



Estudo de criação de valor
Como os agentes de viagens podem lucrar com
as soluções de reservas de automóveis

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

SÍNTESE

INTRODUÇÃO

RESULTADOS

Análise de produtividade

Análise de rendimentos

Análise qualitativa

Nível de automatização no envio de um itinerário

Percepção dos agentes sobre a produtividade de cada solução

Novas funcionalidades

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Conclusões

Recomendações

APÊNDICE

Metodologia do projecto

Análise de produtividade

Análise de rendimentos

Análise qualitativa

SOBRE A ALTEN



Introdução

Este White Paper visa demonstrar os resultados de um estudo elaborado a agências de viagens Europeias, encomendado pelo Amadeus e desenvolvido pela empresa de consultoria internacional, Alten Ingenieria.

O objectivo é comparar o tempo dispendido, na utilização das soluções disponíveis mais comuns, para levar a cabo uma série de tarefas, com as agências que envolvem as reservas de soluções de aluguer de carros.

As soluções comparadas são: Amadeus Cars, do Amadeus; sites de fornecedores de automóveis B2B, conhecidos como microsites; e call centres de fornecedores de carros.

A análise dos resultados vai ajudar o mercado a compreender como as diferentes soluções podem afectar a produtividade das agências de viagens.

Síntese

O estudo demonstra que o Amadeus Cars é a mais eficaz das três soluções testadas, não só no que respeita as reservas de aluguer de carros efectuadas pelos agentes de viagens para os seus clientes, como também no que se refere às reservas autónomas, nos cinco diferentes cenários testados.

Quando comparados os resultados de todas tarefas, o Amadeus Cars é 46% mais rápido que os microsites, e 59% mais rápida que os call centres, o que equivale a uma poupança de tempo de 01:12 minutos e 01:47 minutos, respectivamente e em média, pela mesma reserva.

O estudo demonstrou que uma das principais vantagens do Amadeus Cars é a integração de diferentes elementos de reserva. Se o segmento aéreo fizer parte da reserva, a solução do GDS pode ser duas vezes mais rápida, quando comparada com as restantes, uma vez que os agentes de viagens só têm que preencher os dados uma única vez.

A integração também beneficia os utilizadores do Amadeus Cars, quando o cliente requer uma mudança na reserva, dado que toda a informação solicitada é gerida no mesmo PNR.

O nível de automatização quando enviado um itinerário para o cliente, é um elemento bastante importante para os agentes. Assim, cerca de 81,8% dos agentes de viagens que utilizam o sistema Amadeus, enviam o itinerário sem nenhuma intervenção manual, sendo que, neste sentido, a automatização do Amadeus é significativamente mais elevada, quando comparada com a dos microsites (34,5%) e a dos call centres (14%).

Quando um cliente pretende o carro disponível mais barato, os agentes podem comparar as tarifas de vários fornecedores de aluguer de automóveis no mesmo ecrã do Amadeus Cars. Deste modo, a capacidade de comparação das diferentes tarifas que são oferecidas ao cliente afigura-se um factor preponderante para os agentes.

Tendo em consideração a poupança de tempo identificada pelo estudo, uma agência de viagens de tamanho médio na Europa que reserve cerca de 50.000 segmentos aéreos e 5.000 reservas de carros, pode poupar entre 35.000€ e 98.000€ por ano, se utilizarem o Amadeus, em vez dos microsites ou call centres.

As agências mais pequenas também podem beneficiar desta solução. Nesta óptica, as empresas que reservem 10.000 segmentos aéreos e 1.000 alugueres de carros por ano, podem alcançar poupanças na ordem dos 7.000€ a 19.600€ ao ano, ao utilizarem o Amadeus Cars.





Introdução

O mercado global de aluguer de carros é uma Indústria que vale cerca de 28 mil milhões de euros. A Indústria de aluguer de carros é muito concentrada, com 55% dos rendimentos globais provenientes da América do Norte e 32% da Europa.

Nestas duas regiões maioritárias, as seis empresas mais conhecidas detêm 60% do mercado. Na Europa, ainda é mais notório, tendo em conta as “Big Four” – Avis, Hertz, Europcar e Sixt – que controlam mais de metade do mercado. (Fonte: Euromonitor 2007)

A concorrência é bastante feroz na Indústria de rent-a-car, estando o sector exposto às mudanças dos padrões de procura no segmento aéreo e à situação económica global. As inovações tecnológicas são fulcrais nos planos de crescimento das empresas dos fornecedores, de modo a fazer face à concorrência e diminuir os custos de distribuição. Como resultado, as empresas de aluguer de carros com microsites direccionados para o consumidor, oferecem uma melhor experiência. Actualmente, o desenvolvimento dos microsites B2B permitem aos agentes de viagens reservar carros para os clientes, sujeitos aos termos e condições do fornecedor.

As agências de viagens online, os sites das companhias aéreas e até mesmo os sites das cadeias hoteleiras, fazem parte do horizonte de distribuição para aluguer de carros. Os maiores players podem oferecer a terceiros um link directo para os seus sistemas de inventário, permitindo aos intermediários fazer reservas de carros de forma autónoma ou como parte de pacotes dinâmicos.

Contudo, independentemente do crescimento dos canais B2C na Web, o GDS permanece como um link vital na cadeia de distribuição de aluguer de carros. Aproximadamente 30% do aluguer de automóveis ao nível mundial é efectuado através de GDS.

Perante o actual contexto económico, o aumento da concorrência de intermediários é um dos obstáculos que as agências de viagens têm vindo a enfrentar. Mas os agentes inteligentes podem vender serviços de valor acrescentado, tais como, aluguer de carros, para gerar fluxos adicionais de rendimentos, ajudados pelos canais B2B que têm disponíveis. As taxas de serviços podem ser outra ajuda para suportar as comissões, que muitos dos fornecedores de aluguer de carros continuam a pagar aos agentes de viagens de negócio ou de lazer.

Os agentes podem reservar um carro para os seus clientes, através de vários canais. As principais são as fornecidas pelos GDS, microsites dedicados apenas a agentes ou call centres das companhias de carros.

GDS (Global Distribution System)

Uma rede mundial de reservas utilizada como ponto individual de acesso para reservas de lugares nos aviões, quartos de hotéis, aluguer de carros e outros itens relacionados com a viagem, sites de reserva online e grandes empresas, como, por exemplo, o Amadeus.

Microsites de empresas de Aluguer de carros

Ferramentas de reserva online desenvolvidas para consumidores B2B (por exemplo, agências de viagens), permitindo aos utilizadores reservar carros em todo o mundo, tendo em conta as condições acordadas com o fornecedor.

Call centres de empresas de aluguer de automóveis

O serviço telefónico facilita o trabalho de gestão de um grande número de chamadas internas e externas. Para este estudo, apenas foram tidas em consideração as chamadas internas (para assistência, ajuda, e para efectuar reservas). O estudo irá, assim, fornecer uma análise quantitativa e qualitativa destas soluções, para responder às seguintes questões:

Qual é a solução mais eficiente para efectuar uma reserva de carro?

Quais são os benefícios-chave das diferentes soluções? E a produtividade?

Qual é a percepção dos agentes de viagens, relativamente a cada uma das soluções apresentadas?

Vários cenários, já conhecidos pelos agentes de viagens, foram testados – uma reserva de carro autónoma, uma reserva aérea e de automóvel, uma alteração de uma reserva já existente, uma reserva aérea com uma pesquisa do carro mais barato e uma reserva de carro, quando o cliente tem um requisito específico.

O ecrã crítico do Amadeus foi utilizado para a reserva do segmento aéreo, de modo a assegurar que as comparações entre as três soluções de carro eram consistentes.





Resultados

Durante o primeiro trimestre de 2009, 34 agentes de viagens foram entrevistados em diferentes agências de viagens e localizações, em França e Espanha. Um total de 404 medições actuais foram recolhidas de 30 agências, sendo que os resultados obtidos foram utilizados para efectuar a análise de produtividade e, também, quantitativa. Todos os cenários foram conduzidos num ambiente normal de agência de viagens. O apêndice detém informação detalhada sobre a metodologia utilizada.

Contudo, o tempo de espera foi medido de forma independente, com os agentes tendo de esperar, em média, entre 1 minuto e 9 segundos para a sua chamada ser atendida. Nalguns casos, a espera foi além dos 8 minutos.

Todas as medidas do estudo são validadas, com níveis de confiança superiores a 90%; e a diferença de tempo entre soluções é validada, com níveis de confiança acima dos 95%.

Análise de Produtividade

A análise de produtividade foi baseada em medições de tempo recolhidas a partir de cinco cenários familiares, comparando as três opções diferentes para as reservas de carros.

De maneira a assegurar a consistência entre os call centres e outras soluções, não foi incluído o tempo que os agentes despendem à espera de uma chamada.

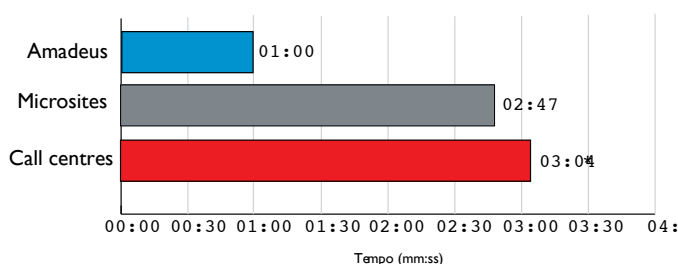


Cenário I

Para o primeiro cenário, foi pedido aos agentes de viagens que efectuassem uma reserva incluindo um segmento aéreo e automóvel.

Os resultados demonstraram que as reservas efectuadas via Amadeus Cars, são 64% mais rápidas, quando comparadas com os microsites, e 67% mais rápidas, quando comparadas com os call centres.

Gráfico I: Cenário I – Reservas de segmentos aéreos e de automóveis



O Amadeus Cars é a solução mais eficiente em termos de tempo, uma vez que a informação incluída no segmento aéreo é transportada automaticamente para o segmento automóvel, evitando, assim, a necessidade de alternar entre soluções e de reescrever a informação respeitante ao passageiro.

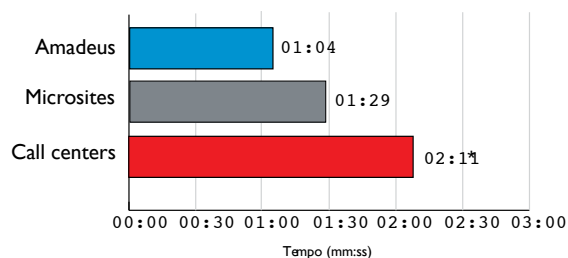
*O tempo de espera dos call centres não está incluído – média para este cenário de 01:00 minuto.

Cenário 2

Para este segundo cenário, foi solicitado aos agentes de viagens que fizessem uma reserva de carro autónoma.

Neste caso, as medições demonstraram que, em média, o Amadeus é 27% mais rápido que os microsites e 50% mais rápido que os call centres.

Gráfico 2: Cenário 2 – Reserva de carro autónoma



Para este tipo de reserva, a Amadeus tem menos vantagens, embora continue a ser mais rápido, devido ao facto de a reserva de carro poder ser efectuada, através de um só comando.

Os agentes podem saltar a fase da disponibilidade e proceder directamente à compra.

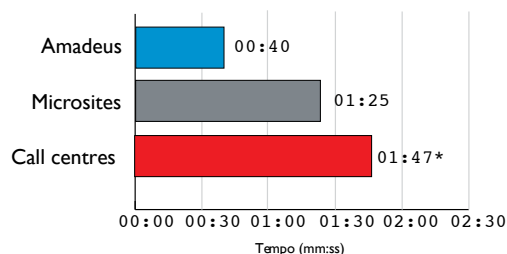
*O tempo de espera dos call centres não está incluído – média para este cenário de 01:11 minutos

Cenário 3

Para o terceiro cenário, foi solicitado aos agentes de viagens que alterassem uma reserva já existente contendo um segmento aéreo e de automóvel. O cenário exigiu que os agentes de viagens acedessem à reserva pré-existente e modificassem a informação do voo e do segmento automóvel.

O Amadeus foi 53% mais rápido que os microsites e 63% mais rápido que os call centres.

Gráfico 3: Cenário 3 - Alteração de um segmento aéreo e automóvel



O Amadeus é, mais uma vez, a solução mais rápida porque, quando o segmento aéreo é alterado, o segmento automóvel incluído no mesmo PNR é rapidamente actualizado com apenas um comando.

*O tempo de espera dos call centres não está incluído – média para este cenário de 01:11 minutos

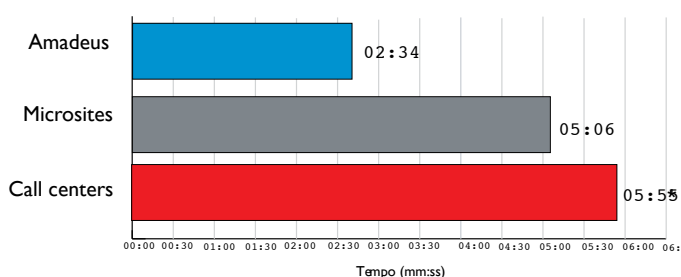


Cenário 4

Foi pedido aos agentes de viagens que efectuassem uma reserva aérea e de automóvel, atendendo à solicitação específica do cliente querer o carro mais barato. Esta situação exige que o agente de viagens compare os diferentes fornecedores de automóveis, de modo a conseguir escolher a opção mais barata.

Em média, o Amadeus obteve resultados 50% mais rápidos que os microsites, e 57% mais rápidos que os call centres.

Gráfico 4: Cenário 4 - Alteração de um segmento aéreo e automóvel



A solução mais rápida para este tipo de reserva é o Amadeus, porque o agente insere os dados do passageiro apenas uma vez. Além disso, o agente tem a capacidade de visualizar e comparar as tarifas dos vários fornecedores de aluguer de carros, no mesmo ecrã.

O processo mais comumente utilizado para pôr em prática este cenário no Amadeus é o de executar a disponibilidade de aluguer de carros para cada fornecedor, em vez de utilizar a funcionalidade 'multi-disponibilidade', que se encontra acessível.

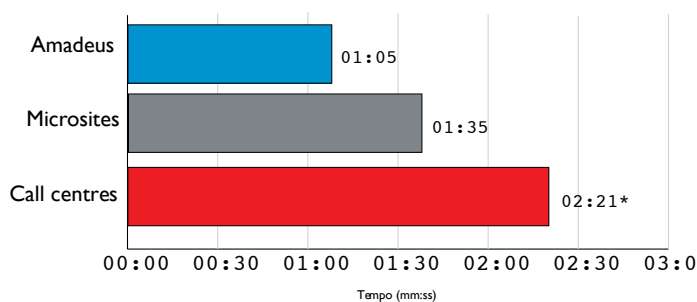
*O tempo de espera dos call centres não está incluído – média para este cenário de 01:11 minutos

Cenário 5

Para este último cenário, foi solicitado aos agentes de viagens que fizessem uma reserva de carro, sempre que o cliente requeresse funcionalidades adicionais, tais como pneus para a neve ou um sistema integrado de navegação por satélite.

O Amadeus revelou-se 33% mais rápido que os microsites e 56% mais rápido que os call centres.

Gráfico 5: Cenário 5 – Reserva de segmento automóvel, com equipamentos especiais



Mais uma vez, o facto de o pedido de equipamento especial no Amadeus poder ser feito através de um simples comando na entrada de venda do carro e ser confirmado em tempo real, constitui uma vantagem, quando comparado com outras soluções.

*O tempo de espera dos call centres não está incluído – média para este cenário de 01:11 minutos

Análise dos Rendimentos

Acreditamos que agências de viagens podem conseguir poupanças de custos significativas através do Amadeus Cars.

A análise da estimativa do custo benefício foi baseada em dois factores. O tempo poupado foi alcançado através da comparação da diferença entre a média de tempo dispendido com o Amadeus Cars e os microsites, e a diferença entre o Amadeus Cars e os call centres, excluindo os tempos de ligação. No que diz respeito aos custos, tivemos como referência um estudo de custo desenvolvido pela Hermes Management Consulting, encomendado pelo Amadeus, que forneceu os salários médios e as horas de trabalho da agência que, em média, faz 1.500 reservas de carros por ano.

As agências de maior dimensão podem fazer maiores poupanças. Uma agência que faz cerca de 50.000 reservas no segmento aéreo e 5.000 no segmento automóvel, tem poupanças anuais na ordem dos €35.000 e €98.000.

As agências mais pequenas podem, também, beneficiar do Amadeus Cars. As que reservam uma média de 10.000 segmentos aéreos e 1.000 segmentos automóveis, podem ver os seus custos reduzidos em cerca de € 7.000 a €19.000..



Análise Qualitativa

Os agentes de viagens que participaram no estudo tiveram que preencher um questionário sobre o comportamento, no que respeita ao procedimento utilizado em reservas e à percepção das três soluções.

Também questionámos os directores e supervisores das agências acerca dos processos e procedimentos das mesmas, tais como a existência de acordos comerciais e os sistemas de back office utilizados.

A análise quantitativa apurou três tópicos-chave:

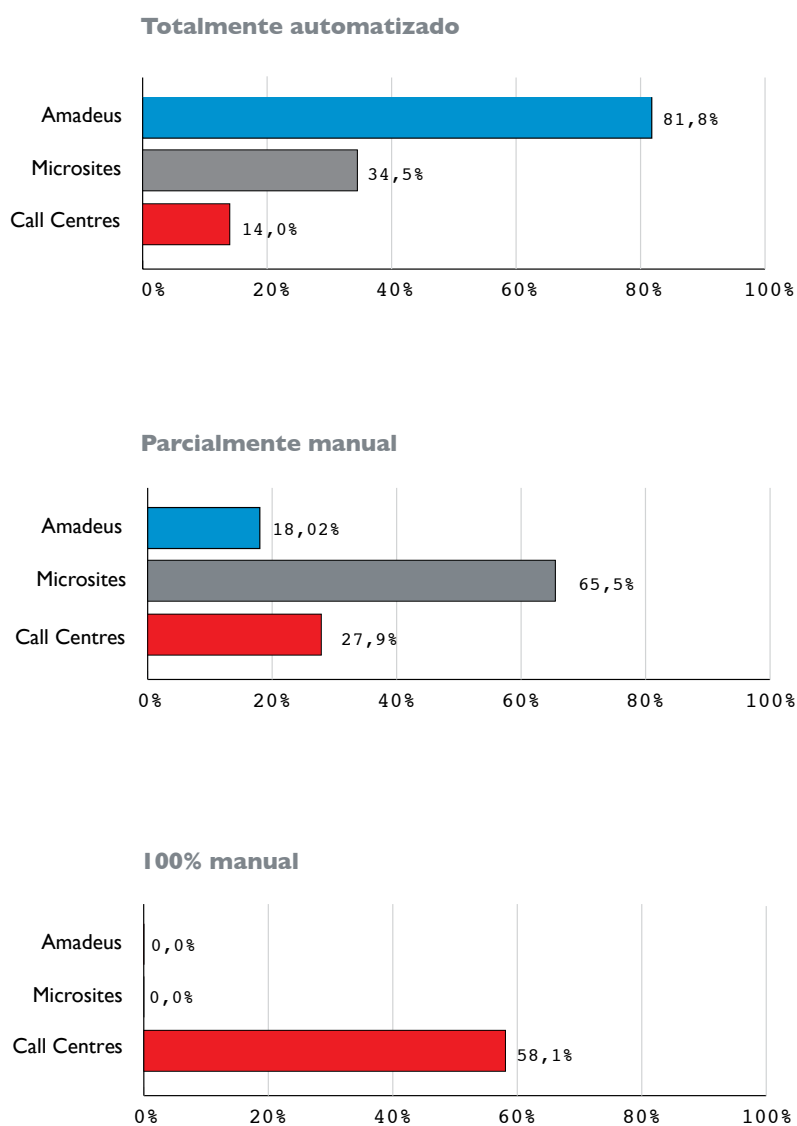


Nível de automatização no envio de um itinerário

A maioria dos agentes de viagens que utilizam o Amadeus – 81,8% dos questionados – faz o envio do itinerário automaticamente para o cliente. O Amadeus permite, também, que os agentes de viagens adicionem notas ao itinerário, sem terem necessidade de criar um novo documento.

Os itinerários baseados em reservas através de microsites ou call centres precisam de ser formatados e personalizados através do sistema de e-mail da agência, antes de serem enviados para o cliente; e necessitam de alguma intervenção manual como, por exemplo, adicionar informação sobre a taxa de serviço.

Gráfico 6: Nível de automatização quando é enviado um itinerário para o cliente



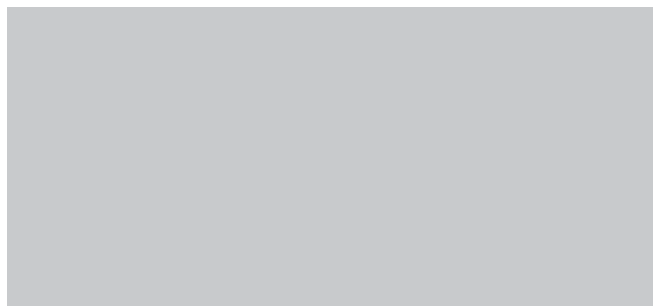
Percepção dos agentes de viagens sobre a produtividade de cada uma das soluções

Durante as entrevistas one-to-one, foi pedido aos agentes de viagens para darem a sua opinião quanto ao desempenho empresarial de cada solução.

Os utilizadores do Amadeus apontaram dois factores – os agentes de viagens optam por esta solução porque já conhecem os comandos e porque é mais rápida, nomeadamente quando a reserva envolve mais do que um segmento.

Os microsites foram descritos pelos agentes de viagens como fáceis de utilizar e intuitivos, com layouts e conteúdos bastante apelativos. Os call centres são apenas utilizados quando os agentes de viagens não conseguem reservar através do Amadeus Cars ou microsites, ou quando o cliente quer um tipo de carro topo de gama – como, por exemplo, um carro de classe alta ou uma carrinha – que não se pode procurar através de outras soluções.

“Nós utilizamos o Amadeus, porque sabemos que é a solução mais rápida, especialmente quando os outros segmentos (aéreos, hoteleiros e ferroviários) estão vendidos.”



Novas funcionalidades

Os agentes de viagens que responderam ao questionário tiveram que sugerir novas funcionalidades ao Amadeus, tendo-lhes sido pedido para enumerar, por ordem de importância, as melhorias que sentiram.

A funcionalidade mais importante foi a pesquisa geográfica, que possibilita visualizar o mapa, com os diferentes locais onde existem carros. Esta foi a funcionalidade que 73% dos agentes de viagens apontou como “bastante importante” e 18% catalogou com “alguma importância”. A visualização da disponibilidade dos diferentes fornecedores com os números de descontos no mesmo ecrã é bastante importante, segundo 42% dos agentes de viagens e tem “alguma importância” para a mesma percentagem.

Aproximadamente 78,8% dos agentes de viagens consideraram que a capacidade para calcular as tarifas durante a reserva de um carro é bastante ou consideravelmente importante. Contudo, apenas 55% dos agentes que responderam posicionaram o Amadeus como sendo capaz de apresentar tarifas pré-pagas.



Conclusões e recomendações

Conclusões

Baseados nos tempos dos cinco cenários, verificámos, que, em média:

O Amadeus Cars é 46% mais rápido que os microsites, permitindo aos agentes poupar em média 01:12 minutos por reserva.

O Amadeus Cars é 59% mais rápido que os call centres, permitindo aos agentes poupar em média 01:47 minutos por reserva.

O feedback fornecido por mais de 60 agentes de viagens que responderam ao questionário revelou que:

Através da integração no Amadeus, a informação é transportada automaticamente do segmento aéreo para o segmento automóvel, poupando ao agente de viagem uma média de 65% do tempo de reserva, em comparação com os microsites e call centres. O processo do itinerário é, também, extraordinariamente automatizado.

O Amadeus é mais rápido do que as outras soluções para criar e modificar uma reserva, sendo apenas necessária uma linha de comandos, comparando com os vários campos que são necessários preencher nos microsites.

O feedback fornecido pelos managers dos agentes de viagens revelou que:

Muitos agentes de viagens não têm processos automatizados para integração de back office.

Em 71% dos casos não há nenhum processo comum na reserva de carros.

O Amadeus é utilizado frequentemente quando os microsites estão indisponíveis.

Recomendações

O Amadeus podia aumentar significativamente a adopção do sistema através de mais sessões de treino para os agentes de viagens e melhorando o serviço pós-venda. Ao mesmo tempo que o agente de viagens experiente conhece os comandos necessários, os utilizadores comuns e os novos colaboradores têm de estar conscientes da maneira como utilizar o Amadeus Cars (críptico).

Informação extra sobre o tipo de veículos, funcionalidades adicionais, serviços e seguros serão bem aceites pelos agentes.

O layout e as funcionalidades do Amadeus Cars também podem ser melhorados. Os menus drop-down, que são funcionalidades dos microsites, podem ajudar os agentes de viagens a pesquisar e reservar carros com maior confiança.

Os Interfaces de utilização gráfica, com que muitos agentes estão familiarizados, devido à experiência que têm com outros websites, vão tornar o processo de reserva de carros mais intuitivo para os agentes.



A solução mais rápida para todos os cenários é o Amadeus Cars. Esta solução é, em média, duas vezes mais rápida que os microsites e call centres.

Apêndice

Metodologia do projecto

A amostra é representada por 34 agentes de viagens que trabalham em 30 agências, responsáveis por reservas de negócio e de lazer. As agências estão localizadas em França e Espanha.

Em suma, o estudo verificou quanto tempo é que os agentes de viagens demoravam a completar 404 reservas diferentes.

O estudo incluía, ainda, entrevistas one-to-one, com todos os participantes e o manager da agência.

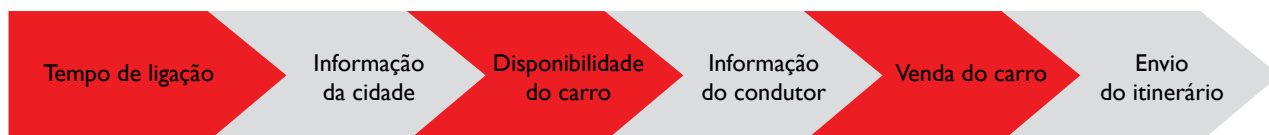
Análise de produtividade

Este processo mediu exactamente quanto tempo é que um agente de viagens demora a fazer uma reserva. Posteriormente, os resultados foram utilizados para comparar como é que as diferentes soluções eram desempenhadas em cada um dos cenários.

O software QUETECH foi utilizado para recolher e analisar os dados. Este software grava cada fase do processo de reserva em tempo real.



Quadro 7 – Exemplo do processo no cenário de reserva de automóveis





Quadro I: Cenários e objetivos para as três soluções testadas

Cenário	Objectivos
Cenário 1: reserva aérea e automóvel	Valores para a criação de uma simples reserva aérea e automóvel combinada
Cenário 2: reserva automóvel	Valores para a criação de uma simples reserva automóvel
Cenário 3: Modificação de uma reserva Aérea+ automóvel	Tempo para a alteração de uma reserva já existente
Cenário 4 – Reserva aérea+ automóvel comparação de vários fornecedores	Tempo para uma reserva aérea e automóvel e para a comparação com as tarifas de vários fornecedores
Cenário 5: reserva automóvel com equipamento especial	valores para a criação de uma reserva automóvel com equipamento especial de vários fornecedores

Foi solicitado aos agentes que executassem diferentes tipos de reservas automóveis. Toda a informação necessária – nome do passageiro, informação do voo, informação do carro incluindo entrega, e equipamento especial, etc – foi fornecida previamente.

Os cinco cenários de reserva foram: reserva automóvel autónoma, reserva aérea e automóvel; alteração de uma reserva já existente, uma reserva com pesquisa para o carro mais barato; e uma reserva de carro, quando o cliente pede equipamento especial.

Os tempos medidos foram recolhidos por cenário e por solução, em todas as agências de viagens participantes.

Os dados foram analisados estatisticamente através do QUETECH, para apresentar cinco médias por solução para cada cenário. Os níveis de confiança foram calculados através de fórmulas introduzidas no software.

É necessário obter dois tipos de validações estatísticas para os resultados serem fidedignos.

Seria difícil e inútil obter os resultados de todos os agentes e todas as reservas automóveis. Contudo, é possível obter uma amostra para calcular o intervalo em que o valor da população tem tendência a cair. Usualmente, “ter tendência” é, na maioria dos casos, entre “90% a 95% do tempo” e é designado pelo intervalo de confiança entre 90% e 95%. Os valores em cada fim do intervalo são designados como limites de confiança. Todos os valores entre os limites de confiança determinam o intervalo de confiança.

Os resultados das medições (cenários) foram estatisticamente validados e alcançaram os 955 ou um melhor intervalo de confiança*.

**O segundo nível de confiança assegura que a diferença entre cada solução é significativa. Noutras palavras, a diferença de tempo observada entre as diferentes soluções de reservas automóveis é de confiança obtendo 95% ou o melhor intervalo de confiança.*

Análise de rendimentos

Esta secção calculou as poupanças de custos que cada agência podia fazer, utilizando a solução mais eficiente. De maneira a calcular esta poupança, utilizámos o volume de reservas automóveis produzidas, o tempo economizado, o salário base e as horas habituais de trabalho dos colaboradores da agência.

**Número de reservas
automóveis**

X

**número de minutos
poupados**

X

**o salário médio
Europeu***

(ex: maior tempo de reserva – menor tempo de reserva)

*Fonte: Hermes Management Consulting/Euro Monitor



Análise qualitativa

A análise qualitativa, baseada num questionário e em entrevistas, examina dados não mensuráveis tais como, a opinião de um agente acerca de um produto, ou a forma como uma reserva é efectuada.

Os questionários são a melhor maneira para obter resultados qualitativos. O questionário dirigido aos agentes de viagens foi definido previamente, com o objectivo de perceber quais as soluções que os mesmos utilizam, como desenvolvem as várias actividades e o que acham dos sistemas que usam. Este questionário foi preenchido durante a entrevista one-to-one com os agentes de viagens.

Foram feitas questões adicionais sobre a gestão do negócio aos managers das agências de viagens.



Sobre a Alten

Actualmente, a Alten tem cerca de 12.000 colaboradores e 45 escritórios, em 15 países. Durante os últimos vinte anos tem trabalhado com profissionais do sector da Indústria, telecomunicações, serviços e sector público, e trabalha com empresas tecnológicas, desde 1999.

Desde 2000, que a Alten Ingeniería está presente em Espanha. Inicialmente concentrada no sector da engenharia, actualmente fornece serviços de consultoria, informação tecnológica e conselhos de engenharia a muitas das grandes empresas espanholas.

Para mais questões sobre este trabalho ou informações adicionais, por favor contactar:

Danilo Spada
ALTEN INGENIERIA



A L T E N