LA AGENCIA DE VIAJES

Fecha: 26/02/2024 Audiencia: 621 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $1.453.771 Tirada: 207 Frecuencia: MENSUAL
Vpe pág: $1.774.080 Difusión: 207
Vpe portada: $1.774.080 Ocupación: 81,95%

Avianca: "Queremos que el cliente pague por lo que necesita"

Avianca realizó cambios en su esquema de tarifas, mediante los cuales busca ofrecer mayor personalización según la necesidad de los clientes.

Avianca lanzó una nueva categorización en sus tarifas, con el fin de ofrecer distintas opciones para cada uno de los clientes, los cuales tienen la posibilidad de personalizar los servicios. De este modo, las tarifas actuales que ofrece la compañía son Basic, Classic y Flex.

"Seguimos analizando el mercado, el comportamiento de nuestros clientes y la preferencia de ciertos tipos de segmentos por cada canal; en esa línea tomamos la decisión de que lo mejor era reducir nuestra oferta a tres tarifas, las cuales se alinean mejor en nombre y en estructura con nuestros competidores no solo de Colombia, sino en Sudamérica y Norteamérica", afirmó Manuel Ambriz, Chief Commercial Officer de Avianca, en diálogo con Ladevi Medios y Soluciones.

Como se recuerda, la aerolínea manejaba la oferta de tallas XS, S, M, L. y en su momento XL, sin embargo, decidió transformar este concepto buscando productos que se adapten a las necesidades de los clientes, ya que algunos prefieren la flexibilidad o un asiento plus, así como otros eligen una tarifa más económica y luego personalizar el servicio.

"Introdujimos la tarifa llamada Basic, donde se cobra el mínimo posible con artículo personal, todo lo demás es opcional, Classic es el producto más acoplado a la forma de viajar de antes, con la maleta de mano y la maleta documentada, y Flex incluye la maleta de mano, maleta documentada, un asiento plus y la flexibilidad para hacer cambios en caso de que sea necesario", comentó.

Expectativas del alcance del nuevo esquema de tarifas de Avianca

Cabe mencionar que, si bien los resultados obtenidos hasta el momento son preliminares, la aerolínea asegura que ha tenido un excelente recibimiento, donde los clientes han adaptado sus necesidades al producto.

"Queremos lograr que los clientes encuentren la tarifa que están buscando y que las agencias de viajes también tengan un producto más alineado a lo que necesiten, creemos que ellas encuentran muy conveniente poder vender Classic como un producto de toda la vida para viajes de placer o negocios, y por otro lado, Flex es un producto ideal para un cliente corporativo que puede necesitar un cambio de vuelo", mencionó.

Adicionalmente, Avianca mantiene su tarifa Business, la cual es exclusiva para viajes a Europa y rutas con aviones de doble pasillo dentro de las Américas. Esta clase ofrece alimentación, con un menú a bordo renovado, y la modernización de los kits de amenidades con productos hechos por indígenas de Colombia y otros en colaboración con Loto del Sur.

Para viajes a Europa y originados en Brasil no está disponible la oferta Basic, sino la tarifa Light que tiene solo la maleta de mano incluida.

De este modo, los incentivos para las agencias se mantienen tal como se manejaban anteriormente y todas las tarifas están disponibles en NDC, mientras que en los GDS solo están disponibles la Classic y la Flex.

Novedades en rutas nacionales e internacionales para 2024

La aerolínea aseguró que va a tener un plan con 15 rutas nuevas, las cuales anunciará de forma paulatina a lo largo del año.

"Para este año, nuestra ambición es crecer tanto en rutas como en frecuencias y aviones, por lo que estamos recibiendo flota nueva. Avianca sigue transformándose, este es el año de la consolidación, sin embargo, seguimos buscando cómo atender mejor a nuestros clientes todos los días", resaltó.