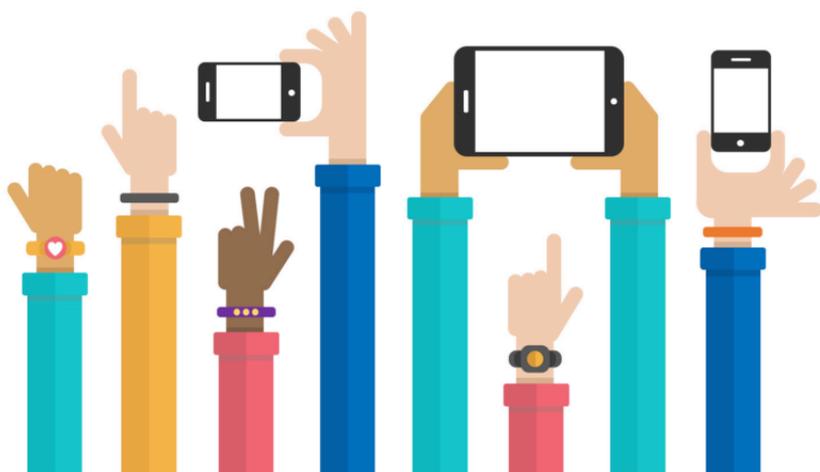


COMO CONSUMEN LOS MILLENNIALS



¡Ojo al dato!

Supondrán el **75%** de los trabajadores en activo en el año 2025.



Son críticos y exigentes



Un **86%** afirma que dejaría de comprar o consumir una marca debido a una mala experiencia.

La importancia del móvil

El **55%** reserva su habitación de hotel desde el móvil.



El **70%** desea realizar su check-in desde el móvil.

El **56%** visita la web hotel desde el móvil.

El **74%** busca información de viajes desde el móvil.

Cómo y donde se informan

Un **78%** de los millennials utiliza los comentarios On Line como fuente principal de información.

Portales de reputación On Line



78%

Boca a Boca



50%

Web distribuidor



57%

Tienda física



51%

Web de la marca



55%

Para el **40%** de los millennials los comentarios On Line son la fuente de información más fiable.

¿On Line o tienda física?

El **60%** de los millennials prefiere seguir comprando On Line en igualdad de precios con la tienda física.

60%



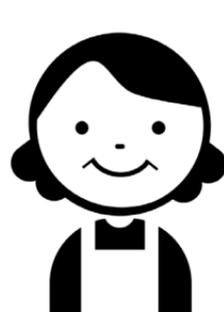
Millennials

50%



Generación X

37%



Baby Boomers

Las marcas y las RR.SS.

El **60%** de los millennials son proclives a hablar públicamente sobre las marcas de forma positiva en las siguientes redes sociales.



El **40%** expone sus quejas abiertamente en estos canales.

Su lealtad a las marcas

El **44%** son leales a una marca y forman parte de los programas de fidelización que estas ofrecen.



Las principales motivaciones para formar parte de un programa de fidelización son la obtención de puntos y descuentos.



PASODEBOOKING.COM

PÍLDORAS PARA VENDER DIRECTO Y LIBRE