

Visa: Viajes frecuentes definen estilo de vida del consumidor

Según una reciente investigación de mercado de Visa, consumidores afluentes en la región valoran beneficios de sus tarjetas que les provean tranquilidad mientras viajan

Caracas, 13 de septiembre de 2011 – Una pareja joven emprende un viaje romántico a Italia. Exploran las delicias culinarias del país y conducen un auto para conocer sus hermosos paisajes, cuando de pronto un pequeño accidente parece acabar con la diversión. Por suerte, su tarjeta Visa Platinum ofrece seguro para autos rentados e indemnización para emergencias médicas, lo que les permite resolver su problema fácilmente y seguir disfrutando de su viaje con tranquilidad. Lo que ocurre en el nuevo comercial de Visa “Miel” -que forma parte de la nueva campaña para promover los beneficios de viaje para sus tarjetahabientes de alto poder adquisitivo- podría sucederle a cualquiera y convertirse en una historia divertida de contar gracias al valor agregado que ofrecen las tarjetas premium de Visa a los viajeros, que pocos tarjetahabientes conocen.

“Los tarjetahabientes de alto poder adquisitivo representan un segmento cada vez más estratégico para Visa por ser uno de los que se mantiene en constante crecimiento” señaló Martha Krawczyk, Directora de Mercadeo para Visa Inc., América Latina y el Caribe1. “A través de una plataforma integral de beneficios, Visa se ocupa de aquellos asuntos que los tarjetahabientes consideran importantes para tener tranquilidad cuando están lejos de casa, como seguros de accidente, médico y de auto”.

Una investigación de mercado recientemente comisionada por Visa Inc. en la región, reveló que el común denominador que conecta el estilo de vida de todos los consumidores de alto poder adquisitivo2, independientemente de su posición en la pirámide del segmento, es el viajar y contar con la protección del seguro como uno de los beneficios de viaje más valorados. Con base en encuestas individuales y grupales, la investigación identificó las preferencias y hábitos de consumo de los tarjetahabientes afluentes y descubrió que la mayoría de los consumidores en este segmento no están conscientes del valor agregado de los beneficios asociados con el uso de sus tarjetas Visa Premium, Visa Signature y Visa Infinite cuando planifican, reservan y disfrutan de sus viajes.

Con el objetivo de llenar este vacío, Visa lanzó la campaña regional “Go Beyond”, como parte de la campaña global “Go” y aplica la nueva metodología “primero la audiencia”, siguiendo las decisiones de los consumidores a través del recorrido hacia la transacción, desde el momento en que comienzan a planificar su próximo viaje hasta que se completa la compra. Con este acercamiento innovador, la campaña tiene presencia en medios que están en el recorrido hacia la transacción, resaltando entre la saturación de información y aprovechando al

máximo el presupuesto de mercadeo. Además del comercial de TV “Miel” (haga clic aquí para verlo), el plan de medios incluye anuncios en revistas y periódicos y comerciales en radio, además de material promocional en los comercios que forman parte de la red de aceptación de Visa, y se enfoca en crear consciencia acerca de tres beneficios que los consumidores de alto poder adquisitivo consideran más importantes para su tranquilidad al viajar:

Seguro para Autos Alquilados: en el momento de completar la reservación para el alquiler del auto con una tarjeta Visa Platinum, Visa Signature o Visa Infinite, el tarjetahabiente contará con cobertura de seguro por el costo del reemplazo del vehículo alquilado o de reparaciones en caso de daños. Este seguro está disponible para autos alquilados en cualquier lugar del mundo y es un beneficio que puede ahorrar hasta US\$50 diarios en un auto de alta gama.

Indemnización Médica de Emergencia: al viajar al exterior y pagar con una tarjeta Visa Platinum, Visa Signature o Visa Infinite, el tarjetahabiente, cónyuge e hijos menores de 23 años están cubiertos en caso de requerir servicios médicos de emergencia. Esta cobertura incluye gastos médicos, evaluación de emergencia y mucho más hasta US\$130.000. En caso de viajar a países de la Unión Europea, los consumidores pueden obtener el certificado Schengen de forma gratuita. Esta protección médica no tiene deducible y podría costarle a los tarjetahabientes hasta US\$120 por persona al adquirirlo en el mercado.

Seguro para Accidentes de Viaje: al pagar el boleto para viajar dentro o fuera del país de origen con Visa Platinum, Visa Signature o Visa Infinite, el tarjetahabiente, cónyuge e hijos menores de 23 años están cubiertos con hasta más de de US\$1.500.000. El seguro es válido en caso de muerte o lesión por accidente al viajar bajo la responsabilidad de la empresa de transporte comercial aéreo, marítimo o terrestre con licencia para transportar pasajeros.

En línea con la estrategia de mejorar su plataforma de beneficios para el segmento afluente, Visa lanzó recientemente el programa Visa Luxury Hotel Collection, que ofrece a los tarjetahabientes siete beneficios en más de 800 hoteles y resorts más lujosos y prestigiosos alrededor del mundo. Los tarjetahabientes pueden explorar las propiedades, confirmar la disponibilidad de habitaciones, ver tarifas y hacer reservaciones en www.visaluxuryhotelcollection.com. No se requiere pago previo.

Para obtener más información acerca de los beneficios de viaje que proveen las tarjetas Premium de Visa visite: www.visa-platinum.com; www.visa-signature.com; www.visa-infinite.com3.

MSC Noticias – La Red Latinoamericana de Noticias de Venezuela
Un Mundo de Información al Alcance de tus Manos
www.msctnoticias.com.ve
