

Ficha del Cliente Ideal: Aura de Mallorca

Datos Demográficos:

Edad: 25-65 años.

Ubicación: Visitantes nacionales e internacionales, con un enfoque especial en Europa.

Ingresos: Medios a altos.

Características Psicográficas:

Estilo de Vida: Viajeros que valoran experiencias de calidad y buscan momentos exclusivos durante su estancia.

Valores: Aprecian la comodidad, la elegancia y la atención personalizada.

Intereses: Amantes de la cultura, la gastronomía y las experiencias locales.

Comportamiento de Compra:

Canal de Reservas: Prefieren realizar reservas en línea a través de un sistema eficiente y fácil de usar.

Frecuencia de Viaje: Viajeros frecuentes que buscan escapadas memorables.

Preferencias de Pago: Comodidad en métodos de pago y valoran ofertas y paquetes exclusivos.

Motivaciones y Necesidades:

Experiencia Hotelera Única: Buscan un hotel que ofrezca experiencias memorables y únicas.

Comodidades Exclusivas: Valoran servicios exclusivos como un jardín propio y opciones VIP.

Personalización de Estancia: Interesados en personalizar su estancia con opciones como la reserva de un jardín o servicios VIP.

Percepción de Marca:

Valoran Traducciones de Calidad: Aprecian la disponibilidad de información en varios idiomas.

Atracción por la Exclusividad: La marca Aura de Mallorca representa exclusividad, elegancia y atención personalizada.

Necesidades Tecnológicas:

Reservas Online Eficientes: Prefieren una plataforma web fácil de usar para reservar habitaciones y servicios adicionales.

Acceso Exclusivo para Administradores: Los administradores valoran una interfaz eficiente para gestionar traducciones y contenido web.