

DIMEO MARKETING. Generaciones, consumo y nichos con un especialista

"Antes viajaba cierto público con alto poder adquisitivo, de edad madura, cuando luego de hacer una carrera, casarse, tener y criar hijos, volvía a tener tiempo para sí. Ahora los primeros viajes son de jóvenes, de adolescentes, es el primer viaje de egresados de Primaria. Y es el primer viaje

solo, sin mamá ni papá. Luego viene el viaje de egresados y a partir de ahí que se generó toda una cultura del viaje juvenil", expone Pedro Pablo Di Meo. "Es cierto que Internet ha absorbido parte de la demanda, pero también que el público viajero es mucho más grande, con un rango etario más amplio. Incluso el

viaje de la Tercera Edad, que tradicionalmente era muy sencillo y simple. Hoy hacen salidas grupales a Europa", agrega el especialista. Y prosigue: "Todos apuntan al Millennials, pero la verdad es que ya está comenzando a consumir la Generación X".

-¿Pero cuál es la disrup-

ción, porque la superposición generacional siempre existió?

-Antes, la duración cultural de las generaciones era mucho más amplia. Lo ves en las empresas, donde sus estructuras y procesos duraban años. Hoy los cambios se producen cada vez más rápido y más sucesivos. La evolución es distinta y más ve-

loz. Se señala a los Millennials como poco comprometidos y responsables y eso no está ni bien ni mal: tienen otra visión diferente del trabajo y de la vida. Sus abuelos y padres en cambio, entraron en una empresa y se plantearon jubilarse en esa misma compañía. Pero los Millennials vieron que esa fidelidad generaba luego un golpe anímico muy grave, porque la empresa era su vida. Y entonces no vale la pena, por eso los Millennials viven el hoy, van por la experiencia de vida, por disfrutar.

Lo malo es que las empresas no tomen lectura de todo esto, para plantearse cómo comunicarse con cada segmento, cómo venderle y articularse para cada caso. ¿Tengo que trabajar para todos los públicos? ¿Se debe segmentar?

-¿Existe una propuesta suficientemente neutra y amplia para que le sirva a diversos públicos?

-Desde la consultoría te diría que sí. De todos modos, creo que en el fondo el cami-



Pedro Pablo Di Meo.

no es comenzar a segmentar, y no solo segmentar: micro-segmentar también, subsegmentar. Lo masivo va a estar en manos de grandes jugadores con gran capacidad. Pero otro tipo de productos, más artesanales y específicos, se van a ir a comprar a otros sitios. Y hay que ver también el fenómeno de los microemprendimientos, no me refiero solo al turismo, que está basado en lo que al individuo le gusta hacer y desde allí montar un negocio. Un emprendedor turístico puede entender mejor incluso cómo funciona ese segmento. ▽



EAT PLAY LOVE

VIVE TUS VACACIONES DE ENSUEÑO EN UNA ATMÓSFERA DE LUJO Y ROMANTICISMO

"Soy un nuevo concepto creado sólo para adultos y ubicado en una espectacular playa en la Riviera Maya. Soy un paraíso terrenal, ideal para salir de la rutina y vivir la experiencia de unas vacaciones inolvidables. Mi alto nivel se orienta a satisfacer los gustos más exigentes con servicios exclusivos VIP. Mis habitaciones están llenas de detalles lujosos que te encantarán, todas con vista al mar y jacuzzi o alberca privada en terraza. Si tu plan es descansar, dejarte consentir al máximo y disfrutar de momentos románticos privados... ya me encontraste!"



Reserva con tu agente de viajes o contactanos: 0180001 OASIS / www.oluxurycollection.com
 /OasisTulum @Oasis_Tulum / Apertura Noviembre 2017 Riviera Maya, México.

+ TALLER DE CIERRE DE VENTAS

El jueves 14 de septiembre, Dimeo Marketing y Gestión brindará un taller de cierre de ventas dirigido específicamente a agencias de viajes. La capacitación se dictará de 8.30 a 14 en Bartolomé Mitre 811, 6° L y tiene cupos limitados. Más información e inscripción: direccion@dimeomarketing.com

...es Mar del Plata !!!

SUPER PROMO DE SETIEMBRE

HOTEL GUERRERO 3* SUP desde \$ 1070
HOTEL ARGENTINO 3* SUP desde \$ 1060
HOTEL MIAMI 3* STD desde \$ 1035

(Tarifas p/noche en hab. doble c/desayuno e iva)

TARIFAS SUJETAS A CAMBIOS Y DISPONIBILIDAD.

12 cuotas sin interés CFT 7.5% **mercado pago**

DYNAMIC VIAJES (Leg. 1618) Tel.: (0223) 495-8558 (rotativas)
 Fax: (0223) 494-2142 Mar del Plata • info@dynamic-viajes.tur.ar
 Claudia@dynamic-viajes.tur.ar • laura@dynamic-viajes.tur.ar