visitas por país

El cliente visita más desde móvil cuanto más cerca está del hotel. Por eso destacan los españoles (y los franceses, en el caso de Barcelona)

barcelona:

madrid:

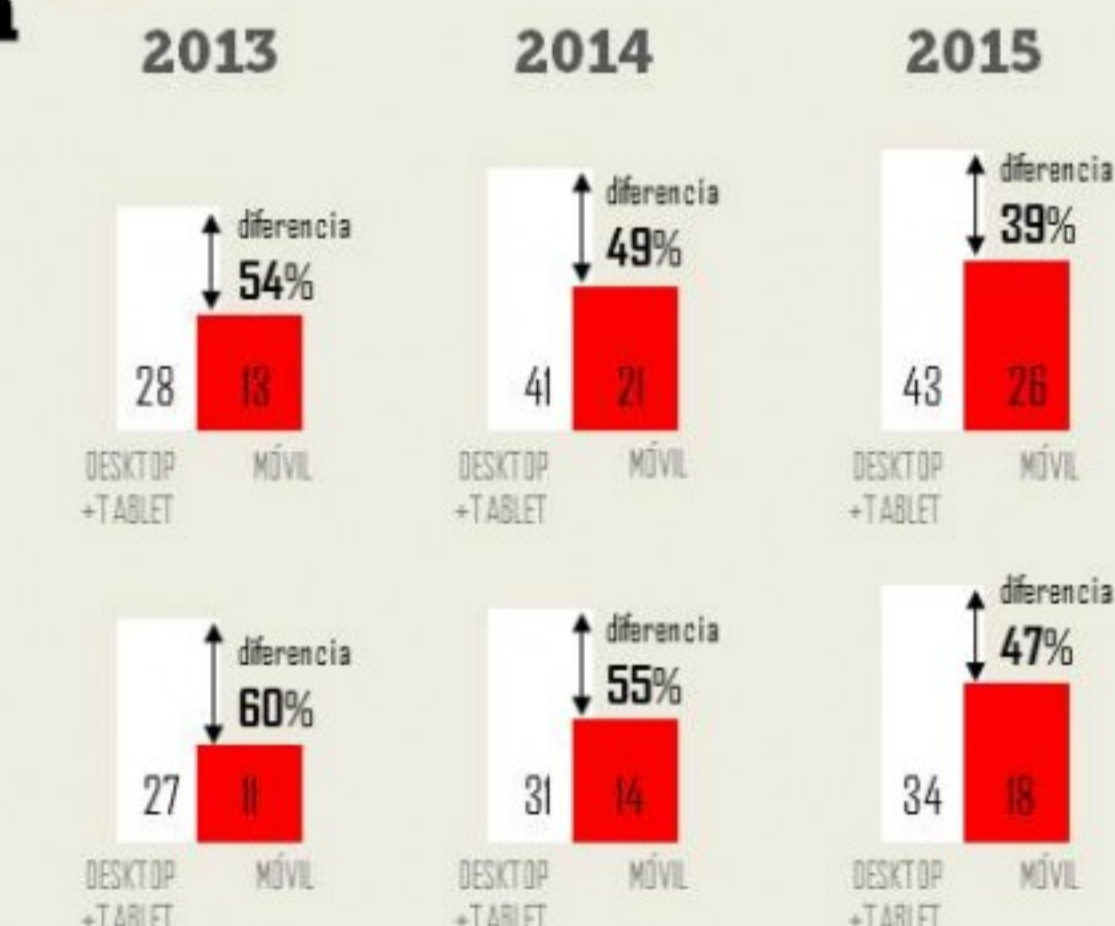


días de antelación

La antelación de las reservas por móvil es menor pero tiende a normalizarse. Madrid registra menor antelación general, no solo en móvil.

barcelona:

madrid:

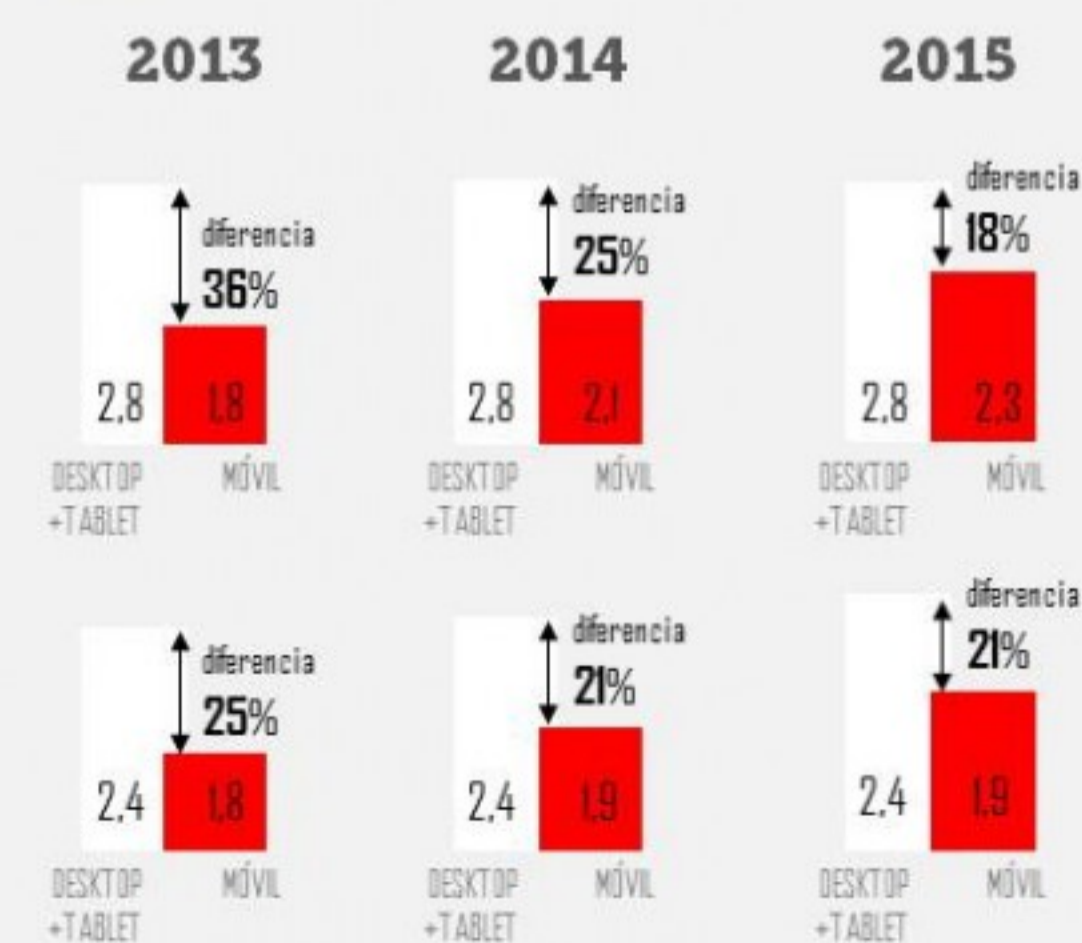


noches de estancia

Las reservas por móvil son de cada vez más noches. Por eso el dato de ventas es el que crece más rápido

barcelona:

madrid:



conclusiones (además de que el móvil crece)

- ✓ El móvil se usa más para visitar la web del hotel que para reservar. Su influencia va más allá de sólo-ventas o dispositivo de la última visita
- ✓ El móvil se usa más para viajes domésticos, con menos antelación y de estancia más corta
- ✓ ...aunque las reservas por móvil crecen rápido y tienden a acercarse en valor medio, antelación y noches de estancia
- ✓ ...por eso Madrid registra más cuota de móvil: tradicionalmente tiene más españoles, menos antelación y estancia más corta

mirai
Apostamos por tu hotel

www.mirai.com