|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Slide de diapositivas (Simple)** | | |
| **Indicaciones** | * Título o subtítulo de la temática que se aborda * Colocar una breve descripción del tema que se aborda en el slide * Colocar el texto que va en cada diapositiva según el formato instruccional * Máximo 8 slide | |
| **Título** | **Tipologías de consumidores** | |
| **Texto descriptivo** | Exploraremos un enfoque de marketing que clasifica a los clientes como consumer, prosumer y adprosumer, destacando la interacción en la creación turística. | |
| **Consumer:** | **e**s el turista clásico, el cual se limita a consumir el producto turístico, el turista que entrega la preparación de sus vacaciones a profesionales y que se deja persuadir en un grado importante, es un turista que utiliza internet de forma muy ocasional, aceptar comprar paquetes turísticos a menudo, al regreso de sus viajes le gusta generar el efecto boca-oreja a un nivel local, casi familiar, por lo que su impacto en otros posibles clientes es limitado, es un cliente que varía poco sus viajes, de manera que si el destino lo satisface lo repetiría y sería fidelidad a él. | <https://www.freepik.es/fotos-premium/turista-estadounidense-edad-avanzada-toma-fotografia-antiguo-templo-tailandes_262613440.htm#fromView=search&page=2&position=45&uuid=db02209c-ef96-453b-9fd1-969b8e63fa86> |
| **Prosumer:** | le gusta crear su propio producto, desde que le nace la necesidad del viaje, es un consumidor activo el cual utiliza internet para para documentarse de aquellos servicios que le satisfacen a la hora de elegir alguno y le gusta consultar opiniones de otros viajeros, lo cual es esencial entender que el *prosumer* no tiene una fuente de búsqueda que considera muy importante solamente lo que encuentra en blogs, redes y comunidades sociales o páginas de opinión, Su producto se aparta de los paquetes turísticos creados por las agencias de viajes, ya que busca una experiencia individualizada, que lo lleva a una compra selectiva de servicios, no acostumbra ser un cliente fiel porque busca la diversidad y la experimentación, adquirir una experiencia única. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/viajero-lado-mirando-telefono_5001787.htm#fromView=search&page=1&position=28&uuid=b3a739d8-b9e8-45b4-b2a1-d6c955f23231> |
| **Adprosumer:** | usuario que utiliza la Red de forma natural y de modo bidireccional, adquiriendo información y construye sus propios contenidos, para crear su propio producto turístico, no acostumbra ser muy leal al destino que realiza, pero contribuye generando un valor que los otros usuarios no aportan, como es la lealtad diferida, donde el usuario que tiene la disposición para volver a repetir no lo hace pero si recomienda a otros viajeros el destino, el hotel ya que le gusta el cambio y la experiencia que adquiere en cada destino que visita. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-superior-mano-sosteniendo-telefono-inteligente_30827157.htm#fromView=search&page=1&position=1&uuid=9093bdda-e14f-4aae-9373-7181e3c3a01b> |
| ***Crossumer :*** | el *crossumer* es un usuario inteligente, que está al corriente de varias de las estrategias de marketing y sabe diferenciar la información de los mensajes que pueden ser persuasivos, es receptivo a toda información que llega de otros consumidores, no utiliza una sola fuente de información, ya que le gusta diversificarla, le gusta actuar como prescriptor que su experiencia es capaz de influir en una gran cantidad de usuarios, los cuales siguen los consejos, por sus conocimientos. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/reconocimiento-facial-collage-identificacion-personal_96363997.htm#fromView=search&page=1&position=6&uuid=6ff33d1e-6b9e-4e9d-a699-080199f1be4c> |
| **ProKsumer:** | es aquel usuario o consumidor que utilizando el acrónimo que es la palabra, produce información y crea conocimientos nuevos a partir de sus propias experiencias tomando en cuenta la información que ya existe, actúa como *broker* de ese conocimiento al gestionarlo, interpretarlo y transmitiéndolo a otros clientes y pudiendo ser prescriptor o censor del servicio turístico, y es *consumer* o consumidor de servicios personalizados a partir del conocimiento adquirido y gestionado.  Los diferentes tipos de consumidores, en sus fases más adelantadas buscan un servicio personalizado y apartado del modelo. El acceso masivo a la información que permite Internet ha jugado un papel fundamental en este hecho. | <https://www.freepik.es/foto-gratis/empleado-concentrado-tienda-linea-que-trabaja-computadora-portatil_31298523.htm#fromView=search&page=1&position=3&uuid=adcfb114-3cf1-4c4f-9e6c-b17a12ab9557> |