

EL AL, LA AEROLÍNEA DE ISRAEL, ELIGE A MINSAIT PARA IMPULSAR LA VENTA DE BILLETES DURANTE LA PANDEMIA

- **Minsait ha ayudado a la compañía israelí a incentivar las ventas durante el COVID-19 gracias a la implementación de su solución de códigos promocionales (Promocodes), que facilita la gestión de reembolsos y la oferta de promociones inteligentes y códigos de descuento**
- **Las tecnologías se han convertido en el mejor aliado para incentivar la actividad en el sector aéreo, con soluciones que facilitan la gestión de operaciones en las aerolíneas, aportan confianza a la operación de los aeropuertos y hacen más seguro el espacio aéreo**

Madrid, 21 de enero de 2021.- Minsait, una compañía de Indra, ha puesto su tecnología al servicio de EL AL Israel Airlines para ayudarla a incentivar la venta de billetes en el escenario COVID y facilitar su vuelta a la actividad. Para ello, ha implementado en la compañía aérea, con la que lleva años trabajando en otros desarrollos, su solución de Promocodes, con la que EL AL puede emitir vales para la gestión de reembolsos por posibles cancelaciones e impulsar las ventas a través de campañas de marketing promocionales.

Promocodes es una solución de Minsait que permite gestionar códigos promocionales y bonos de descuento e integrarlos con los motores de reserva de vuelos y posterior gestión de reservas. Unas capacidades de gran valor para la industria en un momento en el que los viajeros necesitan tener la confianza de poder reservar o cancelar sus vuelos en función del contexto que la pandemia por el COVID y otras limitaciones imponen a sus movimientos. El sistema, además, cuenta con ventajas para el cliente como la posibilidad de lanzar campañas de códigos promocionales segmentadas para distintos perfiles de usuarios; personalizar los códigos promocionales para aplicar descuentos sobre el precio de vuelo, el equipaje o incluso, crear vales de reembolso para vuelos cancelados.

Con la solución de Promocodes y la integración en sus sistemas, EL AL ha podido ofrecer a sus pasajeros un servicio diferencial que ha ayudado a incrementar la fidelización de estos y mantener cierta rentabilidad en un momento de dificultad para las operaciones. Esta herramienta constituye un apoyo a la actividad que da confianza a los clientes finales y permite a la aerolínea mantener la venta de billetes, aún en las circunstancias más adversas.

Como explica Amit Sagi, director digital de EL AL: "Hemos implementado una solución de código promocional con el fin de ayudarnos a promover ofertas especiales a nuestros clientes. La solución nos permite la máxima flexibilidad, ya que podemos establecer propuestas en función de la ruta, vuelo específico, fecha, cabina de servicio, tipo de cliente y muchas más opciones. También nos permite reaccionar rápidamente a los cambios en el mercado y a la demanda de vuelos".

Tras una nueva oleada que llevó al país a ser el primero del mundo en aplicar un segundo confinamiento durante más de cuatro semanas en los meses de octubre y noviembre, Israel ha vuelto a controlar el virus y retomar la actividad en sus distintos sectores de actividad. Una progresiva desescalada que también se ha trasladado al sector aéreo donde, poco a poco, se retoman las operaciones, alentadas por la drástica reducción de contagios que se está dando ahora en el país por COVID-19.

"No podemos obviar la situación por la que está atravesando el sector. Además del alto coste humano, la pandemia está afectando a todos los países, cerrando servicios, paralizando actividades y, muy especialmente en el ámbito de las aerolíneas, impactando muy gravemente en sus operaciones", valora Emilio Mora, director de Travel en Minsait, quien subraya el valor de la tecnología en este momento como vector de desarrollo para ayudar a las compañías aéreas e incentivar su operación. "Han surgido otras

fórmulas de relación y funcionamiento; nuevas demandas por parte de los pasajeros e importantes ámbitos que cuidar a la hora de operar, como la confianza, la seguridad o la sostenibilidad. Y la digitalización es la clave para poder cubrir todas ellas y evolucionar en el contexto actual, una premisa que, en el caso de EL AL, ha sido perfectamente asumida por la compañía para dar a sus clientes el mejor servicio, aún en las peores condiciones”, subraya.

En efecto, según Ido Biger, CIO de EL AL y director de Datos en la aerolínea, “dentro de un mundo que cambia rápidamente, nuestra capacidad de adaptar nuevas capacidades y sugerir nuevas posibilidades a nuestros clientes es un factor clave de éxito. El ágil trabajo de nuestra gente interna y el dedicado equipo de Minsait nos ha permitido entregar el código promocional de una manera que se ajustaba a la nueva realidad”.

Soluciones que ayudan a compañías aéreas y aeropuertos

La solución Promocodes de Minsait forma parte de la suite Onesait Travel, una oferta global para el sector turístico que incluye la adaptación de las tecnologías digitales a los nuevos procesos de negocio, enfocándose en la personalización de la oferta al cliente, el acceso e interconexión de dispositivos y la transformación digital de los establecimientos, que se han convertido en elementos claves para evolucionar e incrementar la competitividad en un contexto adverso.

Así, en el ámbito del viajero o cliente final, Minsait ha desarrollado una solución para realizar el check-in de manera “limpia y segura” en destino, gestionar digitalmente la experiencia de usuario del viajero, y abordar una mayor automatización y control del viaje lo que permite, a la vez, disfrutar de todos los servicios en condiciones seguras y con capacidades de eficiencia y rentabilidad para las empresas turísticas. La apuesta de Minsait por una digitalización disruptiva y ágil que refuerce los canales digitales, automatice las operaciones y priorice la seguridad de los viajeros es una de las claves para dinamizar el sector turístico en la era post-COVID.

En el caso del sector aéreo, además, desde Indra se están desarrollando tecnologías de vanguardia orientadas a los aeropuertos con el fin de facilitar la vuelta a la normalidad en condiciones seguras. Ese es el caso de sus soluciones Passenger Flow para controlar el flujo de pasajeros en cualquier punto de la terminal a través de Big Data o Inteligencia Artificial. O el de su plataforma de gestión de la información de seguridad física (iSIM), una herramienta que ofrece una visión única de lo que ocurre en el aeropuerto en cada momento y que facilita el control integral de todos los sistemas de video vigilancia, control de accesos, megafonía, detección de intrusiones, así como de los sistemas de toma de temperatura de los pasajeros con cámaras termográficas. Recientemente, además, Aena ha confiado a Indra la implantación de un sistema de control de temperatura de pasajeros mediante cámaras termográficas para 13 aeropuertos de España, incluyendo los que congregan mayor tráfico aéreo y número de pasajeros.

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (www.minsait.com), es una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones *end-to-end*, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un

proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque *end-to-end*, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2019, Indra tuvo unos ingresos de 3.204 millones de euros, más de 49.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.