

# Avianca.com

## Caso de Éxito en e-Commerce

Julio César Munive R.  
Director e-Commerce  
AviancaTaca

## Diagnóstico Inicial – Enero 2007

### ✘ Falencias en:

- Imagen y facilidad de uso (Look & Feel)
- Motor de reservas funcional y sin errores (Booking Engine)
- Medios de pago y sin herramientas de Protección del Ingreso
- Servicios adicionales en línea (Internet Tools & Gadgets)
- Contenido (redacción y ortografía, imágenes en general, información e idiomas)
- Tecnología (plataforma de desarrollo y Soporte limitado)
- Hosteado en servidores dentro del edificio de Avianca con crecimiento limitado, sin redundancia, balanceo de cargas, DRP, BCP y con salida de Internet insuficiente.


### ✘ Inexistencia de:

- Avianca en buscadores (Yahoo, Google, entre otros)
- Sitios Alternos (venta a corporativos, al empleado interno, etc.)
- Tecnología Móvil (WAP)
- Y ni pensar en Social Media

✘ El sitio generaba 38mil errores al mes registrados en log

✘ Recibíamos de 5 a 11 quejas al mes...

Contáctenos | Mapa del Sitio | Colombia | Español




**VUELA POR TUS ILUSIONES**

**Haz clic aquí**

Avianca

Colombia - Call Center: 0180001234 34
Miércoles, 18 De Octubre De 2006

<ul style="list-style-type: none"> <li>Inicio</li> <li>Quiénes Somos</li> <li>Productos y Servicios</li> <li>Para Viajeros</li> <li>Relaciones con el Cliente</li> <li>AviancaPlus</li> <li>Clientes Corporativos</li> <li>Agencias</li> <li>Noticias</li> <li>Nueva Estructura Tarifaria</li> <li>Estado de Vuelos Terminal Puente Aereo y El Dorado</li> <li>Promociones</li> <li>Avianca en Revista</li> <li>Inscripcion News Letter</li> </ul> <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 10px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><b>Destinos Nacionales</b></p>  </div>	<p><b>AviancaPlus</b></p> <p style="background-color: orange; color: white; padding: 2px;">Inscriba-se aquí!</p> <p>Número de Viajero Frecuente: <input type="text"/></p> <p>Pin: <input type="text"/></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Obtener su Pin</a></p> <p style="text-align: center; background-color: #ccc; color: #666;">Ingresar</p> <hr/> <p><b>PREFERENCIA</b></p> <p>No. Convenio: <input type="text"/></p> <p>Contraseña: <input type="text"/></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Recordar su Password</a></p> <p style="text-align: center; background-color: #ccc; color: #666;">Ingresar</p>	<p style="text-align: center;"><b>e-TICKET Consulta/Compra</b></p> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;">e-CHECK IN</p> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;">SMS</p> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px;">ESTADO DE VUELOS</p> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 10px;"> <p style="text-align: center; background-color: #003366; color: white; padding: 2px; border: 1px solid #ccc;">Multidestino</p> <p>Tipo de Viaje  <input checked="" type="radio"/> Ida y Regreso    <input type="radio"/> Solo Ida</p> <p>Ciudad de Origen: <input type="text" value="Bogota"/></p> <p>Ciudad de Destino: <input type="text" value="Bogota"/></p> <p>Viajeros Adultos: <input type="text" value="01"/></p> <p>Niños (2-11 años): <input type="text" value="- Seleccionar -"/></p> <p>Fecha de Ida: <input type="text" value="19"/> <input type="text" value="Oct"/> <input type="text" value="Cualquier Hora"/></p> <p>Fecha de Regreso: <input type="text" value="21"/> <input type="text" value="Oct"/> <input type="text" value="Cualquier Hora"/></p> <p>Código Corporativo ó No.ID (si aplica): <input type="text"/></p> <p style="text-align: right; background-color: #ccc; color: #666; padding: 5px;">CONSULTAR</p> </div>	<p style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px;">ESTADO DE VUELOS</p> <p style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px;">ESTADO RESERVA</p>
---	--	---	---

Selecciona el Día:

No. Vuelo :

Ciudad de Origen:

Ciudad de Destino:

CONSULTAR

---

Codigo de Reserva:

Apellido en la Reserva:

CONSULTAR

## Roadmap a 3 años

### Estrategia para los primeros 3 años (terminó en junio 2010):

#### ✓ Fortalecer el canal B2C de Avianca

- Ventas (incremento de participación en la venta directa y contra otros portales)
- Servicios (implementación de servicios que generen ahorros)
- Contenido (imagen internacional, información exacta y oportuna y manejo correcto de idiomas)
- Plataforma (mejorar la tecnología utilizada, comenzando por el hosting)

#### ✓ Objetivo:

Incrementar los ingresos generando **CONFIANZA** en el cliente a través de crear un canal de venta electrónico B2C (Avianca.com) de nivel internacional.

## Año 1

- ✓ **Armado de un equipo técnico de buen nivel**
- ✓ **Disminución de Errores en el proceso de compra**
- ✓ **Iniciar el Rediseño del Look & Feel (flujo de venta fácil de usar)**
- ✓ **Desarrollo de nuevos servicios (programa de lealtad)**
  
- ✓ **Retos principales**
  - Coordinar tres empresas al tiempo para la construcción del nuevo sitio (Diseño de arquitectura visual y de información, Diseño Gráfico y Desarrollo)
  - Incrementar la confianza en la transaccionalidad del sitio al reducir los errores
  
- ✓ **Resultados a diciembre 2007:**
  - Errores: de 38mil pasaron a 800 al mes
  - Funcionalidad y Look & Feel: en diciembre 8 se publicó nuevo Front-end
  - Ingresos: incremento del 51% vs año anterior

## Año 2

- ✓ **Cambio del motor de reservas (Booking Engine de Amadeus)**
- ✓ **Disminución de errores**
- ✓ **Validación de Fraude manual**
- ✓ **Administración de tácticas comerciales por país en países distintos a Colombia**
- ✓ **Retos principales:**
  - Implementar Amadeus IBE en 3 meses
  - Establecer procesos de comunicación con todas las bases y entender cada mercado
  - Incrementar la confianza en el sitio al continuar disminuyendo errores y al mostrar una renovación gráfica que denotara cambio y mejor experiencia de usuario
- ✓ **Resultados a diciembre 2008:**
  - Errores: de 800 pasaron a 200 al mes
  - Ingresos: incremento del 244% vs año anterior
  - Manejo de fraudes por 2.7% de la venta

## Año 3

- ✓ **Implementación de PagosOnLine**
- ✓ **Implementación de Protección del Ingreso (Fraud Vault)**
- ✓ **Creación de nuevos países**
- ✓ **Implementación de Codeshares**
- ✓ **Implementación de Dark Site**
  
- ✓ **Retos principales**
  - Implementar PagosOnLine y FraudVault sin afectar el ingreso
  - Controlar el crecimiento de ventas
  - Incrementar la confianza en el sitio mediante la consolidación de nuestro motor de ventas y cobros
  
- ✓ **Resultados a diciembre 2009:**
  - Fraudes: bajaron a 1.2%
  - Ingresos: incremento del 87% vs año anterior \*
  - Pasajeros: incremento del 280% \*

The screenshot displays the Avianca.com website interface. At the top, the Avianca logo is accompanied by the slogan "Con todo gusto". Navigation links include "INICIO", "PROMOCIONES", "VACACIONES", "VIAJERO FRECUENTE", "PROGRAMA CORPORATIVO", "VIAJE CON NOSOTROS", and "ACERCA DE AVIANCA". The main content area is divided into two primary sections: a login form for Avianca Plus and a flight search form. The login form prompts users to enter their AviancaPlus number and PIN, with an option to "Recordar cuenta" and links to "Conozca o recuerde su PIN" and "Inscribase al programa". The flight search form offers options for "Compras", "Web Check In", "Estado de tiquetes", "Estado de vuelos", and "Itinerarios". It allows users to select "Ida y regreso" or "Ida", and includes fields for "Ciudad origen", "Ciudad destino", "Fecha de ida", and "Fecha de regreso". A "Cantidad de Viajeros" section includes dropdowns for "Adultos", "Niños", and "Infantes". A "Soy flexible con mis fechas de viaje" checkbox is also present. The search form concludes with a "Consultar" button. Below these forms are three promotional banners: "¿Todo en regla para su viaje desde y hacia los Estados Unidos?" (NOTICIAS), "Transfiere tus millas..." (SERVICIOS), and "Viaje de Bogotá a El Salvador y reciba el DOBLE DE MILLAS AviancaPlus." (PROMOCIONES). The footer contains a "Conozca nuestro principal aliado TACA AIRLINES" link, a "Mapa del sitio" link, and a list of links: "Boletines de Prensa", "Preguntas frecuentes", "Donación de millas", "Relación con Inversionistas", "Contrato de transporte", and "Contáctenos". A "VeriSign Secured" logo is visible on the right, and the footer includes the Avianca logo, copyright information "Avianca - 2010 Copyright © Todos los derechos reservados.", a link to "Términos de uso y condiciones legales", and browser compatibility icons for versions 7.1, 3.1, and 2.0.



## Resultados Generales

- ✓ Los Ingresos de 2007 a 2009 crecieron 866%
- ✓ La curva de crecimiento se mantiene constante
- ✓ La penetración del fraude se mantiene competitivo ante el promedio de la industria (0.8%) y sigue bajando
- ✓ En 2010 la inercia de este primer Roadmap dio un crecimiento del 132% en ingresos
  
- ✓ **Factores críticos de éxito:**
  - La generación de confianza con el cliente hace que se atreva a usar su TC en línea
  - Aliados estratégicos: PagosOnLine / Amadeus
  - Mantener durante el proceso al Recurso Humano y prepararlo constantemente mediante cursos y seminarios

## Los siguientes pasos

**Este negocio se mueve tanto que para mantener la vigencia del sitio web, es necesario generar un nuevo Roadmap Estratégico por lo menos cada 2 años; que en nuestro caso se planteó de 2010-S2 a 2012-S2:**

✓ **Tema Higiénico:**

- Llevar Bugs a CERO
- Ligera mejora a la estructura del Home

✓ **Canales faltantes:**

- Construir B2B
- Iniciar Social Media (s-Commerce)
- Construir Mobile (m-Commerce)
- Reforzar e-Marketing (inversión en SEM, estrategia de Mailing, publicidad OnLine)
- Establecer solución al dilema de: **Brand vs No Brand** por país
- Mejorar SEO
- Llevar kioscos a estándar CUSS

**Avianca.com** English | Português | COLOMBIA CAMBIAR PAÍS

INICIO PROMOCIONES PLANES DE VACACIONES VIAJERO FRECUENTE PROGRAMA CORPORATIVO VIAJE CON NOSOTROS ACERCA DE AVIANCA

**Compras** Web Check In Estado de Tiquetes Estado de Vuelos Itinerarios

Ida y regreso  **Ida** [Múltiples ciudades](#)  
 Ciudad origen: BOGOTA (BOG) Fecha de ida: 24/11/2011  
 Ciudad destino: MADRID (MAD)  
 Tarifas con fechas flexibles Cod. Descuento:   
 Cantidad de Viajeros: 1 Ninguno Ninguno Cabina: Turista **Consultar**  
[Adultos](#) [Niños](#) [Infantes](#)  
[Compras para Clientes Corporativos](#) [¿Cómo comprar?](#)

**Compras en Avianca.com y gana un viaje a Santo Domingo con un acompañante.**  
Sujeto a condiciones y restricciones.

**Más tiempo para ti Web Check In** SERVICIOS

**Gánate un tiquete cada hora y miles de líquidos gratis** PROMOCIONES

**Incrementamos nuestros vuelos desde Bogotá a otras ciudades de Colombia** SERVICIOS

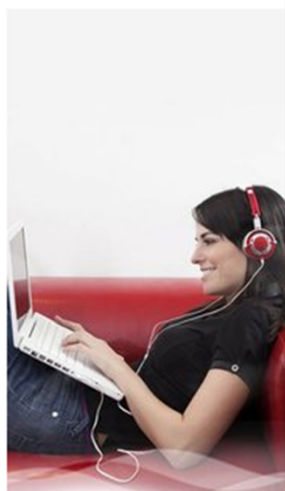
Conozca nuestro aliado **TACA** AviancaTaca.com | Contáctanos | Preguntas Frecuentes | Prensa | Inversionistas | Contrato de transporte | Protección a menores | Mapa del sitio | Cargos por servicios opcionales | Trabaje con Nosotros |

Avianca CSS VeriSign Trusted 7.1 3.1 2.0

facebook

Buscar

Julio César Munive Inicio



Avianca  
Sitio Oficial

- Muro
- Información
- Actividad de tus amigos (1+)
- Bienvenido!
- Servicios en Línea**
- Comparte la magia
- Trabaja con nosotros
- Twitter
- Fotos
- VER MÁS

Acerca de

Bienvenidos a nuestro sitio oficial en Facebook. De Lun. a Sáb., de 7am a 6...

## Avianca Servicios en Línea

Viajes/Ocio



### Módulo de compra

Ida y regreso  Ida

[Múltiples ciudades](#)

Ciudad origen

Fecha de ida

Ciudad destino

Fecha de regreso

Adultos

Niños

Infantes

Tarifas con fechas flexibles

Consultar

Web Check In

Estado de Tiquetes

Estado de Vuelos

Itinerarios

Vuelo directo a  
**Punta Cana**  
Nuevos y más convenientes horarios



Cómo crear una página

### Tú y Avianca



A 48 amigos les gusta esta página.

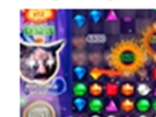
6 amigos han trabajado aquí.

taca.com

### Anuncios

[Ver todos](#)

#### Juegas Bejeweled Blitz



El juego más emocionante en Facebook es mejor que nunca. Juega ahora!

#### AreaHobby



Vuela hasta donde tu imaginación te lo permita. En [www.areahobby.com](http://www.areahobby.com) encuentras los mejores helicópteros RC para ti.

Me gusta · A 4.533 personas les gusta esto.

#### Canadá, tu mejor opción!

[asesoriascanada.com](http://asesoriascanada.com)



Si estás buscando una mejor opción de vida, Canadá te brinda excelentes alternativas. Porque lo mejor está por comenzar! Haz clic acá

#### Shopping in Panama

[panamashoppingmall.com](http://panamashoppingmall.com)



El Mejor lugar para comprar en Panamá. The best place to go shopping in Panama.

Internet

## Del 2007 a 2011 se creció en total: 3,611%

### Sin embargo....

Los mercados y los negocios se mueven, por lo que tuvimos que replantear la estrategia ante nuevos factores:

#### ✓ Fusión con TACA Airlines

- Conocer nuevos mercados
- Dos sitios web por administrar
- Nuevos mercados domésticos por atender (Perú)
- Planear el futuro de los sitios web

#### ✓ Aires es comprada por LAN

- Nuevo competidor en Colombia
- Aerolínea Legacy del tipo de Avianca
- Se requiere **CAMBIAR** y generar una **NUEVA ESTRATEGIA**

Lo más divertido de esto es que siempre tendremos la oportunidad de reinventarnos y de comenzar de ceros buscando evolucionar.

Buen reto, ¿no creen?

# Preguntas