



# Redefina

## el crecimiento de las aerolíneas con un nuevo enfoque para la comercialización

¿Cómo pueden las tecnologías de comercio de viajes más recientes ayudar a las aerolíneas a transformar sus procesos de distribución y ventas con el fin de maximizar su ventaja competitiva? Más que una tecnología, una plataforma innovadora

Mediante la integración de servicios adicionales en los procesos habituales de reservas de los agentes y la obtención de una única vista del viajero, las aerolíneas pueden generar mayor lealtad y aumentar las oportunidades de ventas cruzadas y adicionales, según Ian Heywood, jefe de productos y marketing mundial, Comercio Aéreo de Travelport.

“Los viajeros de la actualidad esperan un trato particular, ya sea obtener reconocimiento por ser un cliente repetido o recibir la oferta de paquetes adicionales para crear una experiencia de viaje personalizada”, explicó Heywood. “En este documento se analiza el modo en que las aerolíneas pueden adoptar las tecnologías de viaje más recientes para maximizar los ingresos por las ventas de servicios adicionales, crear una experiencia de cliente excelente y aumentar la ventaja competitiva”.



**Ian Heywood**  
jefe de productos y marketing mundial, Comercio Aéreo

## Maximice la oportunidad de servicios adicionales

Las investigaciones recientes demuestran que los ingresos de las ventas de servicios adicionales tuvieron un valor de 31.5 mil millones de dólares en 2013, un increíble aumento del 1200 % desde el 2007. No obstante, y a pesar de que las aerolíneas cada vez dependen más de los ingresos de las ventas de servicios adicionales, muchas empresas aún no han capitalizado por completo las oportunidades comerciales disponibles.

Un aspecto fundamental es el hecho de que el 60 % de los ingresos de tarifas se obtienen a través del canal de GDS (Sistema de Distribución Global), mientras que el 87 % de los ingresos de las ventas de servicios adicionales se continúan generando en los sitios web de las aerolíneas. El hecho de que los agentes de viajes deban salir de los sistemas normales de reservas para reservar servicios adicionales reduce la eficacia de los agentes y retrasa la experiencia de reserva de los viajeros. Aún más importante, los agentes no pueden obtener acceso a la información sobre productos adicionales desde estos sistemas con facilidad, por lo que es imposible realizar ventas cruzadas y adicionales.

Para superar estos desafíos y maximizar las ventas de servicios adicionales, las aerolíneas deben ser capaces de integrar sus productos que no forman parte de paquetes en el proceso de reservas de forma fácil y rápida. Asimismo, los agentes deben ser capaces de ver los mensajes, productos y servicios clave de ventas de las aerolíneas, lo que les permite articular de forma eficaz el valor de estos productos para los viajeros.

## Genere clientes leales

Con las ventas dinámicas, las aerolíneas pueden ajustar el precio de las tarifas individuales en tiempo real en función de la fluctuación en la demanda, la actividad de la competencia y otros factores clave. Se pueden vender todos los asientos de un avión a diferentes precios de acuerdo con el balance de los cambios en la oferta y la demanda, una capacidad que muchas aerolíneas de bajo costo tienen en la actualidad.

Para diferenciar aún más sus ofertas, las aerolíneas tradicionales buscan adoptar una venta enfocada en el cliente, que es el sucesor natural de las ventas dinámicas. De este modo se integran los datos personales de los clientes en el proceso de búsqueda y ventas, lo que permite que las aerolíneas brinden ofertas personalizadas en función de las necesidades y preferencias particulares de los viajeros.

La capacidad de contar con ventas enfocadas en clientes y la generación de clientes leales requiere un enfoque más ágil e inteligente para distribuir y vender productos que no forman parte de un paquete. Las aerolíneas deben

eliminar las desconexiones en los procesos de reserva para las tarifas y servicios adicionales, y también deben recopilar y analizar datos para respaldar la personalización, lo que posibilita la recompensa de clientes leales.

## Crezca al ritmo de la industria

Para lograr estos niveles de enfoque en el cliente que exigen los viajeros de la actualidad, las aerolíneas con miras al futuro están reevaluando su enfoque para la distribución de tarifas y productos adicionales. Por ejemplo, muchas aerolíneas usan Travelport Merchandising Suite, que permite a las aerolíneas distribuir sus tarifas y servicios adicionales de un modo flexible y dirigido.

Mediante la integración de productos que no forman parte de un paquete en el proceso establecido de reservas de las aerolíneas y la presentación de información detallada de los productos a los agentes de viajes, Travelport Merchandising Suite ayuda a las aerolíneas a aumentar las ventas y optimizar la experiencia de reserva. Los agentes también pueden ver información detallada sobre productos y servicios, lo que los ayuda a responder las consultas de los viajeros desde un primer momento.

Travelport Merchandising Suite también puede ayudar a las aerolíneas de bajo costo (LCC) a maximizar sus ingresos, que ahora representan el 68 % de todas las ventas de aerolíneas en el sudeste de Asia y el 30 % en Europa. Nuestra solución le brinda acceso a las LCC a los viajeros que realizan reservas mediante agentes de viajes y empresas de gestión de viajes (TMC), así como también a los viajeros que realizan reservas en línea. Al mismo tiempo, permite que los agentes realicen reservas de LCC de forma fácil y rápida desde su proceso de reservas existente.

Travelport Merchandising Suite permite a las LCC publicar sus tarifas en Travelport a través de conexiones de interfaz de programación de aplicación (API), en lugar de utilizar a la Compañía de Publicidad de Tarifas de Aerolíneas (ATPCO). Los beneficios que reciben las LCC por expandir su presencia de productos y servicios, entre ellos, un tráfico corporativo que genera gran rentabilidad, son muy importantes. Asimismo, todas las reservas se realizan en los sistemas de back-end de las aerolíneas, por lo que no se requieren cambios en los procesos existentes de reservas o informes.

## Impulse un cambio positivo basado en un liderazgo sólido

Los sistemas de aerolíneas se han construido durante los últimos 40 años para apoyar las necesidades de las empresas y los viajeros. Si bien nuestra industria es lenta para aceptar los cambios, las tendencias recientes, como la desagrupación de productos y la creciente

competencia de las LCC, demuestran que los modos establecidos de trabajo ya no son adecuados.

Se necesita un enfoque nuevo para la comercialización y la distribución que permita que todo el rango de contenido turístico, incluidas las tarifas y los servicios adicionales de las LCC, esté disponible a los agentes dentro del proceso de reservas existente.

Travelport ayuda a que las personas principales encargadas de tomar decisiones impulsen un cambio positivo en sus organizaciones, tomando como base un enfoque de migración de bajo riesgo. En principio, se puede migrar una sola ruta o un pequeño grupo de rutas o servicios adicionales a la plataforma de Travelport, lo que ayuda a crear un caso comercial sólido para una implementación más amplia. Una vez que se haya determinado el valor de la plataforma de Travelport, se pueden migrar, de forma progresiva, más tarifas y servicios adicionales a la plataforma, lo que amplía aún más los beneficios comerciales disponibles.

Para analizar las tendencias que tienen un impacto en la industria de las aerolíneas, o para obtener más información acerca del modo en que Travelport Merchandising Suite puede ayudar a impulsar su empresa, envíe un correo electrónico a [merchandising@travelport.com](mailto:merchandising@travelport.com).

## Acerca de Travelport

Travelport es una plataforma líder de comercio de viajes que brinda distribución, tecnología, pago y otras soluciones para la industria mundial de viajes y turismo, que tiene un valor de ocho billones de dólares.

Nuestra Travel Commerce Platform de viajes permite conectar a proveedores de viajes, agencias de viajes, corporaciones y desarrolladores. Esto aumenta la rentabilidad e impulsa el éxito comercial en toda la red de viajes de negocios entre empresas.

A medida que evoluciona la industria de las aerolíneas, utilizamos nuestra plataforma para redefinir la distribución y la comercialización de los productos principales y adicionales de las aerolíneas. Las tarifas y los servicios adicionales se pueden integrar en los flujos de trabajo normales de los agentes para realizar reservas de forma fácil y rápida. Asimismo, proporcionamos excelente contenido de comercialización de marca para mejorar las ventas cruzadas y adicionales.

<sup>1</sup> Encuesta Annual CarTrawler de ingresos mundiales de las ventas de servicios adicionales de aerolíneas a cargo de IdeaWorksCompany. Fuente: Comunicado de prensa de IdeaWorksCompany, 16 de julio de 2014

Para obtener más información acerca de Travelport Merchandising Suite, envíe un correo electrónico a [merchandising@travelport.com](mailto:merchandising@travelport.com) o visite [www.travelport.com](http://www.travelport.com)

