

ESTRATÈGIES PER CAPTAR EL SEGMENT SOLO TRAVELLER AL PIRINEU I LES TERRES DE LLEIDA CARACTERÍSTIQUES, COMERCIALITZACIÓ I MÉS

Per poder realitzar la inscripció al curs primer us heu de registrar a la plataforma

INSCRIPCIÓ

DESENVOLUPAMENT

HORARI: 20 de novembre de 10 a 14h

DURADA: 4 hores

MODALITAT: Streaming

DESCRIPCIÓ

Introducció al segment “Solo Traveller” i a les oportunitats que pot oferir al Pirineu i les Terres de Lleida. S'analitzaran les característiques, motivacions, necessitats i comportaments dels diferents perfils de viatgers que es desplacen sols, així com les principals barreres que poden dificultar la reserva i el consum de productes turístics.

La formació abordarà estratègies per adaptar l'allotjament, les activitats i les experiències, definir propostes de valor, establir preus i condicions comercials adequats, seleccionar canals de distribució i dissenyar accions de captació i fidelització.

Mitjançant exemples i un exercici pràctic, es treballarà el disseny d'una proposta turística orientada a aquest segment, valorant-ne la viabilitat comercial, l'accessibilitat, la rendibilitat i la contribució al territori.

DESTINATARIS

Professionals i empreses del sector turístic, entitats i gestors de destinacions, allotjaments, empreses d'activitats i experiències, agències i altres agents interessats a captar i fidelitzar el segment Solo Traveller.

OBJECTIUS

- Conèixer les característiques, motivacions, necessitats i comportaments dels diferents perfils de Solo Traveller.
- Identificar les oportunitats i limitacions del Pirineu i les Terres de Lleida per desenvolupar productes orientats a aquest públic.
- Aprendre a adaptar l'oferta turística tenint en compte la reserva individual, els preus, la seguretat, la mobilitat i les opcions de socialització.
- Definir estratègies de comunicació, distribució, comercialització i fidelització adequades a cada perfil.
- Identificar canals i eines per arribar al públic objectiu i mesurar els resultats de les accions de captació.
- Dissenyar una proposta pilot comercialitzable i establir indicadors per avaluar-ne la demanda, la viabilitat econòmica i els resultats.

PROGRAMA

1. El segment Solo Traveller
    - Característiques, evolució i diversitat de perfils.
    - Motivacions, necessitats, hàbits de viatge i presa de decisions.
    - Diferències entre viatjar sol, reservar individualment un viatge en grup i altres modalitats de viatge.
2. Oportunitats per al Pirineu i les Terres de Lleida
    - Recursos i atractius territorials amb potencial per a aquest públic.
    - Productes i experiències vinculats a la natura, la cultura, la gastronomia i el patrimoni.
    - Reptes de les destinacions rurals i de muntanya: estacionalitat, mobilitat, accessibilitat i disponibilitat de serveis.

3. Com adaptar l'oferta

- Adaptació de l'allotjament, les activitats i les experiències.
- Preus, reserves individuals i suplements d'ús individual.
- Seguretat, flexibilitat, informació prèvia i socialització voluntària.
- Disseny de productes i experiències adequats a les necessitats identificades.

4. Comunicació i comercialització

- Proposta de valor, missatges i continguts adaptats als diferents perfils.
- Canals digitals, xarxes socials i plataformes de comercialització.
- Distribució, condicions de reserva i estratègies de captació i fidelització.
- Indicadors per mesurar conversió, rendibilitat i resultats comercials.

5. Casos pràctics i aplicació al territori

- Exemples de productes i destinacions.
- Identificació d'oportunitats al Pirineu i les Terres de Lleida.
- Exercici pràctic: disseny d'una proposta pilot per al segment Solo Traveller, amb públic objectiu, proposta de valor, preu, canal de comercialització i indicadors d'avaluació.

DOCENT

Manuel Colmenero

Professional i consultor amb més de 40 anys de trajectòria en el sector turístic, especialitzat en la conceptualització, gestió i comercialització de productes turístics, experiències de valor i estratègies de desenvolupament territorial regeneratiu. Combina la direcció empresarial (exdirector de Màrqueting al Grup TUI i fundador d'Ocio Vital / Food Wine Tours) amb una sòlida vocació acadèmica en universitats i escoles de negoci.