

CON-X 2022: El futuro de los viajes se dirige a una máxima personalización

Elegir qué se quiere, cómo se quiere, cuándo y a qué precio. Esta ecuación, sencilla en concepto, pero compleja en materialización, ha sido el pilar de Con-X 22, una conferencia internacional organizada por TravelgateX que ha reunido en Mallorca - en el Museo de Arte Contemporáneo Es Baluard- a las principales figuras de la industria mundial del turismo y los viajes

Adaptarse, hacer ajustes y crecer (Adapt, Pivot, Growth) ha sido el título de esta nueva edición de Con-X, la primera tras la pandemia del Covid-19. Estos tres conceptos resumen a la perfección el objetivo del evento: identificar los retos que la industria de los viajes deberá tener en cuenta en el corto y medio plazo para captar y fidelizar clientes desde un punto de vista experiencia. Y es que el turismo, como se conocía hasta ahora, ya ha desaparecido.

“Si algo hemos aprendido en estos dos años de pandemia e incertidumbre es que debemos adaptarnos a lo que realmente quiere el usuario”, explicaba Pedro Camara - CEO de TravelgateX- y añadía: “las reglas del juego han cambiado y ahora el usuario quiere personalizar al máximo sus viajes. Nuestro cometido, así como el de las empresas del sector, es ser capaces de ofrecer aquello que buscan y/o necesitan”.

Viajes personalizados y experiencia de usuario

Tras una primera introducción realizada por el maestro de ceremonias de ConX-22, Bill O’Connor - fundador de The Innovation Genome Project, de Silicon Valley-, los más de 300 asistentes a la cita han podido disfrutar de la ponencia de Jonathan Bedford - Chief Sales Officer (CSO) de SiteMinder. Durante esta exposición, Bedford ha afirmado que la transformación en la industria de los viajes como forma de crecimiento será crucial.

Por su parte, Dr. Wouter Geerts - Director of research & Data Product de SKIFT ha puesto de relieve la importancia de saber adaptarse al mundo de alrededor: “un mundo con guerras, con una subida brutal de precios, con recortes laborales, crisis migratorias, subida de costes, inflación extrema y cambio climático...”. “La industria de los viajes, como la conocíamos hasta ahora, ha muerto... Con respecto a las propias empresas, basta ver que cada vez es mayor el número de personas que trabajan en casa, las distancias también han cambiado y esto da pie a muchas y nuevas oportunidades que debemos aprovechar. Todo consiste en saber adaptarse”, explicaba Geerts.

Estas afirmaciones han sido puntualizadas en una interesante mesa redonda en la que han estado presentes Lee Hayhurst (Travolution), Christian Kremers (AMResorts), June Zhu (trip.com), Jari Virtanen (Stena Line Travel Group), Alan French (Thomas Cook), Mirja Sickel (Amadeus).

El broche de oro de la primera tanda de ponencias de la mañana lo ha puesto Toni Nadal, director de la Rafa Nadal Academy. El entrenador y ponente ha hecho hincapié en un concepto que - en sus

palabras- “es clave” y que no es otro que la actitud.

Por último, se realizó una segunda mesa redonda con la participación de Bas Lemmens President of EMEA, HotelPlanner, Elodie Leunen, Deputy CEO & Cofounder, Fastpay Hotels, Mario Gavira VP of Growth, Fritz Oberhammer Chief Product Officer, Supplier Solutions, HRS; moderada por el periodista Lee Hayhurst.

Datos de contacto:

Verónica

Nota de prensa publicada en: [Palma](#)

Categorías: [Nacional](#) [Viaje](#) [Marketing](#) [Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>