

October 11, 2016, Spain

Innovaciones en comercialización para viajeros aéreos y potenciar beneficios

English translation: Innovations in marketing for air travelers and enhance benefits

This article is based upon a report issued by IdeaWorksCompany.

Nos encontramos en una época en la que las aerolíneas disponen de libertad tecnológica y la voluntad de apartarse de lo tradicional para buscar, según parece, una infinidad de oportunidades de negocio.

Los más eficaces a la hora de llevar a cabo ventas al por menor están constantemente buscando aquello que funciona y descartando lo que ya no vende. A esta vorágine y a la desaparición de los métodos tradicionales, se les une la expansión de la tecnología móvil, los sitios web de metabuscadores, la conexión directa y unas mejores funcionalidades de los sistemas de distribución global. El comercio mundial premia a los minoristas que se ajustan a una combinación de productos, precios y promociones que estimulan a los consumidores a gastar más. El último informe de IdeaWorksCompany proporciona varios ejemplos, que cubren tanto las aerolíneas tradicionales y las compañías aéreas de bajo coste como los proveedores en todo el mundo, para demostrar los métodos únicos que generan más ingresos a partir de la venta de billetes de avión y actividades generadoras de ingresos por servicios complementarios: Eurowings consiguió que el 45 % de sus consumidores obtuviesen una categoría superior con una tarifa más elevada y más extras ofreciéndoles tarifas a medida.

Virgin Atlantic incrementó sus ventas en línea en un 5 % gracias a un servicio que facilita a los consumidores la opción de continuar con su reserva días después de haber visitado el sitio web.

La opción del pasajero pendiente de Vueling permite a los consumidores poder reservar asientos, pagar una tarifa de 2 euros y volver después de 72 horas para facilitar el nombre del acompañante y otros datos.

Jazeera estimula la fidelización del cliente y genera más beneficios procedentes de servicios complementarios en su nueva y exclusiva instalación Park & Fly con capacidad para 500 coches en el aeropuerto de Kuwait.

AnadoluJet generó 100 000 viajes de nuevos pasajeros a raíz de una campaña que ofreció traslados desde el/al aeropuerto por 5 USD (14,90 TRL) en sus centros operativos de los aeropuertos de Estambul y Ankara.

Se espera que American y su programa AAdvantage consigan 1600 millones de USD adicionales a lo largo de los próximos tres años gracias a sus nuevas ofertas de tarjeta de crédito de dos bancos en lugar de uno.

'Las mayores innovaciones en comercialización para deleitar a los viajeros aéreos y potenciar beneficios' se acaba de publicar, por lo que este informe de 16 páginas gratuito estará disponible gracias al patrocinio de CarTrawler'.