



ANÁLISIS DE PRODUCTO: PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN PARA PYMES DE COMPAÑÍAS AÉREAS (I)

Fidelidad recompensada con premios para todos

Las compañías aéreas saben que ante la ruda competencia el precio manda, sobre todo en presupuestos más ajustados como los que pueden manejar las pequeñas y medianas empresas. Por eso en lo que a compensaciones se refiere apuestan por la empresa y por el viajero: para que la recompensa sea doble.

Por **Redacción**

Los viajes profesionales, ya sean individuales por negocio o grupales para un congreso, convención o incentivo son una inversión, nadie parece discutirlo. Sin embargo, la optimización de dicha inversión no es algo intrínseco a ella. En lo que a un billete aéreo se refiere, gozar de más comodidad por el mismo precio, poder cambiar trayecto, fecha, horario o viajero en caso necesario y, mucho mejor, disfrutar de trayectos gratis tras haber acumulado puntos, marca sin duda la diferencia.

Para la empresa y para el viajero

La necesidad de ofrecer ventajas reutilizables como herramienta de fidelización es algo que la mayoría de compañías han entendido: por eso ofrecen la acumulación de puntos según la inversión realizada y la posibilidad de canjearlos por viajes. Hay quien va más allá y permite comprar *upgrades* con los que mejorar la clase a bordo, un servicio cada vez más demandado sobre todo entre quienes realizan vuelos de larga distancia.

FE DE ERRATAS

En la anterior edición de *Análisis* (nº20) y con motivo del reportaje "Clases intermedias: entre dos mares" dedicado a las *premium economy* del sector aéreo se publicó "TURISTA PREMIUM DE IBERIA PLUS" en lugar de "TURISTA PREMIUM DE IBERIA" (Iberia Plus es el programa de fidelización de la compañía)

En constante evolución

El futuro de los programas de fidelización aérea pasa por ofrecer más servicios del tipo de acceso a las salas VIP y, sobre todo, que tanto la empresa que compra como el representante que viaja se beneficien de la inversión. Es el caso del recientemente presentado programa High Flyer de Singapore Airlines.

No hay que engañarse: en la mayoría de los casos los puntos obtenidos se reducen, no se duplican repartiéndose a partes iguales entre quien compra y quien se desplaza, pero es cierto que ambos ganan.

La obtención de beneficios que el viajero pueda disfrutar a título personal se convierte en un incentivo asociado al desplazamiento. Hasta qué punto pueda ser relevante, incluso determinante en la negociación de las condiciones laborales, tendrá que ver con la cantidad de beneficio logrado. Pero no cabe duda de que puede convertirse en un incentivo nada desdeñable.

Programas renovados

El nuevo programa Flight Club de Easyjet incluye cambios de vuelo de forma gratuita de manera ilimitada y sin coste,

además de, y como elemento diferenciador ante muchas aerolíneas que ya proponen el mismo tipo de prestación, hasta cinco cambios al año sin cargo en el titular del billete.

La obtención de beneficios que el viajero disfruta a título personal puede ser un incentivo considerable

La garantía de precio es otra de las grandes novedades: según certifica la propia compañía, "si un pasajero encuentra un vuelo comparable de la competencia que sea más barato en un plazo de 48 horas tras realizar su reserva, se le abonará la diferencia con un 10% de cara a su próximo vuelo".

Aunque el anuncio de novedades con respecto a los programas de fidelidad es frecuente, en consonancia con las estrategias de mercado basadas en la consolidación, la tendencia apunta a que cada vez habrá menos programas: la razón es que las compañías aéreas establecen sinergias que permiten acumular puntos en varias compañías, siendo posible canjearlos por vuelos operados por aerolíneas "amigas".

Es el caso de On Business, que aglutina las ventajas y ofertas de Iberia, British Airways y American Airlines. Éste es un



hecho destacable ya que el espectro de destinos, tipos de vuelo y servicios es tan amplio que es más fácil mantenerse fiel a una marca cuando en realidad aglutina varias.

En el caso de Aeroméxico o Aerolíneas Argentinas la amplitud de posibilidades a la hora de utilizar los puntos obtenidos se extiende a todas las compañías de la alianza Skyteam. También a servicios que nada tienen que ver con el vuelo pero sí trascendentales en el viaje de negocios, como el coche de alquiler o la estancia en hoteles asociados. Precisamente ampliar el espectro de posibilidades de canjeo con nuevos productos y servicios forma parte de los planes de futuro de muchas compañías con respecto a sus programas.

Atención personalizada

La atención a través de un departamento, ya sea *online* o por teléfono, exclusivo para los clientes del programa de fidelización también forma parte de las prestaciones asociadas. Sin

embargo, la atención personalizada también se traduce en ofertas específicas, comunicación prioritaria de descuentos y novedades... posibles gracias al mayor conocimiento del cliente que genera su pertenencia a este tipo de programas.

La pertenencia a estos programas genera mayor conocimiento del cliente y así mejor atención

De hecho, los responsables de los mismos destacan el gran valor que tienen los programas de fidelización como herramienta de marketing, ya que no sólo analizan la capacidad de inversión de quien viaja: sus preferencias en cuanto al asiento a bordo, frecuencias de viaje o interés por determinados servicios permiten personalizar lo que se le ofrece y, en consecuencia, mejorar una experiencia que contribuirá a reforzar esa fidelidad interesante para ambas partes.

En un mundo repleto de propuestas no es fácil demostrar que la fidelidad compensa: en el caso de las compañías aéreas esa demostración pasa por ofrecer siempre más y mejor. No hay excusa cuando tienen en frente a un cliente del que cada vez tienen más detalles.



QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Hacia dónde evoluciona su programa de fidelización para empresas?
- 📌 ¿Cuáles son los aspectos más valorados y por qué?
- ★ ¿Qué ventajas les gustaría incluir en el futuro?

Renata Rached. Gerente de Iberia Plus

“On Business también piensa en quienes viajan”

🕒 On Business es el programa de fidelización de Iberia Plus para pymes y autónomos, presente en 24 países de Latinoamérica, Asia y Sudáfrica y con expectativas de apertura en el Norte de África (Senegal, Guinea Ecuatorial y Marruecos) y Caribe (Cuba). Este programa es un valioso recurso para el empresario ya que le ayuda a ahorrar en sus vuelos de negocios. Este ahorro se realiza a través de la acumulación de puntos On Business con cada reserva realizada, tanto en Iberia como en American Airlines y British Airways. Estos puntos se pueden canjear por vuelos o *upgrades*. Además, el empresario puede beneficiarse de descuentos directos en la reserva de vuelos, lo que supone un importante ahorro para él y su negocio. El programa también piensa en quienes viajan representando a las empresas asociadas al programa y, si la persona que vuela es titular de Iberia Plus, además de sumar puntos On Business para su empresa acumula *avios* para sus viajes personales. Es una ventaja doble muy valorada por nuestros miembros.

📌 Las prestaciones del programa On Business y la acumulación de puntos y *avios* ofrecidos son de por sí un aspecto clave en la valoración de las empresas y en el momento de elegirnos como aerolínea para sus viajes de negocios. A esto se suma que Iberia es una de las compañías más puntuales del mundo, que ofrecemos un servicio en clase *business* en los vuelos de largo radio muy apreciado por nuestros clientes y servicios complementarios como las salas VIP muy bien valoradas.

★ El programa no descansa en la búsqueda de nuevas ventajas o servicios para mejorar la experiencia y satisfacción de nuestros clientes. En este sentido, estamos estudiando la posibilidad de trabajar en el lanzamiento de una *app* móvil, la posibilidad de comprar puntos On Business o el acceso a las salas VIP.

Guillermo Rudaeff. Director General Europa de Aerolíneas Argentinas

“Lo más apreciado por el cliente es la flexibilidad”

🕒 Más allá del vínculo con las grandes empresas que tradicionalmente hemos tenido, hoy nuestro foco con el programa Aerolíneas Plus está en las pymes. Ofrecemos al cliente corporativo descuentos exclusivos, condiciones y beneficios añadidos. Las empresas cuentan con una tarifa específica en los GDS (Global Distribution Systems), con posibles descuentos o acceso a salón VIP según el acuerdo.

📌 Más allá del programa, lo que las empresas más valoran es el producto; que todas nuestras aeronaves sean iguales, tanto en interior de las cabinas como en servicio; el cumplimiento de los horarios con altos índices de puntualidad; las frecuencias diarias y los vuelos nocturnos hacia y desde Europa. También el horario de llegada a Buenos Aires ya que somos los primeros y esto evita atascos en la carretera hacia el centro de la ciudad. Muchas empresas necesitan buenas conexiones con el resto de Argentina y con nosotros esto es posible. Ofrecemos también algo especialmente valorado por las empresas, la máxima flexibilidad posible.

★ Nuestro próximo objetivo es mejorar el producto ofreciendo vuelos diarios desde Barcelona y ampliar acuerdos de código compartido con otras compañías. Como miembros de la alianza Skyteam nuestros pasajeros socios del programa Aerolíneas Plus pueden acumular y redimir millas en cualquier otra aerolínea del grupo.



QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Hacia dónde evoluciona su programa de fidelización para empresas?
- 🔧 ¿Cuáles son los aspectos más valorados y por qué?
- ★ ¿Qué ventajas les gustaría incluir en el futuro?

Rocío Blázquez. Directora Regional de ventas Europa y Asia de Aeroméxico

“En paralelo el viajero acumula en su tarjeta individual”

🕒 Club Premier Corporativo es nuestro programa de fidelidad en exclusiva para pymes. Entendemos el gran esfuerzo económico que conlleva el traslado de personal en viajes de largo radio, por ello creamos este programa de fidelidad que permite obtener descuentos competitivos en viajes y acumular Puntos Premier en reservas, canjeables por servicios de Aeroméxico o viajes con aerolíneas asociadas a Skyteam. Estos Puntos Premier cuentan con una vigencia de 24 meses y su acumulación es dual: no sólo la cuenta corporativa obtiene puntos sino que en paralelo el viajero acumula en su tarjeta individual. El representante obtiene el 100% de los puntos y la Empresa el 80% en vuelos dentro de México y 100% en vuelos internacionales (según distancia volada). Además, con Puntos Premier se pueden comprar servicios de otros socios del programa del tipo de coches de alquiler, estancias en hoteles, etc.

Como ventaja añadida, Aeroméxico compensa a las empresas que se den de alta con tres tarjetas de nivel Oro cuyos beneficios permiten ascensos para volar en Premier, *check-in* en mostradores Business, de Aeroméxico o Skyteam y prioridad en embarque y desembarque.

🔧 Primero, el nivel de servicio del programa, que es muy alto: todas las transacciones pueden hacerse *online* de manera sencilla y rápida. En segundo lugar, que es el único programa del mercado que permite acumular puntos con cualquier tipo de tarifa que compre el cliente, incluso si sobre ésta ya existe un descuento corporativo. Ambas acciones son compatibles al realizar su reserva a través de sus agencias de viajes oficiales o nuestro *call center*. Estos dos aspectos, combinados con la posibilidad de acumulación para empresa y viajero, hacen de Club Premier Corporativo un programa excepcionalmente competitivo.

★ Aeroméxico consolida su liderazgo poniendo al alcance de sus clientes más y mejores opciones de servicio de calidad a nivel mundial, no sólo mediante su red de conexión (45 destinos nacionales en México y 48 a nivel internacional en tres continentes) sino con los diferentes servicios que tenemos a disposición de nuestros pasajeros. Nos gustaría, sin duda, seguir creciendo en destinos, así como en el número de *partners* socios de Club Premier, para ampliar las ventajas y servicios a nivel global y seguir beneficiando a las empresas y sus representantes.



¿Sabías que nuestro nuevo Boeing 787 Dreamliner es...?



AirEuropa