



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

Premios para todos

En la segunda parte de la exploración que hemos realizado entre los programas de fidelización de las compañías aéreas destinadas a ofrecer a las pymes más por el mismo precio, confirmamos que lo más valorado es que empresa y viajero acumulen puntos en sus cuentas respectivas y el canjeo sin abonar ningún importe.

Por Redacción

Los atractivos que las compañías aéreas incluyen en sus programas de fidelización con vistas a ganarse la lealtad de las pymes que viajan no dejan de crecer. Easyjet dio un paso adelante en su programa Flight Club ofreciendo hasta cinco cambios gratuitos al año en el titular del billete aéreo.

Quienes parecen haber tardado en llegar lo hacen sin embargo con prestaciones que aún no proponen muchas aerolíneas con programas de gran trayectoria: el canjeo de puntos por billetes sin tener que abonar ningún importe, algo especialmente valorado por los usuarios.

Ya no hay excusas de tasas aeroportuarias, impuestos o cargos no contabilizados en el precio del billete que se deban pagar aparte, cada vez más aerolíneas proponen el canjeo del precio integral.

Otra ventaja cada vez más apreciada es la que permite cambiar puntos por servicios asociados al vuelo, tales como la comida a bordo, el viaje en un asiento de pago o una franquicia de equipaje ampliada. En un universo aéreo que no ofrece muchas garantías en caso de sobreventa de billetes, el acceso seguro al avión es otro de los beneficios incluidos por algunas compañías.

Transparencia

En muchos programas es muy difícil entender a qué corresponden exactamente los puntos obtenidos y algunas aerolíneas apuestan por la transparencia otorgando a cada punto el valor unitario en la divisa local. Esto ayuda a comprender mejor la compra de puntos: no siempre es fácil entender si merece la pena comprar puntos para un posterior canjeo o si compensa abonar íntegramente el billete y no disponer de los beneficios hasta una ocasión posterior.

Fácil utilización

La sencillez en la obtención y canjeo también se ofrece como atractivo en el caso de programas como TAP Corporate: la empresa gana en puntos el equivalente al 1% de lo invertido, contabilizando en euros dicha ganancia, siempre y cuando compre billete en la tarifa más económica. En función de la clase adquirida el porcentaje de obtención es mayor, hasta del 3% para pasajes en clase ejecutiva. Siguiendo la tónica general, el viajero también acumula beneficios en su programa particular.

El futuro de los programas pasa por la diferenciación en función del tipo de empresa cliente, como hace Singapore Airlines cuando compensa en mayor medida a quien se compromete a realizar una inversión mínima al año.

El abanico de premios se amplía en paralelo a los servicios extra que ofrecen las compañías

En el porvenir se perfila también una mayor integración entre compañías que ofrecen beneficios semejantes, como es el caso de la americana Delta en el programa Bluebiz para los clientes europeos que también trabajan con Air France y KLM. Vueling, con su recientemente creado Vueling Club, permite acumular y gastar *avios* no sólo a bordo de sus vuelos sino también en los operados por otras aerolíneas del grupo IAG.

El abanico de premios se amplía en paralelo a los servicios extra que ofrecen las compañías aéreas y las empresas que integran sus clubes de fidelización con productos y servicios que también pueden ser abonados con puntos.

No es sencillo mantener la lealtad de las empresas cliente cuando éstas cada vez son más solicitadas y se han acostumbrado a no comprometerse con ningún proveedor. Por eso la atención, personalización de la oferta y mimo que esconde el mayor conocimiento del cliente que se adhiere a un programa marca la diferencia.

Ante la presentación de un amplio repertorio de atractivos, el elemento diferenciador está en demostrar un interés real por que tanto la empresa como el viajero se sientan reconocidos a través de puntos que no premian a cualquiera, sino a ellos en concreto.



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?

Sandra Lenis. Directora de Producto y Clientes de Air Europa
“Ofrecemos el canje completo sin abonar nada en efectivo”

🕒 Estamos centrados en la ampliación y mejora del servicio recibido por un cliente que es cada vez más exigente. Nosotros, como empresa, queremos escucharle y cumplir con sus expectativas. Por ello, trabajamos en la actualización de Air Europa Empresas para que los clientes corporativos se sientan acompañados en todas las fases del viaje. Con respecto a las prestaciones, las principales y más innovadoras en el momento del lanzamiento del programa fueron el método de obtención (5% sobre la base de la tarifa, incluido el combustible) y el canje completo, es decir, incluyendo tasas aeroportuarias sin necesidad de abonar nada en efectivo.

🔧 Tres beneficios en concreto han sido los que más notas de agradecimiento y felicitaciones han generado. En primer lugar, el hecho de que con Air Europa Empresas se obtiene “efectivo” de forma completamente transparente, sin ambigüedades, ya que cada punto obtenido corresponde a un euro. La segunda prestación más valorada corresponde a la compatibilidad entre el programa Air Europa Empresas y Air Europa SUMA, altamente reconocida ya que, a pesar de tratarse de un viaje corporativo, el pasajero se siente identificado en todo momento y premiado con Millas SUMA. Y, en tercer lugar, la posibilidad de cambiar el vuelo, el mismo día y sin coste cuando es necesario para cumplir con las agendas de nuestros clientes corporativos.

★ Nuestro primer objetivo es la ampliación del programa a “multidivisa” y “multiidioma” ya que estamos focalizados en la extensión de nuestros servicios de tal modo que podamos llegar a todos y cada uno de los pasajeros de la aerolínea independientemente del aeropuerto en el que inicien su viaje con Air Europa.



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?

Guillaume Glass. Director de Política Comercial de Air France-KLM
“Estamos probando que las agencias reserven billetes de premio”

🕒 BlueBiz es el programa de fidelización de Air France-KLM (y Delta en Europa), dirigido a pequeñas y medianas empresas en todo el mundo. Es fácil de utilizar, transparente y disponible *online* en 123 países: la empresa gana Blue Credits en cada viaje de sus empleados (todas las clases de viaje son elegibles), en toda la red de Air France, KLM y socios.

🔧 Una de las primeras ventajas de BlueBiz es que los Blue Credits son como dinero en efectivo. Un Blue Credit equivale al valor de la moneda local de cada país y con ellos se pueden comprar billetes, con todas las tasas incluidas, y servicios asociados al vuelo (comidas especiales, maletas, asientos de pago...): éstos son respectivamente el primer y segundo beneficio más apreciados por nuestros miembros. Además, BlueBiz es el único programa para pymes que ofrece ventajas de Reconocimiento Corporativo como el cambio gratuito de nombre, tiempo de emisión de billetes flexible pudiendo pagar posteriormente a la compra, plaza garantizada en clase Economy en los vuelos de largo alcance o prioridad en caso de irregularidades... El programa ha sido continuamente mejorado en los últimos años y está muy bien posicionado, con un 78% de recomendaciones por parte de sus miembros. Estamos trabajando para ofrecer en los próximos meses nuevas prestaciones *online*, como la modificación de billetes de premio o el rediseño del extracto de cuenta.

★ Paralelamente, estamos probando en algunos mercados la habilitación a las agencias de viajes para que reserven billetes de premio con Blue Credits en los GDS (Global Distribution Systems). Para el futuro, queremos ampliar los beneficios a nuestros socios, integrando nuevas compañías aéreas, mejorando la experiencia de navegación en las webs de Air France y KLM y haciendo que sea aún más fácil ganar y gastar Blue Credits.



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?

Deryk Liew. Director España y Portugal de Singapore Airlines

“Las pymes pueden maximizar las millas obtenidas en sus viajes”

🔗 Ofrecemos diferentes programas para diferentes tipos de empresa. Nuestro Singapore Airlines Corporate Travel Programme ofrece una tarifa preferente si se realiza una inversión mínima. Para compañías en las que se viaja menos, lanzamos hace poco el programa Singapore Airlines HighFlyer, con el que pueden extraer más millas de sus viajes. Está diseñado para recompensar tanto a corporativos como a empleados cuando vuelan con Singapore Airlines y SilkAir. Las empresas obtienen puntos HighFlyer mientras que los representantes continúan obteniendo millas KrisFlyer cada vez que vuelen con Singapore Airlines o SilkAir, sin mínimo de gasto en viajes requerido al año. La empresa obtiene cinco puntos HighFlyer por cada dólar singapuriense invertido en billetes reservados en la plataforma de reservas del HighFlyer de Singapore Airlines. Las empresas tienen la flexibilidad de decidir cómo y cuándo utilizar los puntos HighFlyer obtenidos, con la opción de contrarrestar futuras compras de billetes de manera parcial o completa para vuelos en Singapore Airlines o en SilkAir a más de 100 destinos en 30 países. A través de un portal web autoservicio, los corporativos pueden consultar el saldo de puntos, utilizarlos, gestionar viajeros y reservas y descargar informes electrónicos.

🔗 La accesibilidad y la flexibilidad. Nuestro nuevo programa HighFlyer está disponible para casi todo tipo de empresas, incluyendo pymes, para que puedan maximizar las millas de sus viajes de negocios. La flexibilidad del programa también permite decidir cuándo y cómo utilizar los puntos obtenidos sin un mínimo de inversión.

★ Siempre estamos trabajando para asegurarnos de que nuestros pasajeros tienen la mejor experiencia y la más alta calidad. Cuando vuelan con Singapore Airlines nuestros clientes no sólo buscan un viaje cómodo sino también una experiencia única. La calidad de servicios y ofertas de clase de nuestra compañía siempre representa una gran opción para los viajes de negocios. Los viajeros frecuentes disfrutan de privilegios como el acceso a la sala de espera, permiso para viajar con equipaje adicional o *check-in* y embarque prioritarios. Los pasajeros frecuentes en clase *business* o superior son elegibles para unirse a nuestro PPS Club. Seguiremos mejorando estas ventajas en el futuro.



Todo lo que deseas a la vuelta de la esquina.

Una capital histórica a la par que moderna rodeada por un paisaje exuberante de naturaleza y de mar. Buena comida, buen clima, con instalaciones de categoría internacional, hoteles y opciones para incentivos, son la combinación perfecta para que su evento sea algo inolvidable.

Lisboa lo tiene todo.



Turismo de Lisboa
Visitors & Convention Bureau

atl@visitlisboa.com
+351 210 312 700
www.visitlisboa.com

