

Embora atualmente o mercado de publicidade móvel seja pequeno, ele está crescendo rapidamente (até 75% em 2012 e com crescimento estimado para mais de US\$22 bilhões até 2017) à medida que um número cada vez maior de empresas busca maneiras de explorar novos bancos de dados de localização. Os maiores provedores de publicidade de exibição na plataforma móvel são a iAd da Apple e a AdMob do Google (ambas com uma fatia de 21% do mercado), seguido por Millennial Media. O Facebook está em quarto lugar, mas movendo-se rapidamente para se recuperar. A Alcatel-Lucent oferece um novo serviço, a ser gerido pela Placecast, que identificará os usuários de telefone celular dentro do raio de uma determinada distância da loja mais próxima de um anunciante e os notificará sobre o endereço e número de telefone dessas lojas, talvez incluindo um link para um cupom ou outra promoção. Entre os clientes da Placecast estão Hyatt, FedEx e Avis Rent A Car.

SEÇÃO INTERATIVA: TECNOLOGIA

SERÁ QUE A TECNOLOGIA MÓVEL COLOCARÁ A ORBITZ EM POSIÇÃO DE LÍDER?

Quando se trata de aplicativos móveis e da avaliação do seu impacto sobre os consumidores e as empresas, o setor de agências de viagens on-line e seus sistemas de reservas de passagens aéreas e de hotel são provavelmente o melhor lugar para se examinar. E não há melhor empresa nesse setor de desenvolvimento de aplicativos móveis do que a Orbitz Worldwide Inc. A Orbitz conecta os consumidores às passagens de avião de 400 companhias aéreas, aos quartos de 80 mil hotéis no mundo inteiro, bem como aos carros de locação, cruzeiros e pacotes de férias.

A Orbitz foi lançada em 2001 por cinco grandes companhias aéreas — Delta, United, Continental, Northwest e American, para competir com agências de viagens na Internet como Priceline, Travelocity e Expedia, que estavam derrubando o setor de viagens. Essas empresas mantiveram-se como concorrentes de peso.

Desde o seu início, a Orbitz distinguiu-se como líder em tecnologia móvel. Em 2006, tornou-se a primeira agência de viagens na Internet a oferecer um site móvel onde os usuários podiam verificar o status do voo de 27 companhias aéreas, pesquisar hotéis nos Estados Unidos e em Cancun, no México, e acessar uma página pessoal com itinerários para viagens reservadas na Orbitz.

Durante os anos que se seguiram, a empresa implementou muitas melhorias nos seus serviços móveis. Permitiu que os usuários móveis visualizassem os tempos médios de espera nas filas dos aeroportos, localizassem serviços Wi-Fi disponíveis em aeroportos, estimassem os atrasos no check-in e tempos de espera em filas de táxi e visualizassem condições meteorológicas e de tráfego. Em 2010, a Orbitz reformulou seu site móvel para que os usuários de qualquer dispositivo habilitado para Web pudessem acessar recursos semelhantes a qualquer site de e-commerce de tela cheia, incluindo a capacidade de adquirir passagens de avião, reservar locação de carros e realizar reservas de hotel. Como

o site padrão da Orbitz, o site móvel redesenhado oferece um serviço de garantia de preço, o que garante aos clientes um reembolso automático caso outro cliente da empresa reserve o mesmo serviço por menos. A Orbitz também desenvolveu aplicativos que funcionam em iPhones, iPads e dispositivos Android, para executar as mesmas funções.

A empresa foi a primeira no mercado a ter um site de m-commerce criado especificamente para usuários corporativos. A oportunidade era enorme, já que a maioria dos viajantes corporativos carregam smartphones ou tablets. Os viajantes corporativos normalmente devem aderir a regras da empresa que especificam fornecedores preferenciais, limites de custo, serviços obrigatórios e documentação das despesas. Uma vez que cada empresa tem suas próprias “regras” corporativas para viagens, a plataforma de m-commerce precisava ser customizada para cada empresa. A Orbitz construiu um site móvel que podia ser acessado a partir de qualquer dispositivo habilitado para Web. O site móvel Orbitz for Business oferece o mesmo conjunto de ferramentas apreciado pelo mercado consumidor, incorporando recursos que permitem que os viajantes corporativos observem as diretrizes da empresa — a capacidade de inserir e modificar o objetivo da viagem, resultados de pesquisa que dão prioridade para fornecedores preferenciais e acesso aos dados de referência específicos da empresa.

Em 2011, o site de m-commerce foi novamente atualizado para responder a gestos intuitivos, agilizar transações via tela sensível ao toque e acomodar o tamanho pequeno da tela de qualquer dispositivo móvel habilitado para Web. A nova plataforma proprietária global de agência de viagens on-line da Orbitz cria páginas Web em HTML5 para dispositivos móveis, em tempo de execução, a partir de páginas Web padrão de e-commerce. Os usuários móveis podem reservar pacotes de férias, visualizar as economias obtidas por reservar simultaneamente um voo e um quarto de hotel e criar um perfil on-line vinculado

ao seu cartão de crédito para agilizar o processo de check-out. Os recursos de GPS e de pesquisa aprimorada permitem aos consumidores localizar os hotéis mais próximos e comparar preços, distância e avaliações; comparar as reservas de voos e locação de automóveis com base em vários critérios, incluindo o tipo de viajante; e acessar os comentários dos clientes. A Orbitz também instituiu ofertas exclusivas móveis válidas para o mesmo dia (em que é feita a busca), chamadas de Mobile Steals, disponíveis tanto no site de m-commerce como no aplicativo Hotels by Orbitz disponível para iPhone e dispositivos Android. Os proprietários são capazes de ocupar os quartos que, caso contrário, permaneceriam vagos, e os consumidores podem economizar até 50% da taxa normal. Enquanto apenas 12 a 14% dos compradores de sites tradicionais de e-commerce desejam reservar um quarto para a mesma noite em que eles estão realizando a busca, os usuários de smartphones e de outros dispositivos móveis reservam para a mesma noite entre 50 a 60% do tempo, porque é mais provável que estejam viajando e precisem de um quarto no último minuto.

A Orbitz apregoa a capacidade de reservar um quarto de hotel em apenas três toques. O novo site móvel produziu um aumento de 110% em visitas, um aumento de 145% na taxa de conversão e quatro vezes o número de transações em comparação com o site original de m-commerce da Orbitz. Ela tem se concentrado mais em hospedagem porque as reservas de hotel são mais rentáveis do que as reservas de passagens aéreas. O Priceline.com, a maior e mais rentável agência de viagens on-line, tem cerca de 90% das suas vendas provenientes de reservas de hotéis. A Orbitz tinha apenas 27% da receita proveniente de hotéis em 2011.

A Orbitz aprimorou ainda mais seus aplicativos iOS e Android para reduzir o número de passos necessários para pesquisar e fazer reservas, para que todo o processo possa ser realizado no dispositivo móvel sem redirecionar o usuário para os sites do hotel, da companhia aérea ou de locação de automóveis para completar a transação. A empresa agora tem aplicativos para iPhone, iPad, iPod Touch, Kindle Fire e dispositivos Android.

Será que todo esse investimento em tecnologia móvel faz diferença? Chris Brown, vice-presidente da Orbitz, responsável pela estratégia de produto, acredita que, embora as transações móveis em 2012 tenham respondido por menos de 10% das reservas totais, valerá a pena investir na capacidade de ser um jogador importante no mercado de m-commerce que está se ampliando rapidamente. O aumento da velocidade de operação fornecido pelos aplicativos móveis da Orbitz atrairá novos clientes, especialmente aqueles que tentam fazer reservas para o mesmo dia, que representam cerca de 50% das aquisições móveis de locação de veículos da Orbitz.

Mas as outras agências de viagens on-line também acreditam que os consumidores vão cada vez mais passar a usar o celular para fazer seus planejamentos de viagem, e eles também têm feito grandes investimentos em sites móveis, ferramentas de busca e apps. Priceline e TripAdvisor foram os mais bem avaliados por fornecerem uma experiência agradável e envolvente em seus sites, e ambos continuam a desfrutar um crescimento cada vez maior de visitantes individuais e visitas do que a Expedia e a Orbitz. Os viajantes estão cada vez mais planejando viagens em sites como o TripAdvisor, que agrega, em um único lugar, ofertas a partir de várias fontes diferentes on-line. (O TripAdvisor oferece mais de 100 milhões de opiniões de viajantes e obtém a maior parte de sua receita de anúncios e referências a outros sites de viagem.) O TripAdvisor recentemente reformulou seu site para mostrar aos clientes todas as taxas oferecidas por agentes on-line como Expedia, Priceline e Travelocity em uma única lista em seu site. Ao utilizar esse recurso de "metabúscas", os clientes são capazes de encontrar os menores preços em uma única tela, sem ter que clicar em vários links.

Fontes: Karen Jacobs, "Orbitz Profit Tops Forecasts, Hotel Booking Revenues Up", Reuters, 8 ago. 2013; Drew Fitzgerald, "Out of Nest, TripAdvisor Soars Past Expedia", *Wall Street Journal*, 8 ago. 2013; Karl Baker, "Orbitz Falls as CIO Exit Rekindles Hotel Growth Concerns", *Bloomberg Businessweek*, 10 jan. 2013; Ryan Peckyno, "How Mobile Will Impact Online Travel Companies, Motley Fool", 29 jul. 2013; Bill Siwicki, "Orbitz Spreads Its 'Mobile Magic' Throughout a Resdesigned M-commerce Site", *Internet Retailer*, 10 out. 2012; Kenneth C. Laudon e Carol GuerciTraver, *E-Commerce 2013*, Pearson Education (2013).

PERGUNTAS SOBRE O ESTUDO DE CASO

1. Qual a importância da tecnologia móvel na estratégia de negócio da Orbitz? Por quê?
2. Quais questões humanas, organizacionais e tecnológicas a Orbitz precisa resolver na sua estratégia móvel?
3. Por que os usuários de telefone celular são muito mais propensos a reservar quartos de hotel ou passagens aéreas para o mesmo dia?
4. Que papel a Orbitz for Business desempenha na estratégia de negócios da empresa?
5. Quão bem-sucedida é a estratégia móvel da Orbitz? Justifique sua resposta.