



La necesidad de Segmentar teniendo en mente a los Millennials

Nuevas realidades, nuevos clientes. La tecnología está reconfigurando no sólo nuestros comportamientos, sino también nuestra manera de pensar, nuestras estructuras mentales. ¿Pero hemos cambiado nuestra forma de pensar por la tecnología o hemos tomado determinados caminos tecnológicos a partir de nuevas formas de pensamiento?

Sea como fuere, lo que parece claro es que algo ha cambiado en la sociedad.

Hay más inmediatez, más prisas y más información. Los comportamientos cambian, sobre todo los de determinados grupos poblacionales. Se habla de *millennials*, nativos y de inmigrantes digitales y se establecen una serie de límites o separaciones entre ellos, a veces infranqueables. Nuevas formas de comunicación.



En realidad estamos hablando de grupos porosos, no ajenos unos a otros, y que posiblemente tengan la clave de la diferencia en el aprendizaje (qué aprenden y cómo lo aprenden). La asunción total de la tecnología y de las herramientas que permite usar (redes sociales, móviles...) es cierto que permiten una nueva representación del mundo, con todo lo que ello lleva consigo.

A partir de ahí parece necesario hablar de una nueva segmentación basada en la tecnología, sus hábitos de consumo y sus usos. No parece que espere lo mismo de su experiencia turística un nativo digital que una persona ajena totalmente a la tecnología. No esperará lo mismo, ni pedirá lo mismo, ni necesitará lo mismo. La satisfacción de la experiencia turística va a depender de distintos elementos y de distintos valores según el segmento, y el segmento de los nativos digitales tiene unas características muy especiales.

Si queremos llegar a ese segmento debemos comprender su lenguaje y, lo que es



más complicado, su forma de pensar, sus estructuras mentales

suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)

Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)



La necesidad de Segmentar teniendo en mente a los
Millennials

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

[Read More](#)