

Europejczycy więcej czasu poświęcają na wyszukiwanie lotów niż na samą podróż

Czas, jaki podróżni poświęcają na wybór optymalnej propozycji, pokazuje, jak złożona i zawiła może być droga do zarezerwowania biletu. Badania w tym zakresie na grupie 2200 podróżnych z Europy Zachodniej przeprowadziła firma Sabre, dostarczająca oprogramowanie dla branży lotniczej. Wyniki z jednej strony pokazują, że mamy do wyboru szeroki wachlarz opcji, a z drugiej, że wcale nie tak łatwo znaleźć odpowiednią ofertę.

Wraz z nadejściem sezonu jesienno-zimowego, ponad 43% mieszkańców Europy Zachodniej decyduje się na krótki urlop lub podróż w takie miejsca jak Wyspy Kanaryjskie w poszukiwaniu słońca. Zanim jednak wsiądą na pokład samolotu, spędzają średnio 3,5 godziny przed monitorem komputera, w poszukiwaniu optymalnej oferty. Nierzadko trwa to dłużej niż sam lot. Nawet analiza długich tras, jak Londyn – Nowy Jork wykazała, że podróżni spędzają na poszukiwaniu najlepszej propozycji aż 7 godzin. Czyli niemal tyle, ile trwa podróż.

Wakacje mają być ucieczką, ale zanim ludzie dotrą do celu, spędzają wiele godzin na poszukiwaniu lotu, który najlepiej odpowiada ich potrzebom - mówi Roshan Mendis, wiceprezes Sabre na region Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki. Jest to spowodowane m.in. ofertą samych linii lotniczych, które coraz częściej rozdzielają poszczególne opłaty i sprzedają szerszą gamę dodatków. To prawdziwy paradoks – z jednej strony pasażerowie mają fantastyczny wybór, ale z drugiej wyszukiwanie lotów staje się żmudne i skomplikowane. Rekordziści odwiedzają aż 38 stron internetowych przed dokonaniem rezerwacji – podkreśla.

Postępy w analizie danych mogą pomóc liniom lotniczym przewyżyć istniejący rezerwacyjny bałagan. Rozwiązaniem ma być oferowanie podróżnym specyficznych i dostosowanych opcji, przygotowanych w oparciu o indywidualne potrzeby. Ten poziom personalizacji jest świętym graalem dla branży turystycznej, a Sabre mocno się angażuje, aby stało się to rzeczywistością – dodaje Roshan Mendis.

Przeprowadzone badanie wykazało również, że po bankach, to właśnie linie lotnicze są firmami, z którymi klienci najchętniej dzielą się informacjami, dzięki którym mogą uzyskać spersonalizowaną i dopasowaną ofertę. Pod tym względem linie lotnicze wyprzedzają przedsiębiorstwa z takich branż jak sprzedaż internetowa, muzyka, telewizja czy moda.

Przyszłość podróży i podróżowania jest zależna od tego, jak sprawnie linie lotnicze będą się komunikować z podróżującymi. Według naszych badań, przewoźnicy chcą korzystać z udostępnianych przez pasażerów informacji, aby jak najlepiej dopasować swoją ofertę - mówi Mendis.

Narzędziem, które może pomóc w dopasowaniu oferty, jest technologia NDC (New Distribution Capability), której kluczowym elementem jest tworzenie profilu każdego podróżnego. Takie rozwiązanie ma pomóc liniom lotniczym i biurom podróży w lepszym zrozumieniu ich klientów i dostarczeniu niestandardowych ofert poprawiających podróżowanie. Wraz z rozwojem technologii i wprowadzaniem w branży turystycznej nowych rozwiązań możemy spodziewać się więc

nie tylko szybszej i sprawniejszej obsługi, ale także spersonalizowanych ofert dostosowanych do naszych potrzeb.

Sabre

Firma Sabre jest wiodącym dostawcą technologii dla branży turystycznej. Rozwiązania dostarczane przez Sabre - oprogramowanie, systemy rezerwacyjne czy systemy dostępne na urządzenia mobilne - są używane przez setki linii lotniczych i tysiące hoteli. Wykorzystywane są do zarządzania kluczowymi operacjami, w tym rezerwacjami pasażerów i gości oraz przychodami, lotami, siecią i załogą. Sabre obsługuje również większość transakcji na rynku turystycznym, który przetwarza ponad 120 milionów dolarów, wydawanych rocznie na podróżowanie. Sabre ma klientów w ponad 160 krajach.

Centrala Sabre znajduje się w Teksasie, w Stanach Zjednoczonych. W Krakowie od 2000 roku działa centrum rozwoju, Sabre Polska, zatrudniające około 1500 osób.

www.sabre.pl

Kontakt dla mediów

Jakub Leśniak

WĘC Public Relations

jlesniak@wec24.pl

690 954 282