

By: Raphael Bejar

Tiene sentido que el lugar para buscar lados positivos en las nubes oscuras de la recesión sean los cielos. Mientras que muchas otras industrias están cortando líneas de productos o las están reduciendo, las líneas aéreas están resistiendo a la recesión tentado a los consumidores con ofertas ampliadas y nuevos servicios. Para los pasajeros, esto se traduce en un momento perfecto para viajar.

Las líneas aéreas han estado ocupadas construyendo una nueva mezcla de productos y servicios diseñados alrededor de la experiencia entera de un viaje, no sólo el vuelo. El énfasis se ha desviado –aunque sea un poco– de las tarifas adicionales como el chequeo de equipajes y la reservación con un agente, a los productos y servicios que los consumidores quieren –y están dispuestos a pagar. Este desarrollo, junto con la rebaja de los precios de vuelos, propicia un ambiente agradable para los pasajeros.

Como con la mayoría de las tendencias que benefician a los consumidores, esto está sucediendo en gran parte en la web. Las líneas aéreas están incluyendo más servicios relacionados a viajes en sus páginas de Internet y en la ‘vía de reservas’ (literalmente, durante el proceso en línea en que reservas un billete). Algunas ofertas ahora van más allá de los servicios de viajes de negocios y de turismo del tipo de reservaciones de hotel o alquiler de coche estándar, llegando a ofertas enteras.

Algunas innovaciones excitantes, sobre todo por parte de transportistas low cost de Europa, reflejan esta tendencia. Las más interesantes incluyen los juegos en línea apoyados por los rasca-rasca en cabina (“Scratchorama” por TUIfly Nordic, aunque vamos a llamarlo “lotería en alto”), eventos privados comerciales a través de plataformas como Privilege Outlet (utilizado actualmente por Atlas Blue, con otras dos compañías más en fase de preparación para el lanzamiento) y negociaciones para un seguro que ofrece la misma cobertura a los pasajeros retrasados por las condiciones del tiempo o por demoras incómodas por errores de la línea aérea.

Estas nuevas ofertas se distinguen en algo fundamental de los otros suplementos de las tarifas de vuelo que han llegado a ser tan familiares durante los últimos años: las nuevas ofertas son diseñadas para atraer y para mantener a viajeros entusiastas. Esta es la razón por la cual los programas como Privilege Outlet se ligan directo a los programas de viajeros frecuente. Y en vez de tarifas adicionales a cada paso, los viajeros tienen una opción. ¿Juegos en línea y entretenimiento en los aviones? ¿O qué si quieres comprar una bolsa de marca Gucci con un descuento de 70%? ¿Y qué tal una cierta paz interior al sufrir otra demora con su vuelo?

Estos nuevos programas señalan un cambio en la manera que las líneas aéreas se están acercando a sus clientes, y pensamos que es un cambio para mejor. Lejos de encontrar y ejecutar nuevas tarifas obligatorias, las líneas aéreas están demostrando una disposición de tomar el riesgo en los nuevos programas en los cuales los pasajeros podrían estar dispuestos a participar. Ese desarrollo, más que todo, son buenas noticias para el público que viaja. Incluso en esta economía, con la disponibilidad de nuevas opciones, de nuevas innovaciones y del nuevo enfoque de líneas aéreas, ésta es la época perfecta de volar.

Bon voyage!

