

# Volaris: Una breve biografía de una Empresa Dedicada Socialmente

**Volaris se esfuerza por maximizar la eficacia de social media como canal de comunicación**



Desde el primer vuelo Volaris cruzó el cielo en marzo de 2006 y desde ese entonces, se ha dedicado a ofrecer un servicio de alta calidad a un precio bajo. Volaris es en México la segunda aerolínea más grande, sirviendo a más de 30 destinos a nivel nacional, así como a los Estados Unidos. Además de ofrecer un servicio al cliente de calidad en el aire, Volaris cree firmemente en la responsabilidad social de las empresas y se conecta a las comunidades que sirve.

## Social media: Cómo empezó todo

Volaris comenzó utilizando Facebook y Twitter a mediados de 2009. Desde el comienzo de su campaña de social media, Volaris publicó una gran variedad de contenido dirigido a su diversa base de clientes. En un principio se decidió invertir en social media, porque era fácil de usar y por que se trataba de un nuevo canal de comunicación directo para sus clientes y fans, así como para aprender sobre las relaciones públicas, estrategias de marketing, información general y fotografías sobre líneas aéreas y de viajes que podían incrementar el awareness de la aerolínea y como resultado un crecimiento de tráfico al sitio web. Desde el inicio de la campaña social media se experimentó un alto crecimiento de engagement rate entre sus fans y seguidores. Sin embargo, no fue hasta marzo de 2012, cuando Volaris centró sus esfuerzos en social media para resolver algunos de los problemas relacionados con servicio al cliente.

El 13 de marzo de 2011 Volaris tuvo precios de promoción por su aniversario, la mayor parte del año. Esta promoción creó tal euforia que la página web de Volaris fué saturada. Debido a la gran cantidad de preguntas de servicio al cliente, el call center de Volaris estaba ocupado, dando lugar a una gran cantidad de clientes que no pudieron hablar con los representantes de servicio al cliente. Volaris galvanizó el uso de social media para proporcionar actualizaciones periódicas sobre los vuelos de promoción, además de responder a las preguntas de los clientes directamente a través de Facebook y Twitter. Por otra parte, una vez que las solicitudes de servicio al cliente fueron respondidas el servicio regresó a la normalidad, por lo que fué el parte aguas para que Volaris utilizara redes sociales para ponerse en contacto con los clientes que no pudieron comprar sus boletos debido a la gran cantidad de visitantes a la página web.

Contact Social Media Experts  
[experts@socialbakers.com](mailto:experts@socialbakers.com)

## Volaris: Una Empresa Dedicada Socialmente

A pesar de que la caída de la página web planteaba una amenaza inicial a Volaris, se hizo evidente que social media representó una solución para resolver uno de los principales problemas de servicio al cliente. A partir de este punto, Volaris hizo uso de dos equipos de gestión en social media para responder preguntas y resolver problemas relacionados con el servicio a cliente en una base 24/7. Ahora Volaris se dedica a responder a cada demanda social de manera individual y de forma rápida demostrando así que su equipo de gestión de medios sociales está facultado para ponerse en contacto con todos los departamentos internos con el fin de resolver cualquier problema inminente.

Además de proporcionar un servicio de calidad social, Volaris activa post con mas contenido de engaging acerca de varios programas y eventos que patrocinan. Por otra parte, Volaris es conocida por el interés generado entre sus fans y seguidores con respecto al contenido relacionado con estos eventos, ilustrando así su devoción a la utilización de social media, así como un flujo de dos vías de comunicación.

### Dedicado a Beneficios Sociales: ¿Qué cambió para Volaris?

- Mejoró la comunicación con sus clientes para impulsar su página web, aumentando la publicidad y el éxito en su campaña de marketing.
- Habilidad para responder a las preguntas de servicio al cliente y resolver problemas de manera eficiente.
- Social media managers comenzaron a ser conscientes de los problemas de forma preventiva pudiendo resolverlos antes de que se convirtieran en problemas de gran escala o de crisis.
- Aumento de brand awarness de Volaris debido a la promoción social en eventos patrocinados y campañas de marketing.
- Recibe información directa de los usuarios resultando una mejora en el producto y estableciendo relaciones con los clientes.

Contact Social Media Experts  
[experts@socialbakers.com](mailto:experts@socialbakers.com)

## Volaris: Innovadoras campañas sociales

El equipo directivo de social media de Volaris, es un equipo que va más allá de sólo responder a las preguntas de los usuarios por la innovadora gestión de campañas diseñadas para maximizar el engagement y la participación de sus usuarios. El resultado de estas campañas es que Volaris experimenta tasas de engagement rate alto entre sus fans y seguidores. Esto significa que Volaris ha logrado con éxito no sólo aumentar el crecimiento de fans y seguidores de las tasas de crecimiento, sino también para mantener constante el interés social en su compañía. Algunas de estas campañas son:

- **Viaja a tu ritmo:** Este concurso de Facebook invitaba a que los usuarios enviarán videos de canciones creadas por ellos. Los 34 ganadores fueron premiados con vuelos gratuitos durante un año, así como la colocación de su nombre a un costado de un avión de Volaris (Marzo de 2012)
- **Nosotros somos los propietarios del cielo:** Volaris pidió a sus fans y seguidores fotografías que fueran tomadas durante el vuelo en la aerolínea. El resultado fue espectacular, Volaris recibió cerca de 800 fotografías durante la primera hora y los directores de social media recopilaron las mejores fotos para crear un álbum increíble, con tasas de participación muy alto (Julio 2012)



*"Desde el año 2009, Volaris se ha dedicado ampliar recursos para el desarrollo de campañas innovadoras y atractivas para aumentar el crecimiento de fans. Sin embargo, no fue hasta marzo de 2012, cuando se decidió utilizar social media para comunicarse de manera eficaz con nuestros consumidores con la finalidad de responder a las preguntas de servicio al cliente," dijo Sai Irene Sánchez Correa, Director de Relaciones Públicas y Medios de Comunicación Social. Ahora Volaris cuenta con dos equipos que respondiendo a las preguntas en social media durante todo el día y estamos orgullosos de decir que somos una empresa socialmente dedicada ."*

Sai Irene Sánchez Correa, Director de Relaciones Públicas y Medios de Comunicación Social

Contact Social Media Experts  
[experts@socialbakers.com](mailto:experts@socialbakers.com)

Get more information at  
[www.socially-devoted.com](http://www.socially-devoted.com)