

- Accesibilidad
- Arquitectura de la información
- Análisis de Usabilidad**
- Consultoría
- Concepto estratégico
- Extranet
- Internet
- Intranet
- PDA
- Prototipos
- U-Test
- WAP



Análisis de 12 aerolíneas internacionales

Ofertas y funcionalidades

Introducción

Este es un **análisis de usabilidad** realizado por Arquinauta Consulting, donde comparamos y detectamos las mejores prácticas de **12 webs de las aerolíneas** más importantes del mercado internacional.

Este análisis, concebido tras la realización de una serie de proyectos para una empresa del mismo sector, muestra y valora -según las necesidades de los usuarios-, los aspectos prácticos y funcionales de las webs seleccionadas.

Este documento forma parte de una serie de monográficos donde se evalúan otros aspectos de la web, como las páginas de inicio:

Documento inicial:

Análisis de 12 Aerolíneas internacionales - Búsqueda y contratación de vuelos

URL: <http://www.slideshare.net/arquinauta/analisis-12-aerolineas-internacionales-1304959>

Segundo Documento:

Análisis de 12 Aerolíneas internacionales - Páginas de inicio

URL: <http://www.slideshare.net/arquinauta/analisis-12-aerolineas-internacionales-home-1347493>

Tercer Documento:

Análisis de 12 Aerolíneas internacionales - Buscadores

URL: <http://www.slideshare.net/arquinauta/buscadores-analisis-12-aerolineas-internacionales>

Cuarto documento

Análisis de 12 Aerolíneas internacionales - Resultados de las Búsquedas

URL: <http://www.slideshare.net/arquinauta/resultados-busquedas-analisis-12-aerolineas-internacionales>

Quinto documento

Análisis de 12 Aerolíneas internacionales - Proceso de compra

URL: <http://www.slideshare.net/arquinauta/analisis-aerolineas-proceso-compra>

En este nuevo análisis ahondamos en el modo en que las aerolíneas **muestran las ofertas y funcionalidades en la página de inicio**.

Para más información puedes dirigirte a info@arquinauta.es

Contenidos

Introducción	2
Criterios del análisis	3
El buscador	4
Emirates	5
Alitalia	6
B. Airways	7
A. Airlines	8
Lufthansa	9
Aerolíneas	10
Air Asia	11
Air france	12
Qantas	13
Air Canada	14
Airgreenland	15
Iberia	16
Mejores prácticas	17
Tabla comparativa	18
Sobre Arquinauta	19

Criterios del análisis

¿Qué hago con estos resultados?

Para realizar este análisis hemos empleado la **metodología de casos de uso**, que nos permite seguir la secuencia lógica y natural de acciones realizadas por el usuario en la web.

Hemos documentado los **cinco usos** más comunes que un usuario puede hacer en una web de aerolíneas: ¿cómo buscar información en la home?, el proceso de búsqueda de vuelos, los resultados, la compra del billete de avión y el uso de ofertas y funcionalidades relacionadas.

Hemos valorado la **sencillez**, la **claridad**, la **facilidad de uso** y la **visualización** de distintos mensajes, tanto de error como de atención.

En cada caso de uso, nos hemos hecho preguntas simples, para ayudar a reproducir las acciones más comunes que un usuario realizaría para completar con éxito una operación de búsqueda y compra-venta de un vuelo.

La creación de este análisis se ha basado en la comparativa de 12 webs de aerolíneas*.

*NOTA: Ninguna de las empresas analizadas en la comparativa se ha involucrado en la definición de este documento.

¿Por qué estas webs?

Esta selección se ha realizado de un benchmarking de más de 50 aerolíneas.

Entre ellas, se han escogido 12 de las más relevantes y representativas de cada uno de los 5 continentes.

Aerolíneas analizadas

1. Emirates (www.emirates.com)
2. Alitalia (www.alitalia.com)
3. Britishairways (www.britishairways.com)
4. American Airlines (www.aa.com)
5. Lufthansa (www.lufthansa.com)
6. Aerolíneas Argentinas (www.aerolineas.com.ar)
7. Air Asia (www.airasia.com)
8. Air france (www.airfrance.es)
9. Qantas (www.qantas.com.au)
10. Air Canada (www.aircanada.com)
11. Airgreenland (www.airgreenland.com)
12. Iberia (www.iberia.es)

Los resultados

¿Qué preguntas hemos realizado?

Una vez analizado el proceso de compra, volvemos al inicio para analizar las ofertas y funcionalidades de las webs.

Aunque somos conscientes que este apartado correspondería más a las fases iniciales, hemos creído oportuno dejarlo para el final por la tipología de contenidos que se trata.

Se han analizado las ofertas, la tipología de las mismas, así como su efectividad a la hora de captar la atención de los usuarios y la conversión que pueden obtener.

Por otro lado, se ha observado la importancia que se les otorga, para evaluar la relevancia que se le da desde la propia web.

Finalmente, hemos analizado las funcionalidades de cada web, su tipología y localización dentro de la web.

Teniendo en cuenta las necesidades de los usuario y haciendo hincapié en la forma y distribución de los elementos, su claridad y la facilidad de uso, hemos realizado las siguientes preguntas para poder evaluarlos:

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

¿Las entiende el usuario? ¿Se visualizan correctamente?

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

¿Son suficientes? ¿Hacen falta más?

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

¿Se presentan de forma correcta? ¿Ayuda a su comprensión?

¿Qué tipo de ofertas son?

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

¿Son obstrusivas? ¿Están integradas de forma correcta?

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

¿De que tipo? ¿Dónde se localizan?

Emirates

www.emirates.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

3

Las ofertas mostradas por Emirates son claras y concisas.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

1

Existen pocas ofertas en la página de inicio. Dada la tipología de compañía (alto standing) es comprensible. Inciden más en los banners propios. Se disponen más ofertas en un apartado específico.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

3

Las ofertas se presentan de una manera correcta y limpia. Se detectan fácilmente en un primer vistazo.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

3

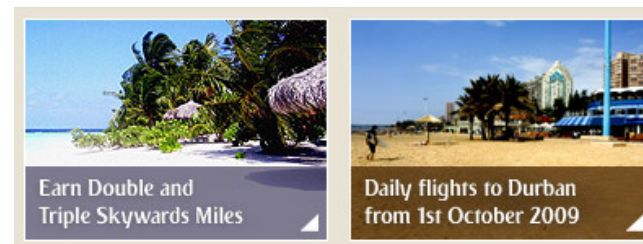
Se les otorga una importancia considerable, ya que se sitúan junto al buscador.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

2

No tiene funcionalidades a destacar salvo la excelencia y el alto standing al que se dirigen y venden.



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	3
Cantidad de las ofertas	1
Presentación	3
Importancia	3
Funcionalidades	2

Puntuación general



Alitalia

www.alitalia.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

2

Las ofertas presentadas en la web de Alitalia son claras y correctas.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

3

Existen ofertas en la home y en un apartado interno.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

3

Las ofertas se presentan de forma correcta y limpia, mediante varios banners y listados.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

2

Aunque su relevancia es correcta, quedan en un segundo plano por su propio volumen, ya que ninguna, salvo el banner principal, destaca sobremanera.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Existen funcionalidades de búsqueda; Buscador de Hotel, coche, etc. Y algunas funcionalidades para usuarios; Check in, consulta horarios, etc...



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	2
Cantidad de las ofertas	3
Presentación	3
Importancia	2
Funcionalidades	3

Puntuación general



British Airways

www.britishairways.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

2

Las ofertas que se muestran son correctas, aunque se pueden mejorar de forma sencilla.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

2

Existen 4 banners en la home que nos lleva a la página de ofertas.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

1

Se puede mejorar tanto gráfica como visualmente, ofreciendo más información al usuario acerca de las ofertas o indicando la consecuencia de la acción.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

3

Las ofertas se encuentran en el bloque central. Su presencia es considerable, aunque no muy bien organizada.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Existen opciones de gestión de reserva, cambios y modificaciones.



Ofertas especiales

> Nuestras ofertas especiales.



ESCAPADAS ROMÁNTICAS

Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	2
Cantidad de las ofertas	2
Presentación	1
Importancia	3
Funcionalidades	3

Puntuación general

0	1	2	3
No existe	Mal aplicado	Correcto	Bien aplicado

American Airlines

www.aa.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

3

Existen ofertas en la home y en un apartado interior. Aunque son claramente visibles, se diluyen y pueden pasar desapercibidas por el alto número de elementos que coexisten en la web.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

3

Existen un banner principal y un pequeño listado de ofertas. No son demasiadas, aunque están bastante bien segmentadas.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

1

La presentación de las ofertas es bastante pobre, aunque bastante acorde con la web.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

2

Respecto al resto de objetos, no pasan desapercibidas, aunque se pueden destacar considerablemente.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Existen funcionalidades como Cambio de reservas, puntos, etc. Situadas en un lugar visible.



Fare Sale Alerts

Chicago O'Hare, IL to Central Wisconsin, WI	\$79* Restrictions
Abilene, TX to Dallas / Ft. Worth, TX	\$73* Restrictions
Dallas / Ft. Worth, TX to Austin, TX	\$49* Restrictions

[Edit Cities](#)

* Fares shown are each way, based on round-trip purchase. Taxes, fees and conditions apply.

Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	3
Cantidad de las ofertas	3
Presentación	1
Importancia	2
Funcionalidades	3

Puntuación general



Aerolíneas Argentinas

www.aerolineas.com.ar

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

No se aprecian ofertas en la home.

0

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

Escasa o ninguna. No se distinguen

0

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

Demasiados objetos. No hay ofertas.

1

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

La importancia de las ofertas es muy baja, ya que pasan desapercibidas.

0

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

Existen ancillaries en menú superior.

Bajo el buscador existen algunas funcionalidades, aunque quedan un tanto ocultas.

2



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas 0

Cantidad de las ofertas 0

Presentación 1

Importancia 0

Funcionalidades 2

Puntuación general

0

1

2

3

No existe

Mal aplicado

Correcto

Bien aplicado

Air Asia

www.airasia.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

1

En este caso las ofertas es lo más visible en la página de inicio. Incluso se podría afirmar que resultan demasiado llamativas.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

1

Se presentan de forma clara. El banner principal destinado a ofertas. Columna derecha con ofertas. Correcto. Incluso demasiado graficas. Se pegan.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

2

Las ofertas tienen una presentación correcta y destacada, aunque un tanto excesiva dados los colores que se usan.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

2

La presencia de las ofertas en la home es importante, incluso excesiva.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Existen funcionalidades bajo el buscador y caja de log-in; horarios/retrasos, en el proceso de compra y en la home (mapa, etc.)



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	1
Cantidad de las ofertas	2
Presentación	2
Importancia	2
Funcionalidades	3

Puntuación general



Air France

www.airfrance.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

2

Las ofertas mostradas quedan un tanto ocultas.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

2

No existen muchas ofertas, y las que se muestran no están muy bien situadas. En el menú de navegación existe un apartado de ofertas.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

2

La presentación es correcta, aunque la cantidad de elementos que coexisten en la home hace que pase desapercibido.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

2

Dada la poca relevancia y el bajo número de ofertas, pasan bastante desapercibidas.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Existen funcionalidades y utilidades para usuarios en la página de inicio. Un aspecto al que le han prestado detalle.

Mejores ofertas



EE.UU desde 369€

ida y vuelta, precio final

Nueva York desde 369 €

Boston desde 403 €

Miami desde 496 €

Los Angeles desde 498 €

[→ Todas nuestras ofertas](#)

Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	2
Cantidad de las ofertas	2
Presentación	2
Importancia	2
Funcionalidades	3

Puntuación general



Qantas

www.qantas.com.au

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

3

Las ofertas se presentan de forma muy clara. Existe la posibilidad de visualizar distintas ofertas mediante desplegables.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

3

Se muestran muchas ofertas en muy poco espacio.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

3

La presentación de las ofertas es correcta y bien destacada.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

1

Tienen una gran importancia respecto al resto de elementos que conforman la página de inicio. Es el elemento que más importancia tiene en toda la web.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

2

Existen funcionalidades en el menú de navegación.

The screenshot shows a promotional banner for 'Australia's Greatest Cities Sale' with flights from Adelaide. It features a 'Specials' header, a 'Subscribe for specials' button, and a search bar set to 'Canberra'. Below the search bar, there are two columns of flight offers:

Australia's Greatest Cities Sale Flights from Adelaide		On Sale Now!	
Melbourne	\$69* one way	Beijing	\$1303* return
Sydney	\$69* one way	Shanghai	\$1303* return
Brisbane	\$99* one way	Los Angeles	\$1304* return
▶ Show All *Prices in AUD from		▶ Show all * Prices in AUD from	

Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas 3

Cantidad de las ofertas 3

Presentación 3

Importancia 1

Funcionalidades 2

Puntuación general

0 1 2 3

No existe Mal aplicado Correcto Bien aplicado

Air Canada

www.aircanada.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

1

No queda nada claro si son ofertas o avisos de algún tipo. No indican precios ni referencias.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

1

Existen pocas ofertas en la página de inicio. En el menú de navegación existe un apartado con múltiples ofertas

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

1

Están tan integradas en la web que pasan desapercibidas. Necesitan ser destacadas.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

1

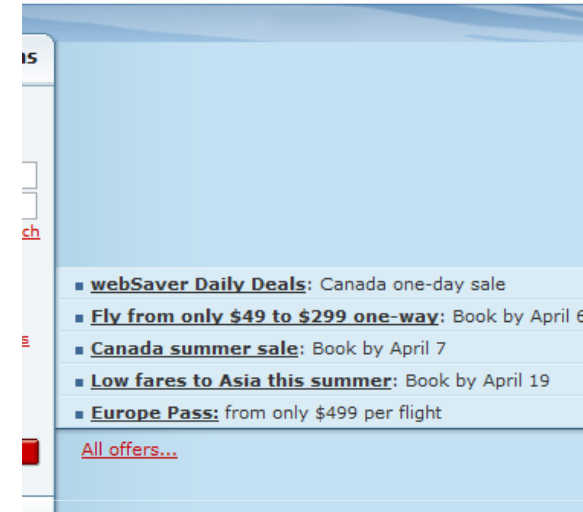
Tienen poca importancia y pasan desapercibidas. Las ofertas del menú (apartado) tienen más relevancia.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Muy bien. Existen diversas funcionalidades en la home, incluidas en la parte inferior del buscador.



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas 1

Cantidad de las ofertas 1

Presentación 1

Importancia 1

Funcionalidades 3

Puntuación general

0 1 2 3

No existe Mal aplicado Correcto Bien aplicado

Air Greenland

www.airgreenland.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

No existen ofertas en la página de inicio.

0

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

No existen ofertas en la página de inicio.

0

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

No existen ofertas en la página de inicio.

0

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

No existen ofertas en la página de inicio.

0

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

En el buscador existen diversas funcionalidades, situadas y presentadas de forma correcta y atractiva.

2



Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	0
Cantidad de las ofertas	0
Presentación	0
Importancia	0
Funcionalidades	2

Puntuación general

0	1	2	3
No existe	Mal aplicado	Correcto	Bien aplicado

Iberia

www.iberia.com

Claridad de las ofertas

¿Son claras las ofertas que se muestran?

3

Existe un banner principal grande y un listado de ofertas segmentadas por zonas geográficas. El sidebar o barra lateral también ofrece ofertas destacadas.

Cantidad de ofertas

¿Cuántas ofertas existen?

2

Existen muchas ofertas. El banner principal es rotativo, y los listados son bastante extensos y no destaca nada en ellos.

Presentación

¿Cómo se presentan las ofertas?

2

La presentación es correcta. Un gran banner junto con una serie de listados. Se debería destacar algún listado para romper la monotonía de los mismos.

Importancia

¿Qué importancia tienen respecto al resto de objetos?

2

El banner principal se presenta bien destacado. Los banners del sidebar pasan un tanto desapercibidos.

Funcionalidades

¿Existen funcionalidades interesantes?

3

Abundantes funcionalidades y a mano, bajo el buscador.

iberia SENDO

Cuota gratuita primer año + 1 vuelo i/v gratis con iberia

Nuestros vuelos + baratos desde... Seleccione un origen...

Vuelos a Alicante	trayecto desde	22 €
Vuelos a Madrid	trayecto desde	17 €
Vuelos a A Coruña	trayecto desde	22 €
Vuelos a Vigo	trayecto desde	22 €
Vuelos a Pamplona	trayecto desde	22 €
Ofertas de vuelo a Europa, Africa y Oriente Medio		
Vuelos a Munich	i/v desde	120 €
Vuelos a Paris	i/v desde	106 €
Vuelos a Milan	i/v desde	88 €
Vuelos a Lisboa	i/v desde	51 €
Vuelos a Zurich	i/v desde	168 €
Ofertas de vuelo a America		
Vuelos a Mexico	i/v desde	495 €
Vuelos a Caracas	i/v desde	568 €

Valoración de los apartados

Claridad de las ofertas	3
Cantidad de las ofertas	2
Presentación	2
Importancia	2
Funcionalidades	3

Puntuación general



Tabla comparativa

Comparación visual de los valores y webs analizados

En esta tabla se muestran los distintos **resultados obtenidos** durante la evaluación de los distintos sites.

En ella se valoran los elementos que componen relativos a ofertas y funcionalidades, así como la relevancia de los mismos, y se muestra la puntuación otorgada a cada una de las webs.

● Bien aplicado
Caso aplicado de forma satisfactoria

◐ Correcto
Caso aplicado de forma correcta, aunque se puede mejorar

⊗ Mal aplicado
Caso aplicado de forma errónea

○ No existe
No existe

	Claridad ofertas	Cantidad ofertas	Presentación	Importancia	Funcionalidades
Emirates	●	⊗	●	●	◐
Alitalia	◐	●	●	◐	●
B. Airways	◐	◐	⊗	●	●
A. Airlines	●	●	⊗	◐	●
Lufthansa	●	◐	●	●	●
Aerolíneas	○	○	⊗	◐	○
Air Asia	◐	◐	◐	◐	◐
Air france	◐	◐	◐	◐	●
Qantas	●	●	●	⊗	◐
Air Canada	⊗	⊗	⊗	⊗	●
Airgreenland	○	○	○	○	◐
Iberia	●	◐	◐	◐	●

● Bien aplicado ◐ Correcto ⊗ Mal aplicado ○ No existe

Sobre nosotros

Creación del documento

Este documento ha sido creado tras realizar varios trabajos para aerolíneas de ámbito internacional. Por motivos de confidencialidad, sus datos no figuran en este documento.

“Análisis de 12 aerolíneas internacionales. Proceso de compra” es parte de una colección de monográficos.

Para saber más puedes contactar con nosotros en info@arquonauta.es o bien en la web de Arquonauta, www.arquonauta.es.

Sobre Arquonauta

Somos un equipo joven de consultores **expertos en diseño de interacción y usabilidad**, especializados en analizar, mejorar y crear espacios digitales sencillos de utilizar.

Nuestro foco es entender al usuario y diseñar para él. Creemos en la experiencia on-line y pensamos que la belleza de una web radica en su sencillez.



Arquonauta Consulting

www.arquonauta.es • info@arquonauta.es

Ausiàs Marc 26, 5è-57, 08010 Barcelona • Tel. 93 342 89 48