



Adelantándonos a las circunstancias

Cómo Discovery Inc. adoptó la tecnología de viajes ágil para promover la sostenibilidad y la seguridad de sus viajeros



5,566
viajeros incorporados a
FCM Extension



37,954
notificaciones de seguridad



4,675
recordatorios de boletos no
utilizadas



48,535
alertas de fugas

Dos empresas, una visión ágil

Discovery Inc. es una empresa multinacional de medios de comunicación de masas que explota un grupo de marcas de televisión factual y de estilo de vida, como su homónimo Discovery Channel, Animal Planet, Science Channel, TLC, y muchas otras emisoras populares. Su misión es mostrar las pasiones, costumbres y estilos de vida de personas de todo el mundo. Al buscar un socio de gestión de viajes, para Discovery era importante asociarse con una TMC que estuviera en consonancia con su cultura única, que se dedicara a alcanzar sus objetivos y creyera en la misión de Discovery de dar voz a lo inaudito y a lo desconocido. En 2019, FCM se convirtió en ese socio.

Una oportunidad para reinventarse

Como muchas empresas de todo el mundo, las operaciones globales de viajes de Discovery hicieron una pausa imprevista en 2020. La seguridad de sus viajeros siempre ha sido una prioridad absoluta, pero a raíz de la pandemia mundial se hizo evidente que era necesaria una nueva estrategia de comunicación. Lo que al principio parecía un obstáculo pronto se transformó en una oportunidad: la oportunidad de que Discovery aprovechara esa pausa no sólo para crear soluciones, sino para innovar.



Objetivos de viaje de Discovery para 2020 y el futuro

- Evaluar la información actualizada sobre restricciones de viaje a/desde todos los puntos del mundo, teniendo en cuenta las restricciones y/o requisitos internacionales y locales.
- Comunicar las restricciones y expectativas de viaje a los viajeros de forma efectiva
- Proporcionar a los viajeros información actualizada sobre los riesgos de viaje para que puedan tomar decisiones con conocimiento de causa
- Garantizar que se respeten los protocolos de gestión de riesgos, impulsando el cumplimiento de las políticas y los canales de reserva adecuados
- Crear un proceso de aprobación sostenible cuando se reanuden los viajes
- Limitar el desperdicio de boletos no utilizados

Encontrando un camino juntos
"Ahora es más importante que nunca asegurarnos de hacer llegar el mensaje a los viajeros al momento de reservar su viaje. Así que, cuando FCM propuso Shep, supe que era la respuesta para nosotros".

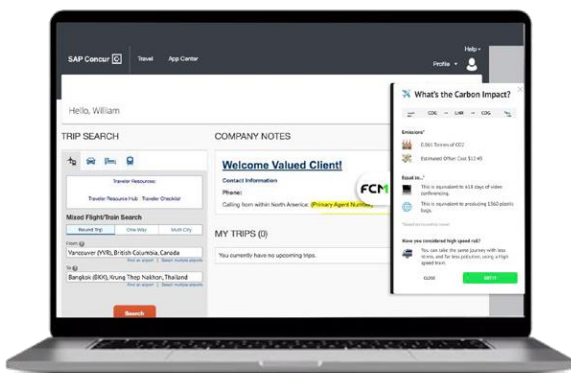
YUKARU TORTORICH,
VICEPRESIDENTE DE SERVICIOS GLOBALES
DE VIAJE, DISCOVERY INC

Mientras Discovery revisaba su programa de viajes, una empresa llamada Shep llamó la atención de FCM, y se presentó la oportunidad de incorporar esta innovadora herramienta a la plataforma de tecnología de viajes de FCM. Shep se diseñó originalmente para reducir las fugas de viajes, pero FCM quería ir más allá y encontrar más formas de aprovechar e incorporar esta ingeniosa herramienta a los procesos de viaje de los clientes.

FCM conectó los puntos y tuvo una lluvia de ideas que resolvería el problema de comunicación de Discovery y fomentaría la innovación: una extensión rediseñada para navegadores con mensajes mejorados para una mayor seguridad de los viajeros. Y vaya que aumentaron los mensajes de seguridad: 37,954 para ser exactos.

FCM conectó los puntos y tuvo una lluvia de ideas que resolvería el problema de comunicación de Discovery y fomentaría la innovación: una extensión del navegador rediseñada con mensajes mejorados para aumentar la seguridad de los viajeros. Y aumentó los mensajes de seguridad: 37.954 para ser exactos.

Y así nació FCM Extension



Tras un exitoso piloto con Discovery en 2021, FCM adquirió Shep en su totalidad y nació FCM Extension. La nueva FCM Extension activa notificaciones de viaje emergentes cuando los empleados buscan o reservan viajes de negocios en varios sitios, incluida su herramienta de reservas en línea y sitios de viajes para consumidores. La extensión hace cumplir la política en el punto de venta, recordando a los viajeros las estipulaciones de la política y las normas de viaje, como los destinos restringidos durante una pandemia, ayudando a las empresas a mejorar el cumplimiento de su programa de viajes y la seguridad de sus viajeros.

Con el acceso administrativo de Discovery a FCM Extension, ellos mismos pueden crear mensajes personalizados, lo que permite a los equipos de seguridad internos contribuir a la mensajería y determinar qué mensajes deben aparecer dónde y cuándo. En consonancia con el objetivo del programa de Discovery de maximizar sus ahorros, FCM Extension funciona también como un rastreador de boletos no utilizados, ayudando a identificar dichos boletos y alertando a los viajeros de Discovery en el punto de venta para que no se echen a perder.

"El nivel de personalización que hemos podido alcanzar ha cambiado realmente las reglas del juego. Me encanta el hecho de que FCM y Shep han estado abiertos a mis sugerencias y estén trabajando para que esta herramienta realmente funcione para nosotros".

YUKARU TORTORICH,
VICEPRESIDENTE DE SERVICIOS GLOBALES DE VIAJE,
DISCOVERY INC



Onboarding exitoso

Discovery incorporó a 5,566 usuarios a FCM Extension, y capacitó a estos viajeros sobre las ventajas y la forma de usar la extensión.

FCM Extension está disponible en las bibliotecas de extensiones de Google Chrome y Microsoft Edge. La estructura flexible de la API de FCM Platform permitió al equipo de informática de Discovery integrar la funcionalidad single sign-on de la extensión en su infraestructura ya existente. Una vez completado esto, Discovery pudo simplemente hacer un "push" de la extensión a todos los navegadores Chrome.

Para facilitar un lanzamiento sencillo, FCM y Discovery trabajaron juntos para diseñar una infinidad de notificaciones de entrenamiento que cubrían temas como recordatorios para actualizar su perfil de Concur; cómo reservar viajes fuera de horario; recordatorios para verificar el tipo de avión; información sobre el propósito del viaje; y más. Estas notificaciones se activaron 20, 175 veces a los 5,566 usuarios, garantizando que los viajeros conocieran las políticas y procedimientos de viaje de Discovery.

Sembrando un pasto más verde

Animar a los viajeros a tomar decisiones más sostenibles era una prioridad máxima, por lo que FCM configuró la Extensión para activar 14 tipos diferentes de notificaciones de sostenibilidad. Estas notificaciones se mostraron a los viajeros 33,335 veces durante 2021 y 2022, y les alertaron sobre opciones de hotel más ecológicas, el impacto de carbono de su elección de vuelo y los objetivos generales de sostenibilidad de Discovery.

La seguridad ante todo

De 2020 a 2021 se produjeron importantes riesgos para la seguridad de los viajeros, ya fuera en forma de disturbios políticos o de pandemia. Fue fundamental que los viajeros conocieran cualquier riesgo para la seguridad antes de completar la reserva de su viaje. FCM configuró las notificaciones con una integración con Riskline (una fuente de datos externa para información sobre COVID-19), autorizaciones previas para viajes y diversas restricciones y advertencias de viaje. En total, FCM Extension activó 37,954 notificaciones de seguridad y riesgo, garantizando que los viajeros conocieran la información de seguridad cuando la necesitaban.



El marcador final

- ✓ 48,535 avisos de fuga
- ✓ 33,335 notificaciones de sostenibilidad
- ✓ 5,566 usuarios incorporados
- ✓ 37,954 alertas de seguridad
- ✓ 4,675 recordatorios de boletos no utilizados
- ✓ 20,175 mensajes de entrenamiento
- ✓ 9,345 viajes reservados

Un futuro brillante

FCM Extension es la prueba del poder de la colaboración. Aunque el sector de los viajes (¡y el mundo!) siempre evolucionará, FCM continuará creando soluciones ágiles que ayuden a los programas de viajes como el de Discovery a mantenerse actualizados, eficientes y listos para el futuro.

