

CONVERSACIONES CONVERSATIONS



LA HISTORIA DE IBERIA, POR QUIENES MEJOR LA CONOCEN / IBERIA'S HISTORY, BY THOSE WHO KNOW IT BEST

JUAN ANTONIO MARÍN, EXJEFE DE VENTAS DEL AEROPUERTO, HABLA CON SAÚL ALONSO, UNA DE LAS CARAS JÓVENES DE IBERIA.COM

JUAN ANTONIO MARÍN, A FORMER AIRPORT SALES MANAGER, AND SAÚL ALONSO, ONE OF IBERIA.COM'S YOUNGEST STAFF, DISCUSS CHANGING TECHNOLOGY

Saúl Alonso: Juan Antonio, por lo que veo, todos te conocen en Iberia. ¿Cuántos años estuviste en la compañía?

Juan Antonio Marín: 39; entré en 1969. Primero trabajé cinco años en la dirección económico-financiera. Luego me fui al aeropuerto, donde estuve ocho años, hasta que me ficharon en Tarifas. Éramos cinco personas; nos llamaban "los Cinco Magníficos". Llevábamos la relación con las grandes agencias de España y calculábamos manualmente las tarifas; cuando se tocaban varios puntos era muy complicado, pero apasionante. Ahora todo está informatizado, ¿no?

SA: Casi. Ahora metes el origen y destino en iberia.com y ya está. Te sale incluso un calendario en el que se indica qué días tienes los precios más baratos...

JAM: Así cualquiera (risas).

SA: Y no solo puedes emitir el billete de avión. Ofrecemos también la posibilidad de reservar el hotel, alquilar un coche, si quieres comprar exceso de equipaje... Todo *online*.

JAM: ¿Sabes una cosa muy buena que teníamos antes? Relación personal y directa con el cliente y con las agencias. Una cosa que nos pedían mucho cuando viajaban con grupos era que les emitiéramos las tarjetas de embarque.

SA: Eso ahora lo pueden hacer solos desde iberia.com, y con

Saúl Alonso: Juan Antonio, as I see it, everybody in Iberia knows you. How many years were you with the company?

Juan Antonio Marín: Thirty-nine; I started in 1969. I worked five years in the Finance Department first. Then I went to the airport. I was there for eight years, until they sent me to Rates. There were five of us – they called us 'the Magnificent Five'. We were in charge of relations with Spain's biggest agencies and we calculated the rates by hand. It was very difficult, but exciting. Nowadays, it's all computerised, isn't it?

SA: Almost. Now you put the origin and destination into iberia.com and there you have it. You even get a calendar that tells you which days have the cheapest prices.

JAM: Just like that [laughs].

SA: And not only can you issue the ticket, we also offer the chance to book the hotel, hire a car, buy excess baggage... All online.

JAM: Do you know something good that we used to have before? A personal, direct relationship with the customer and with the agencies. One thing they'd ask us when travelling with groups was for us to issue their boarding passes.

SA: But now they can do it by themselves via iberia.com, and well in advance. The trend is for customers to manage themselves.

CONVERSACIONES CONVERSATIONS

bastante antelación. La tendencia es que los clientes se autogestionen. La gente joven no quiere depender de nadie y prefieren hacerlo ellos mismos. Y no llevar documentos encima; ahora lo llevamos todo en el móvil.

JAM: Es verdad. No tiene nada que ver. Mi hija lleva absolutamente todo en este cacharro, que vale hasta para hablar por teléfono. Pero siempre, antes y ahora, los detalles son los que marcan la diferencia. Empatizar con el cliente, ponerte en su lugar, ser generoso e intentar ayudarle siempre. Al final, ganas clientes así. Yo creo que quizá se ha perdido un poco eso.

SA: Yo no creo que se haya perdido, sino que ha cambiado. Ahora hay otros puntos de contacto, otros medios. Tenemos un *contact center* 24h con una atención magnífica. Y en internet, lo que antes se hacía cara a cara, ahora lo hacen los clientes, sin intermediarios. De hecho, estamos trabajando en mejorar la experiencia del usuario. Queremos mejorar las aplicaciones que tenemos ahora mismo, tanto la web como la *app* para el móvil. Tener un contacto efectivo con los clientes, sin aburrirlos. La tecnología nos permite conocerles mejor y darles una experiencia adecuada. Esperamos que en un futuro próximo seamos capaces de decirle a un cliente: 'Buenos días, señor González. ¿Ventanilla, como siempre?'

JAM: Con millones de pasajeros y se acuerdan de mí, de este detalle. Me parece una iniciativa estupenda.

SA: Oye, Juan Antonio. Seguro que tú viviste los principios de la transición de lo analógico a lo digital. ¿Cómo fue ese cambio?

JAM: Claro que lo viví. La tecnología te facilitaba el trabajo de tal manera... Fue un avance total.

SA: Es sorprendente cómo avanza todo. El futuro que está planteando Iberia es muy ambicioso, muy tecnológico, y muy ligado al cliente, que es lo importante. Oye, una curiosidad. Ahora, cuando viajas, ¿eres de los que lleva la tarjeta de embarque en el móvil?

JAM: ¡Qué va, qué va! La verdad es que viajo con un amigo que se encarga de todo.



Young people don't want to depend on anyone and prefer to do it themselves. And to not carry documents. Now it's all stored in our mobile phones.

JAM: It's true. It's completely different. My daughter has absolutely everything in this device, which even can be used as a phone. But it's always the details that make the difference. Empathise with the customer, put yourself in his or her place, be generous and always try to help. In the end, that's how you gain customers. I think maybe that a bit of that's been lost.

SA: I don't think it's been lost, but it has changed. Nowadays, there are other points of contact, other means. We have a 24-hour contact centre with great service. And what used to be done face to face, now is done by customers themselves, on the internet and without intermediaries. In fact, we're working on improving the user experience. We want to improve the applications we have right now, both the web and the app for mobiles, and to have effective contact with customers, without boring them. Technology helps us know them better to give them the right experience. We hope that, in the near future, we'll be able to say to a client: "Good morning, Mr González. Window seat, as usual?"

JAM: Millions of passengers... and they remember me, remember that detail. I think it's a great initiative.

SA: Juan Antonio, you must have seen the beginning of the transition from analogue to digital. What was it like?

JAM: Yes. The technology made our work so much easier... It was a total breakthrough.

SA: It's amazing how everything progresses. The future Iberia is proposing is very ambitious, very technological, and closely linked to customers, which is important. Just wondering... now, when you travel, do you have your boarding pass on your mobile?

JAM: No way! Actually, I travel with a friend who handles that kind of stuff for me...