

# ANÁLISIS DE COMPETENCIA

## CASO DE ÉXITO



### TESTIMONIO DEL CLIENTE

→ *Agencia de viajes*



Dentro de nuestro camino de transformación digital con innovación tecnológica, nos enfrentábamos con la realización de un proceso manual que era reactivo y que no permitía hacer un análisis real y tampoco lograr escalabilidad dentro de nuestro segmento de mercado, además necesitábamos mejorar la propuesta de valor de los principales productos que atraían a los clientes e internamente entender cómo estos eran competitivos con la demanda que existía en línea.

Al apoyarnos en Echez Group y su servicio de análisis automatizado del entorno competitivo, pudimos centralizar y estandarizar datos de productos, servicios, ofertas y características de la industria del turismo de forma más oportuna, destacándonos en el mercado, aumentando nuestra oferta de valor y creciendo dentro del segmento.



*Anónimo Gerente de innovación tecnológica*

### RESEÑA DEL CLIENTE

La empresa es una agencia de viajes con una amplia oferta de productos de turismo y negocios a precios altamente competitivos. Cuenta con una extensa red de puntos de venta en todo el país, incluyendo las principales ciudades de Colombia.

La agencia de viajes está alineada con la propuesta de valor del grupo empresarial al que pertenece ofreciendo un completo portafolio con todos los servicios de turismo o de viajes ejecutivos y precios altamente competitivos.

## RETOS DEL PROYECTO

La agencia de viajes, dentro del proceso de negociación con sus aliados comerciales, debía realizar una interventoría para validar si los acuerdos comerciales se están cumpliendo o no. Lastimosamente por el volumen de las negociaciones, sólo se podía revisar diariamente el 15% de los convenios vigentes. El proceso se realizaba manualmente por uno de los analistas que encontraba ofertas que no se estaban implementando adecuadamente.

La agencia de viajes no tenía un análisis de todos los elementos de la dinámica de mercado en línea, limitando la posibilidad de ingresar valores dinámicos que comparaban las principales compañías del sector turístico.

Además, el proceso manual para subir las ofertas a la plataforma era lento y dispendioso, se perdían negociaciones por la falta de información. No había un consolidado de opciones de la competencia para estructurar ofertas de valor para los clientes, lo que no permitía hacer un análisis real y tampoco lograr escalabilidad.

Adicionalmente, no había estandarización de la terminología de los productos, servicios y características, lo que hacía más extenuante y compleja la búsqueda de resultados para realizar el proceso de comparación de ofertas.

Se buscaba mejorar la propuesta de valor con los principales productos atractivos a los clientes e internamente entender cómo los productos ofrecidos eran competitivos con la demanda que existía en línea. De esta manera, perfeccionaría la oferta de turismo que la agencia ofrecía a sus clientes y aumentaría la productividad del área de mercadeo.

## SOLUCIONES

Con la implementación de la solución de análisis del entorno competitivo la agencia de viajes:

Optimizó el proceso de verificación y análisis de portafolio de servicios del mercado desde la automatización; con el objetivo de mejorar la oferta de valor a los clientes y las negociaciones con proveedores.

Permitió el análisis de los elementos de la dinámica de mercado con actualización diaria, integrando un gran número de plataformas, validando e identificando variables críticas de comparación para la toma de decisiones estratégicas.

Aumentó la productividad y mejora en los procesos de la agencia de viajes, con la recopilación de diversos datos analíticos para la toma de decisiones.



## IMPACTO

Posterior a la implementación de la solución la agencia de viajes pudo:

- Desarrollar soluciones con innovación tecnológica como pilar fundamental dentro de la compañía.
- Entregar datos para los análisis necesarios a una velocidad adecuada, habilitando comparaciones ágiles y rápidas.
- Crear alertas de variables de interés para los clientes dentro de la oferta turística.
- Fortalecer la negociación con los proveedores de la industria turística.
- Mejorar la propuesta de valor de la agencia, incluyendo los principales productos atractivos a los clientes.
- Aumentar la productividad y ganancias de la agencia, perfeccionando el portafolio.
- Reforzar la confianza de los usuarios finales en los proyectos de transformación digital, propiciando una mejor adopción de tecnología al interior de la agencia.

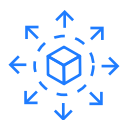
## RESULTADOS



Generó la entrega de reportes parametrizables basados en una plataforma analítica como Power BI, con información adecuada y oportuna del mercado.



Facilitó la co-creación de la solución con el cliente a través de consultores especializados para lograr un análisis adecuado del mercado actual para el cliente.



Generó la implementación de una solución que permite escoger los diferentes productos que se ofrecen para tomar decisiones acertadas y de forma ágil.



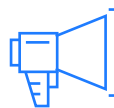
Permitió el análisis correcto de los informes para optimizar las ofertas en el marketplace.



Permitió la utilización de soluciones tecnológicas para apoyar el análisis de mercado como RPA, herramientas analíticas, cloud, y big data.



Centralizó y estandarizó en línea datos de productos, servicios, ofertas y características de la industria del turismo, facilitando el análisis de los elementos de la dinámica de mercado (Agencias, Hoteles, Vuelos, Paquetes, etc.).



Mejóro el posicionamiento de la marca en el mercado, generando un mayor valor en las ofertas.

