***Story Telling***

Supongamos por un momento que estamos trabajando para una areolínea, sea privada o pública. Una de las cosas más importantes a la hora de gestionar la empresa es analizar a la clientela. Y un cliente feliz es un cliente que compra. Es por eso que en este proyecto se optó por elegir una dataset acerca del grado de satisfacción de los clientes de un aerolínea desconocida. Veamos en el supuesto de que nos soliciten un story telling de nuestro trabajo, como quedaría este armado hipotéticamente.

***Los clientes***

Nuestro primer paso es comprender a nuestros compañeros de viaje. La distribución de género parece bastante equilibrada, con un ligero sesgo hacia las mujeres. Los tipos de clientes ofrecen una mezcla diversa, desde pasajeros frecuentes leales hasta aventureros de una sola vez. La edad también pinta un cuadro variado, con millennials dominando los cielos junto a viajeros experimentados que buscan comodidad y conveniencia.

***El viaje***

Ya sea que busquen un viaje de negocios rápido o unas vacaciones relajadas, el "Tipo de viaje" revela motivaciones diversas. Comprender estas necesidades ayudará a las aerolíneas a adaptar sus ofertas y atender expectativas específicas. Las preferencias de clase también entran en juego, con pasajeros premium que probablemente esperan una experiencia significativamente más fluida que los de la clase turista.

***La experiencia del vuelo***

Ahora, profundicemos en la experiencia de vuelo en sí. El servicio de wifi a bordo, un elemento imprescindible en la actualidad, parece ser un factor diferenciador clave, mientras que los horarios de salida/llegada inconvenientes pueden arruinar incluso el viaje más meticulosamente planeado. La facilidad de reserva, la claridad de la ubicación de la puerta y los asientos cómodos contribuyen a un viaje positivo, mientras que la calidad de la comida y las bebidas, las opciones de entretenimiento y el servicio a bordo dejan impresiones duraderas.

***Los detalles***

Espacio para las piernas, manejo de equipaje, eficiencia del check-in y servicio a bordo: estos aspectos aparentemente pequeños pueden hacer o deshacer un vuelo. La limpieza también emerge como un factor crucial, asegurando un entorno higiénico y agradable para todos.

***La satisfacción del cliente***

Y finalmente, el santo grial: la satisfacción del cliente. Aquí es donde convergen todos los hilos de datos, pintando una imagen de cómo se sienten realmente los pasajeros sobre su experiencia de viaje. Comprender qué factores tienen el mayor impacto en la satisfacción será crucial para las aerolíneas para priorizar sus esfuerzos y ganar corazones (y puntos de lealtad).

Recomendaciones para las aerolíneas

* Ofrecer wifi a bordo de alta calidad. Este es un factor importante para los pasajeros de todas las edades, tipos de viajes y clases.
* Ofrecer horarios de salida/llegada convenientes para vuelos de corta distancia. Los pasajeros de vuelos de corta distancia son más sensibles a los horarios inconvenientes que los pasajeros de vuelos de larga distancia.
* Simplificar el proceso de reserva. Los pasajeros que reservan en línea fácilmente están más satisfechos con su experiencia de viaje general.
* Etiquetar claramente la ubicación de la puerta. Los pasajeros que encuentran fácilmente la ubicación de la puerta están más satisfechos con su experiencia de viaje general.
* Ofrecer comida y bebidas de calidad, entretenimiento a bordo y servicio a bordo atento. Estos factores contribuyen a una experiencia de vuelo positiva.
* Garantizar suficiente espacio para las piernas, un equipaje manejado adecuadamente, un check-in eficiente y un servicio a bordo atento. Estos factores pueden hacer o deshacer un vuelo.
* Mantener los aviones limpios. Los pasajeros que están satisfechos con la limpieza del avión están más satisfechos con su experiencia de viaje general.
* Minimizar los retrasos de salida y llegada. Los pasajeros que tienen un retraso de salida o llegada menor a 30 minutos están más satisfechos con su experiencia de viaje general.

Conclusiones

Las aerolíneas pueden mejorar la satisfacción del cliente al centrarse en los factores que se enumeran anteriormente. Al hacerlo, pueden transformar los viajes en una experiencia fluida y agradable, y verdaderamente ganar sus alas como campeonas de los cielos.