



desde 1840
abreu® online

RESERVATION SYSTEM | e-commerce

REUNIÃO ANUAL 2017

Erros, Zeros e Timeouts

abreonline.com

Erro vs. Zero vs. Timeout



Erro vs. Zero vs. Timeout

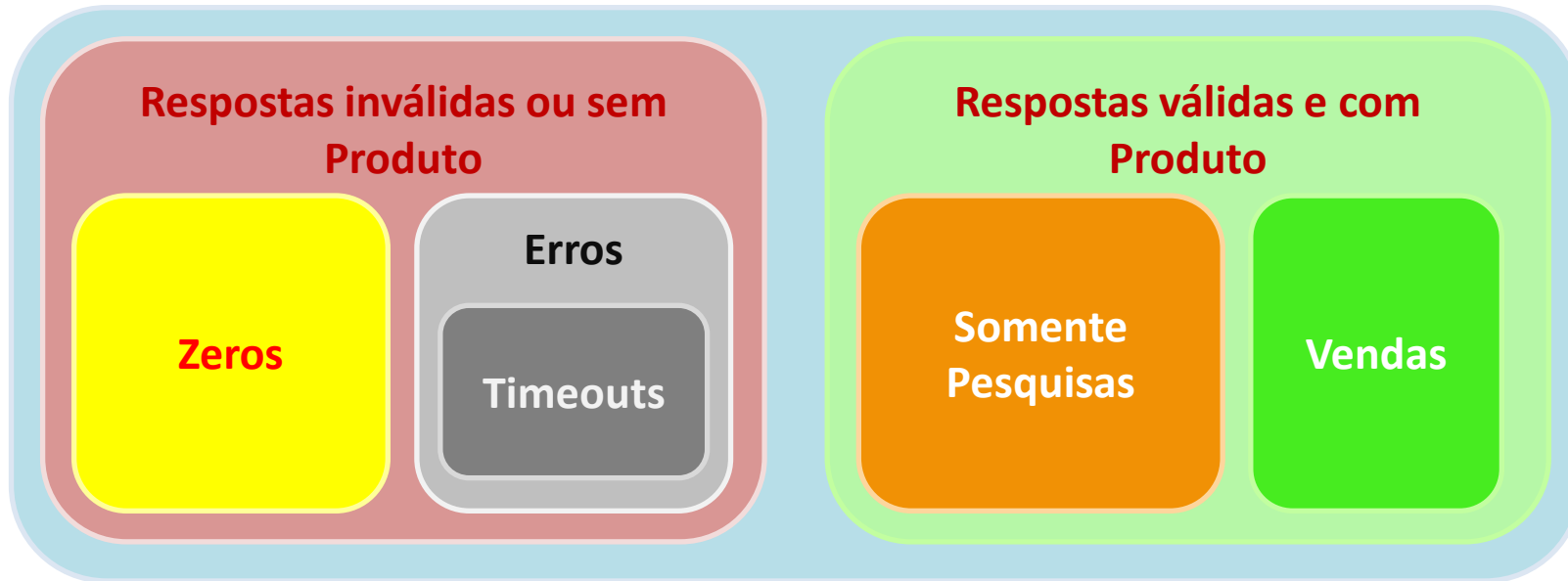
⇒ Zero = Resposta válida, mas sem Produto disponível

⇒ Erro = Resposta inválida

⇒ Timeout = É um tipo de Erro

Erro vs. Zero vs. Timeout

⇒ Representação gráfica das chamadas de um cliente ao Parsys



Erro vs. Zero vs. Timeout

⇒ Vemos todos estes dados no Targit

Zeros

City	Searches	Searches With Results	Errors	% Errors	Zeros	% Zeros	Zeros Last Year	Zeros Growth (%)
London (United Kingdom)	286.337	178.524	192	0,07%	107.621	37,59%	156.235	-31,12% ↓
Berlin (Germany)	247.595	146.036	240	0,10%	101.319	40,92%	93.923	7,87% ↑
Barcelona (Spain)	195.214	137.546	131	0,07%	57.537	29,47%	33.498	71,76% ↑

Top 30 Endpoints by Searches Details

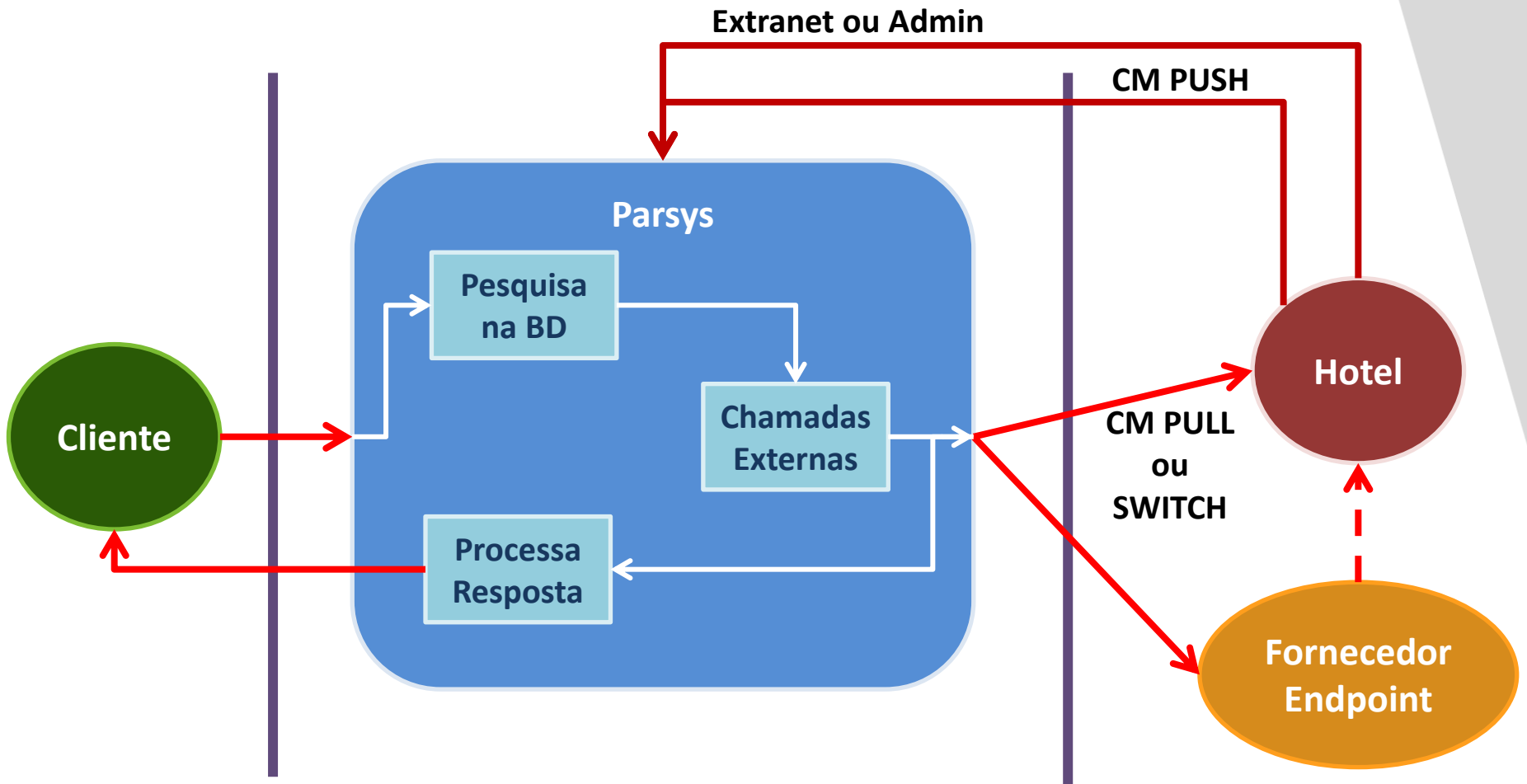
Endpoint	Searches Share	Booked Items Share	Searches	Booked Items	Avg Time (sec)	Timeouts	% Timeouts	Errors	% Errors	Avg Mapped	Avg Available
Restel	27,84%	1,55%	1.685.297	5	0,75	9.301	0,55%	492.284	29,21%	6,92	1,59
Albatravel	22,97%	17,08%	1.390.179	55	0,82	13.867	1,00%	443.190	31,88%	6,06	1,02
Abreu	16,61%	77,95%	1.005.238	251	0,17	0	0,00%	54	0,01%	30,55	3,02

Quantos hotéis temos dos fornecedores vs. os que efetivamente devolvem resultados

Onde são medidos?



Onde são medidos?



Zeros/Erros Cliente

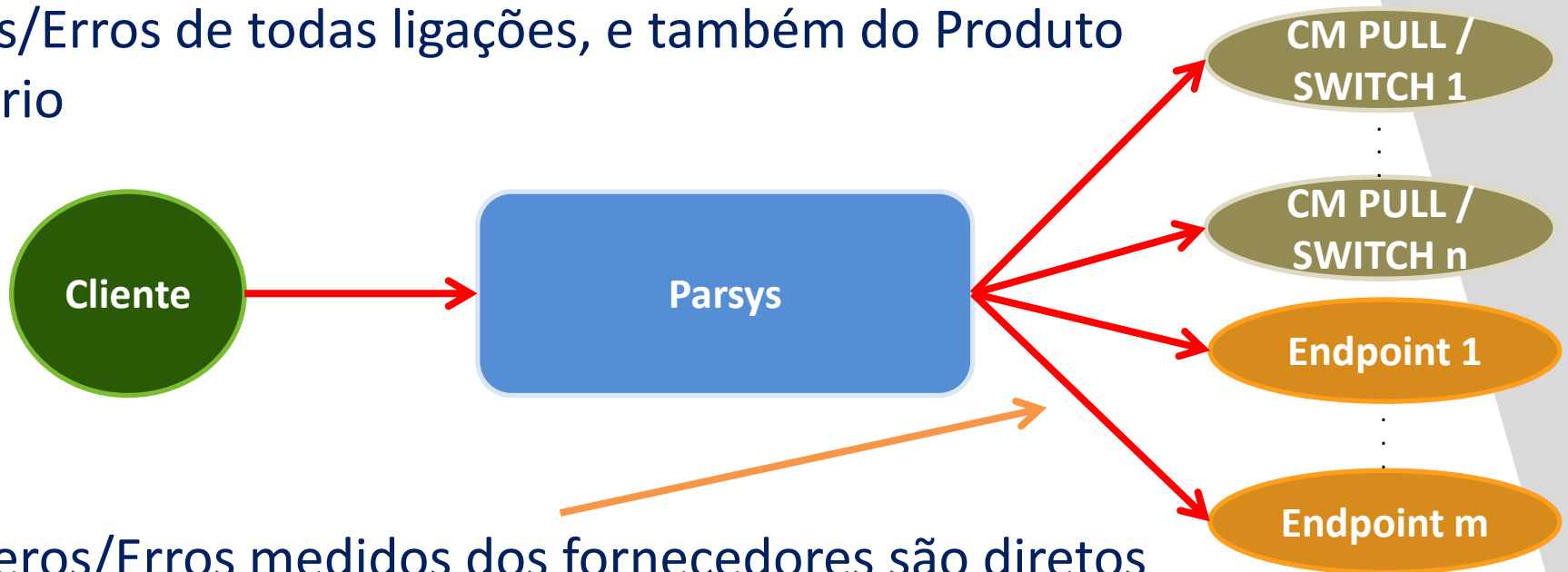
Não devolvemos produto para a pesquisa que nos foi feita

Zeros/Erros Fornecedor

A chamada ao fornecedor devolveu Zero ou Erro

Onde são medidos?

- ⇒ No caso das chamadas dos clientes, pode não haver sequer produto para pesquisar
- ⇒ Se houver, um Zero devolvido ao cliente significa Zeros/Erros de todas ligações, e também do Produto Próprio



- ⇒ Os Zeros/Erros medidos dos fornecedores são diretos

Erros



⇒ Resposta XML mal formatada

- XML incompleto, recortado
- XML vazio, sem qualquer conteúdo

⇒ Resposta XML válida, mas sem o conteúdo esperado

- Muitos enviam mensagens de erro ao invés da estrutura de resultados

⇒ Ausência de Resposta – Timeouts

- A resposta nunca foi devolvida por quem foi chamado
- A resposta foi devolvida, mas não veio a tempo, quem pediu já tinha desistido

Neste caso quem pede registra um timeout mas quem foi chamado não... apenas um tempo de resposta mais longo

⇒ Erros a Clientes

- Erros controlados no Parsys que conseguem ser registados
- Teremos sempre poucos no Targit, por serem poucos ou por problemas de registo – erros não controlados

⇒ Erros dos Fornecedores

- São os que recebemos diretamente nas chamadas
- Em determinados casos pode haver problemas de interpretação do Parsys e não serem erros efetivos, mas sim Zeros ou respostas válidas em formato inesperado
- IT/Parsec precisa analisar os logs para validar as causas

Timeouts



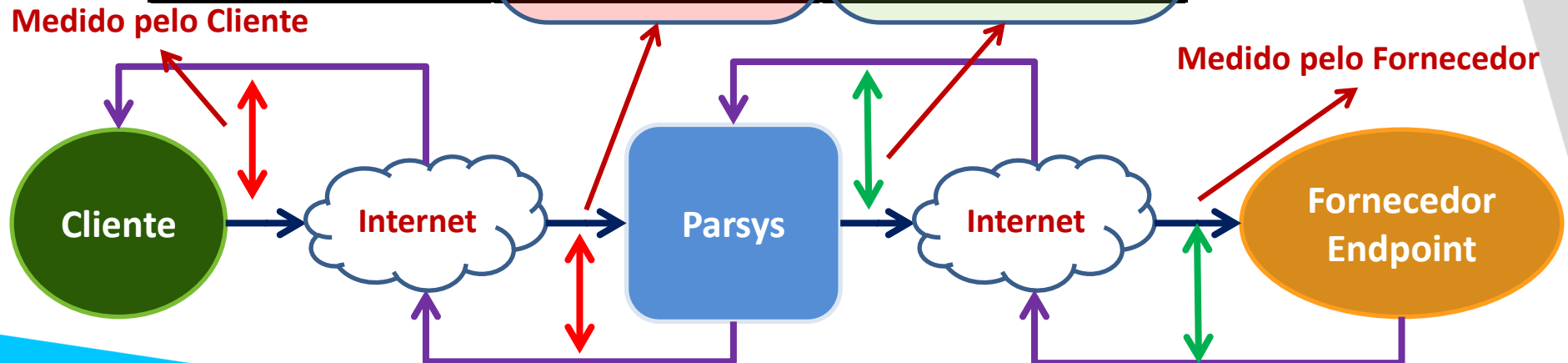
⇒ Timeout é um tipo de Erro

- Nos dados do Targit o total de Timeouts está incluído nos Erros
- 3 motivos essenciais para ocorrerem:
 - O fornecedor tem muitos erros do seu lado – muitas vezes um erro provoca a falta de resposta ou demora
 - O fornecedor demora a responder naturalmente, mesmo sem erros do seu lado
 - O fornecedor não demora exageradamente, mas o nosso cliente é exigente em tempos de resposta, e por isso não esperamos pela sua resposta

⇒ Configurações de Performance de Clientes

Performance_Profile	Resposta Cliente (s)	Resposta_Endpoint (s)
Special - 2	2	1
Fast - 4	4	2
Performance - 6	6	4
Standard - 8	8	6
Site - 10	10	8

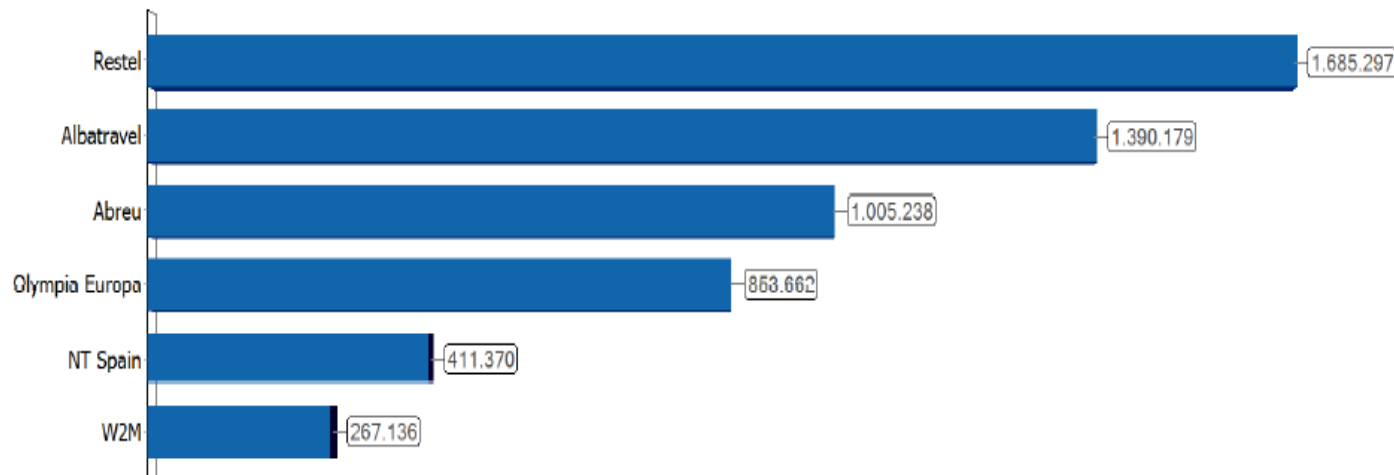
Haverá sempre divergências com as métricas dos Clientes e dos Fornecedores



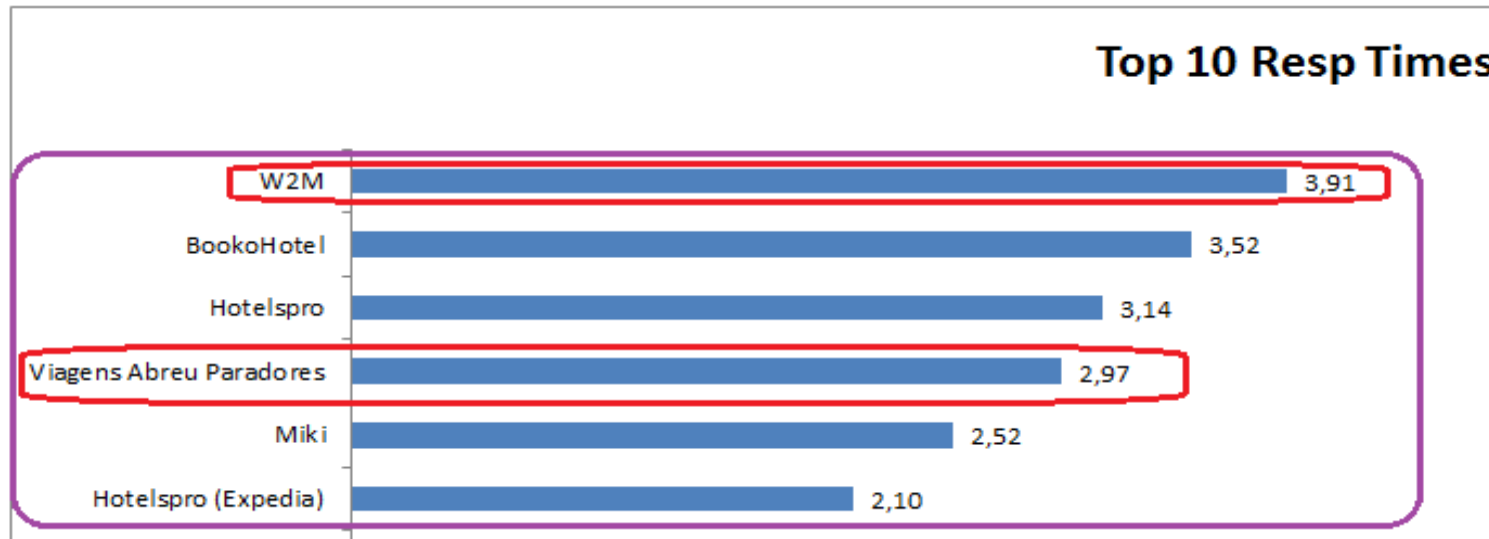
⇒ Exemplo de cliente com configuração Fast (2s aos Endpoints)

Code: 851
Name: Interhol - Holiday Services - Yeego - XML
agency_group: Interhol
performance_profile: Fast - 4

Top 10 Endpoints by Searches



⇒ Resultados do ficheiro de controlo de Endpoints
(semana de 16-22 Jan 2017)



Este produto, em diversas oportunidades, não chegou ao cliente

⇒ Resultados da W2M em 2017

City	% Searches	% Booked Items	Searches	Booked Items	Avg Resp (Sec)
Santiago de Compostela (Spain)	14,65%	0,00%	41.193	0	3,66
Barcelona (Spain)	10,33%	28,77%	29.046	42	3,60
Rome (Italy)	7,88%	0,68%	22.174	1	3,95
Madeira Island - Funchal (Portugal)	7,82%	7,53%	22.004	11	3,91
Lisbon (Portugal)	7,79%	31,51%	21.901	46	3,63
Cancun (Mexico)	5,79%	0,00%	16.290	0	3,14
Madrid (Spain)	5,61%	17,81%	15.768	26	3,82
Punta Cana - Punta Cana (Dominican Republic)	5,14%	0,68%	14.451	1	3,49
Azores - Sao Miguel Island - Ponta Delgada (Portugal)	5,04%	0,00%	14.179	0	0,67
Majorca Island - Palma (Spain)	4,12%	0,00%	11.590	0	3,79
Venice (Italy)	3,44%	1,37%	9.683	2	3,54
Oporto (Portugal)	2,25%	5,48%	6.333	8	3,58
Marrakech (Morocco)	2,05%	0,00%	5.762	0	3,93
Benidorm (Spain)	1,97%	0,00%	5.529	0	4,21
Havana (Cuba)	1,94%	0,00%	5.451	0	3,39
Albufeira (Portugal)	1,92%	3,42%	5.407	5	4,16
Outros (Outros)	1,92%	0,00%	5.387	0	4,74
Gran Canaria Island - Las Palmas (Spain)	1,28%	0,00%	3.596	0	3,04
Tenerife Island - Santa Cruz de Tenerife (Spain)	1,10%	0,00%	3.091	0	2,91
Ibiza Island - Ibiza (Spain)	1,07%	0,00%	2.996	0	3,00

⇒ Este problema é o mesmo para Endpoints ou CM PULL

- Tecnicamente um Endpoint ou CM PULL são idênticos
- Problema de Vendas, Client Optimization, IT → escolher os corretos
- Problema de Produto, Supplier Optimization, IT → monitorar e estar consciente das limitações, mesmo sendo produto Próprio

⇒ A performance das ligações muda ao longo do tempo

- Análises periódicas
- W2M agregado 2016

City	% Searches	% Booked Items	Searches	Booked Items	Avg Resp (Sec)
Barcelona (Spain)	15,57%	29,07%	810.906	116	1,10
Tenerife Island - Puerto de la Cruz (Spain)	13,66%	0,25%	711.447	1	1,24
Majorca Island - Palma (Spain)	9,54%	1,50%	496.873	6	1,06
Santiago de Compostela (Spain)	7,07%	0,25%	368.242	1	1,60
Rome (Italy)	6,87%	2,01%	358.013	8	1,33
Madrid (Spain)	5,18%	24,06%	270.002	96	1,37
Tenerife Island - Costa Adeje (Spain)	4,12%	0,25%	214.334	1	1,01
Gran Canaria Island - Playa del Ingles (Spain)	3,30%	0,25%	171.923	1	0,93
Ibiza Island - Sant Antoni de Portmany (Spain)	2,60%	0,00%	135.300	0	0,74
Madeira Island - Funchal (Portugal)	2,36%	6,02%	122.747	24	1,70
Seville (Spain)	2,32%	5,01%	120.806	20	0,85
Lisbon (Portugal)	2,30%	21,55%	119.678	86	2,61
Valencia (Spain)	2,23%	1,75%	115.978	7	0,87
Lanzarote Island - Puerto del Carmen (Spain)	2,03%	0,00%	105.489	0	0,61
Gran Canaria Island - San Agustin (Spain)	1,85%	0,00%	96.255	0	1,02

Zeros



⇒ Zero é uma resposta válida mas sem Produto

➤ Falta de Produto

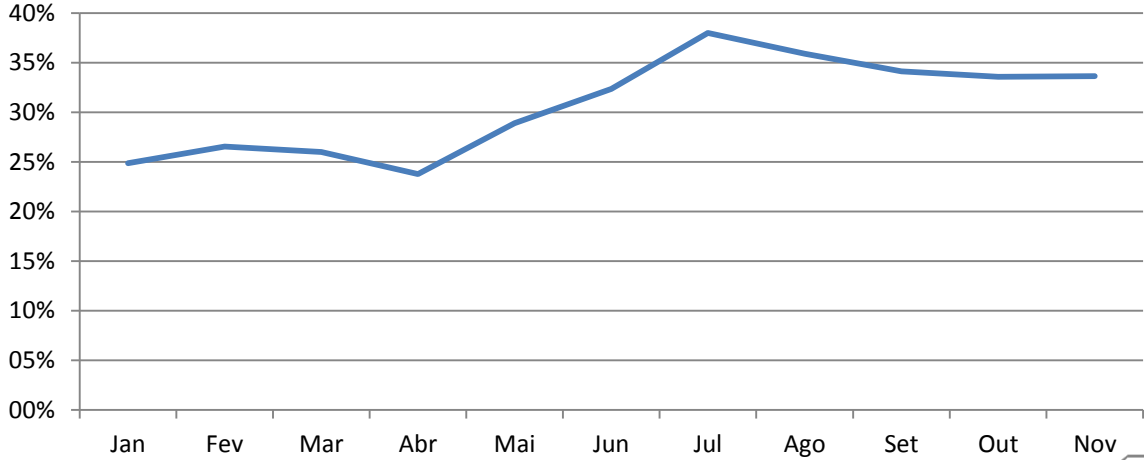
- Pesquisa em um destino que não tem qualquer Produto
- Pesquisa com filtros que inviabilizam o nosso Produto
ex: quádruplos ou Tudo Incluído em cidades europeias
- Pesquisa para datas com grandes Eventos – Closed Dates/Stop Sales
Nota: por defeito clientes API apenas recebem produto Disponível
- Destino com pouco produto, que é mais propício a ter pouca disponibilidade
- Destino com apenas um fornecedor, se a chamada falha por algum motivo, ficamos sem nada

⇒ Zero é uma resposta válida mas sem Produto

➤ Problemas de mapeamentos

- Cidades/hotéis mal mapeados
- Não enviamos os dados necessários para o cliente mapear – há clientes que exigem georeferências, descritivos, políticas de cancelamento, etc
- Estes mapeamentos, regra geral, são feitos pelos clientes – demora, falta de priorização de destinos/hotéis, etc
- Podemos ter também problemas nossos de mapeamentos com os nossos fornecedores, e que os estamos a passar a este cliente

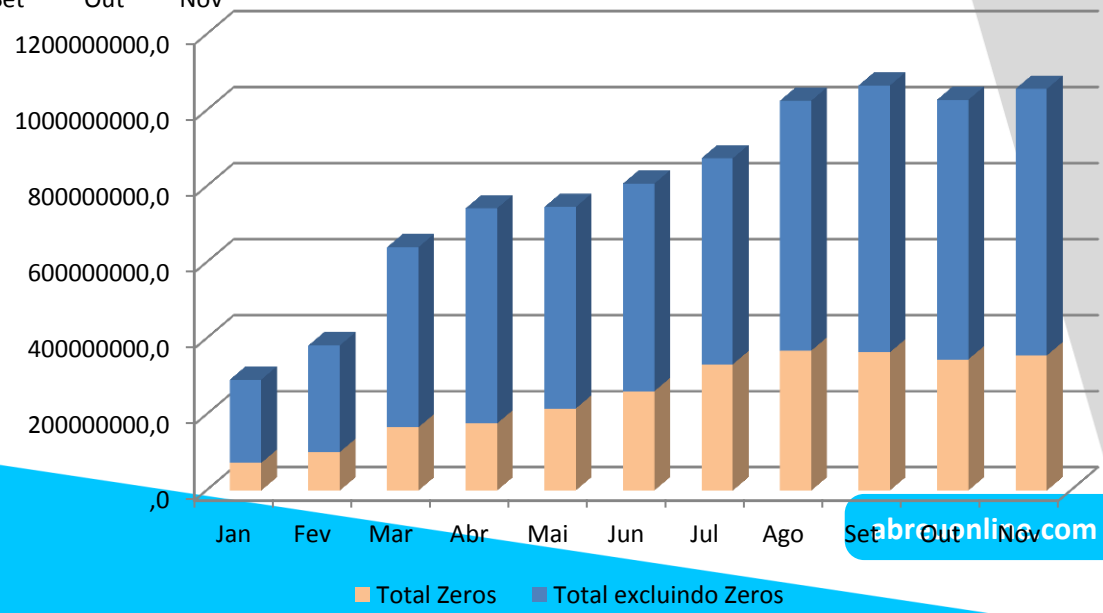
⇒ Zeros – qual o tamanho do problema? % de Zeros 2016



**Zeros vão sempre existir,
 têm é de estar controlados
 em patamares aceitáveis**

Pesquisas de clientes 2016

⇒ Desde Julho que 1/3 das pesquisas que nos são feitas não devolvem Produto



⇒ Como tratar os Zeros?

- Monitorar as chamadas dos clientes → pedir IT
 - Apesar dos processos de certificação pode haver erros do cliente
 - Erros de códigos, Erros de XML, etc

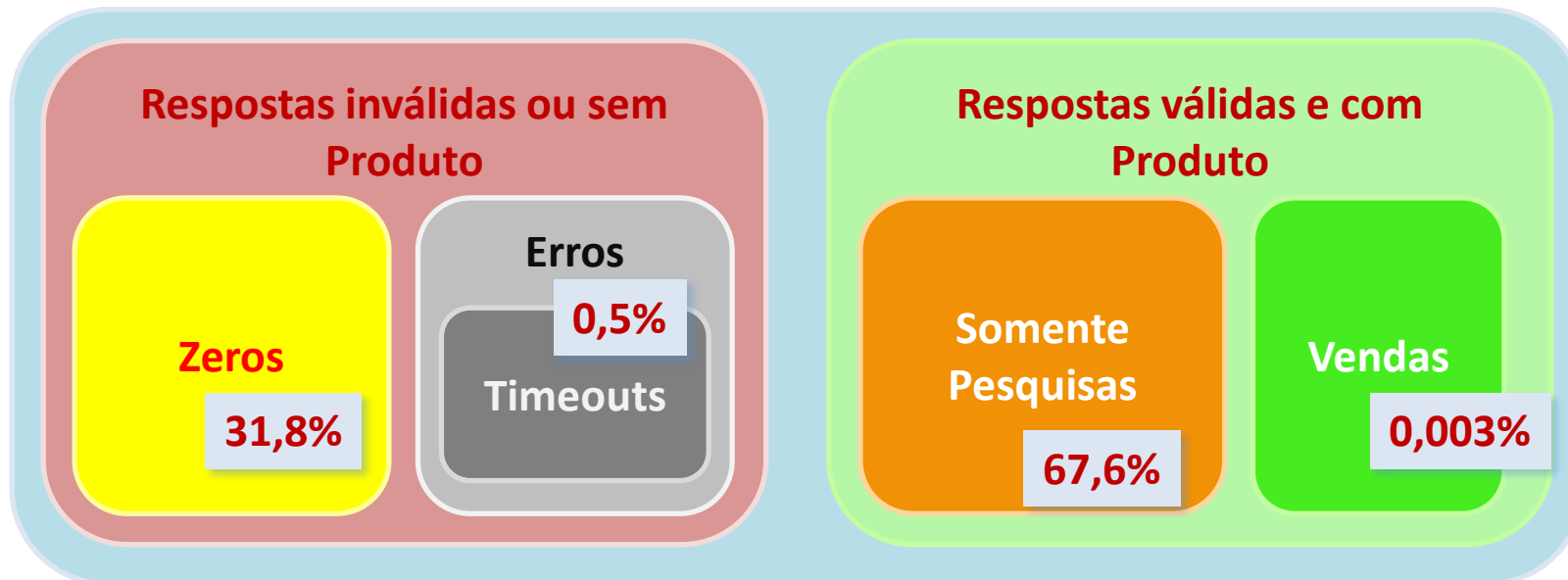
- Monitorar o Targit, além dos ficheiros semanais e mensais com Zeros
 - Especial atenção aos casos de Zeros absolutos de um cliente para uma determinada cidade → mapeamentos ou falta total de Produto
 - Problema concentrado nos grandes clientes, com muitas pesquisas

agencyName	countryName	cityName	zeros
TotalStay - GBP - Intuitive/Ivector - XML	United Kingdom	London - Croydon	400.860
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Tenerife Island - Costa Adeje	242.653
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Tenerife Island - Santa Cruz de Tenerife	242.467
Aic Travel Group SA - NetStorming - XML	France	Montrouge	224.776
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Gran Canaria Island - Playa del Ingles	120.907
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Gran Canaria Island - Meloneras	120.904
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Gran Canaria Island - San Agustin	120.839
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Marbella - Puerto Banus	115.505
Aic Travel Group SA - NetStorming - XML	Spain	Majorca Island - Cala Ratjada	98.387
Travel Republic - In-House - EUR - XML B2C	Spain	Fuerteventura Island - Playa de Jandia	93.700

Resumo



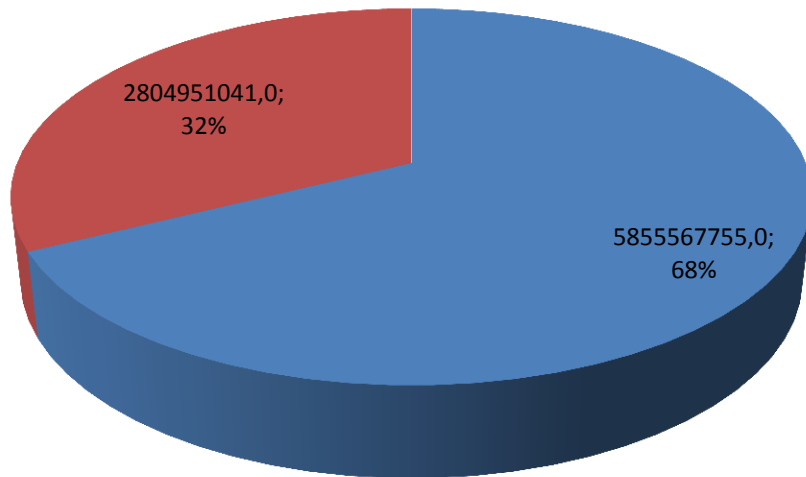
⇒ Números agregados de Jan-Nov 2016



Tipo	Quantidade	%
Pesquisas	5.855.292.878	67,6%
Zeros	2.757.724.853	31,8%
Erros	47.226.188	0,5%
Reservas	274.877	0,0%
Total	8.660.518.796	100,0%

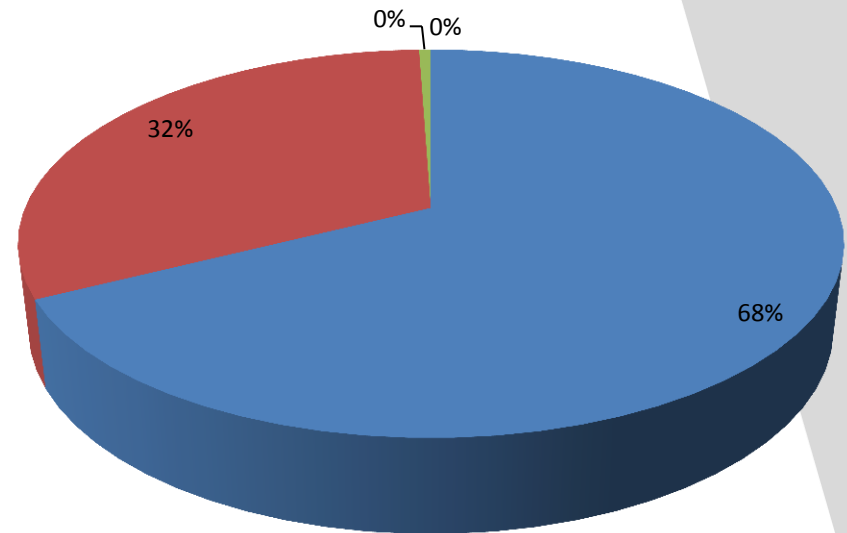
⇒ Números agregados de Jan-Nov 2016

Pesquisas Jan-Nov 2016



■ Pesquisas com resultados ■ Pesquisas sem resultados

Pesquisas Jan-Nov 2016



■ Pesquisas ■ Zeros ■ Erros ■ Reservas

O potencial de crescimento ainda é imenso!

⇒ Inúmeras tarefas devem ser feitas

Monitorar CM
Novos Destinos
Analisar os Forecasts
Coordenar Produto com Vendas
Novos Clientes e Fornecedores
Acordos Software Houses
Novos Hotéis
Relatórios Destinos
Mails de Controlo de Allot e Tarifas
Analisar Logs
Matching
Câmbios
Revisão Cross-Sell
Tarifas Comissionadas
Mais agilidade de carregamentos
Limpeza de Produto
Georeferências
Renegociar Contratos
Campanhas
Otimização Clientes
Monitorar Clientes
Negociar Ofertas
Comparativas de Preços
Descritivos
Análise de Dados
Alterar MUPs
Tarifas por Mercados
Novas formas de recebimento e pagamentos
Mundo Abreu
Compras em Firme
Conferência Faturas
Feiras
Layout Site
Mapeamentos de Clientes e Fornecedores
Formação
Atividades
Procedimentos de Cache
Renegociar Rappels
Expo Abreu
Análise Erros
Desenvolvimentos
Pricing
Coordenação com o Operador
Stop Sales
Otimização Fornecedores
Monitorar Fornecedores
Marketing fees

Como garantir resultados?

⇒ Como garantir resultados?

FOCO!

⇒ Ex.: Classificação de Produto e de Clientes no Parsys

- Produto já está feito, Clientes em andamento
- Todos têm acesso à informação
- Priorizar em mapeamentos, carregamentos e análise os já definidos como prioritários

⇒ O quanto representam os nossos hotéis Preferenciais?

➤ Agregado por Masters e que temos produto Próprio

Classificação	Quantidade	%	RN	%	Share	Net	%	Share
Preferenciais	725	11,4%	280.004	48,6%	89,2%	36.563.679	51,9%	89,2%
Normais	4.472	70,2%	266.684	46,3%	83,7%	30.950.714	44,0%	81,7%
Quarentena	462	7,2%	16.354	2,8%	74,3%	1.592.775	2,3%	72,1%
Marginal	714	11,2%	12.817	2,2%	76,0%	1.309.241	1,9%	73,2%
Total	6.373		575.859			70.416.409		

Preferenciais: 11% dos hotéis respondem por 52% da faturação

⇒ O quanto representam os nossos hotéis Preferenciais?

➤ Agregado por Masters em todo o AOL

Classificação	Quantidade	%	RN	%	Net	%
Preferenciais	725	0,4%	280.004	36,5%	36.563.679	36,4%
Normais	4.472	2,6%	266.684	34,7%	30.950.714	30,8%
Quarentena	462	0,3%	16.354	2,1%	1.592.775	1,6%
Marginal	714	0,4%	12.817	1,7%	1.309.241	1,3%
Outros	167.173	96,3%	192.282	25,0%	29.934.238	29,8%
Total	173.546		768.141		100.350.647	

Preferenciais: 0,4% dos hotéis respondem por 1/3 da faturação

Preferenciais + Normais: 3% dos hotéis respondem por 2/3 da faturação

⇒ O quanto representam os nossos hotéis Preferenciais?

➤ Agregado por Masters em todo o AOL

	Portugal				Espanha			
Classificação	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%
Preferenciais	216	9,4%	13.166.818	50,9%	48	0,3%	1.638.592	18,8%
Normais	1.176	51,4%	9.273.795	35,8%	621	4,2%	3.148.949	36,1%
Quarentena	103	4,5%	408.775	1,6%	81	0,5%	164.564	1,9%
Marginal	94	4,1%	199.093	0,8%	230	1,5%	256.762	2,9%
Outros	700	30,6%	2.820.139	10,9%	13.925	93,4%	3.503.919	40,2%
Total	2.289		25.868.621		14.905		8.712.786	

	EUA				Brasil			
Classificação	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%
Preferenciais	24	0,1%	3.039.301	27,8%	95	1,9%	4.653.874	49,7%
Normais	340	1,2%	5.449.793	49,8%	358	7,2%	3.186.277	34,0%
Quarentena	27	0,1%	94.392	0,9%	51	1,0%	335.529	3,6%
Marginal	20	0,1%	51.193	0,5%	107	2,2%	206.533	2,2%
Outros	28.541	98,6%	2.304.144	21,1%	4.337	87,7%	988.832	10,6%
Total	28.952		10.938.824		4.948		9.371.046	

⇒ O quanto representam os nossos hotéis Preferenciais?

➤ Agregado por Masters em todo o AOL

Classificação	Itália				Reino Unido				França			
	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%
Preferenciais	26	0,2%	1.072.455	22,6%	15	0,2%	1.704.705	34,2%	65	0,8%	987.114	25,0%
Normais	241	2,2%	1.280.768	27,0%	149	2,3%	1.721.419	34,5%	496	6,0%	1.222.067	30,9%
Quarentena	19	0,2%	145.044	3,1%	3	0,0%	39.056	0,8%	31	0,4%	86.839	2,2%
Marginal	57	0,5%	127.463	2,7%	27	0,4%	128.100	2,6%	39	0,5%	66.997	1,7%
Outros	10.448	96,8%	2.115.914	44,6%	6.319	97,0%	1.393.385	27,9%	7.633	92,4%	1.592.612	40,3%
Total	10.791		4.741.645		6.513		4.986.665		8.264		3.955.629	

Classificação	Cuba				Emirados Árabes Unidos				Alemanha			
	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%	Quantidade	%	Net	%
Preferenciais	35	8,8%	2.522.987	83,9%	10	0,4%	553.131	29,5%	9	0,2%	429.696	23,6%
Normais	50	12,5%	335.293	11,2%	51	2,1%	582.888	31,0%	80	2,0%	392.167	21,6%
Quarentena	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,1%	8.532	0,5%
Marginal	2	0,5%	972	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	0,2%	17.612	1,0%
Outros	311	77,9%	146.437	4,9%	2.324	97,4%	741.664	39,5%	3.858	97,5%	971.592	53,4%
Total	399		3.005.688		2.385		1.877.683		3.955		1.819.599	

⇒ Como garantir resultados?

- Produto Preferencial controlado
- Clientes Preferenciais controlados
- Garantir que o Produto Preferencial está a ser passado corretamente aos Clientes Preferenciais, e depois a todos os outros

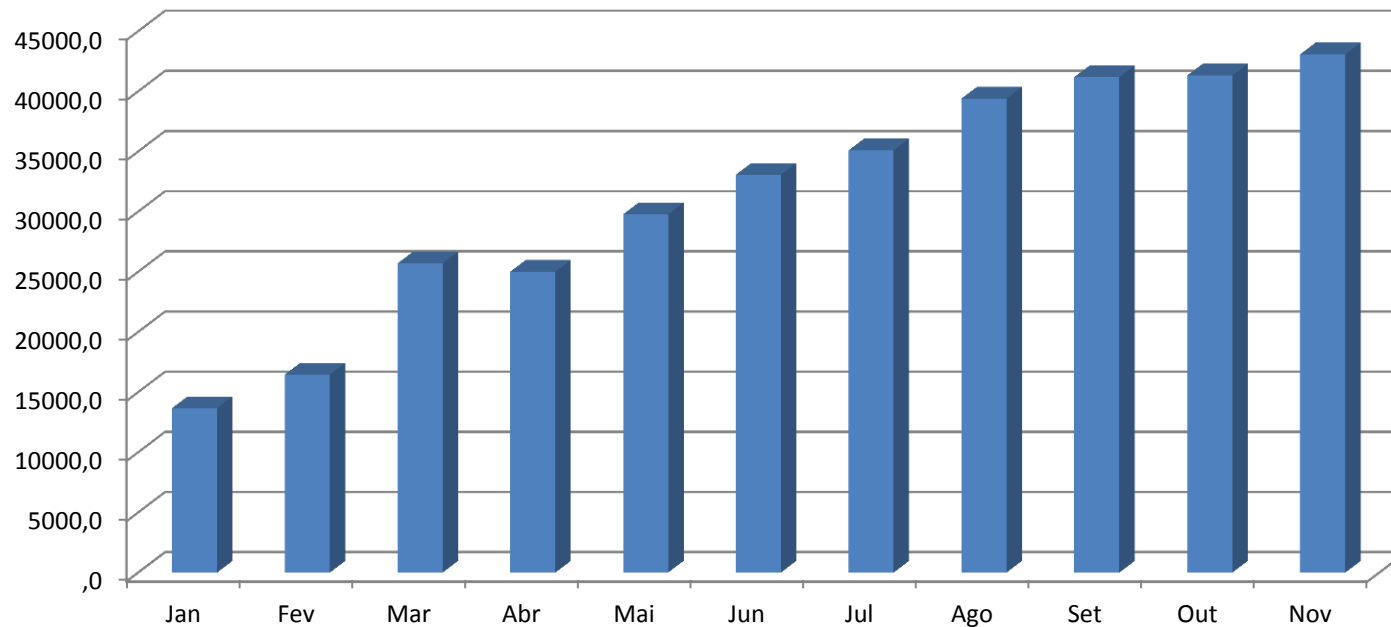
⇒ Importância de uma correta classificação

- Prioridade sobre outros Produtos em carregamentos, mapeamentos, pagamentos, etc
- Prioridade sobre outros Clientes em mapeamentos, análises, monitorização, etc

⇒ Como medir os resultados?

- Caso não haja grande variação de pesquisas – L2B

L2B itens em 2016



Em Novembro tivemos 43.000 pesquisas para cada reserva

⇒ Reduzir o L2B pode significar várias coisas

- Podemos ter mais reservas
 - Temos melhor Produto, mais competitivo
 - Estamos a configurar melhor o produto de Terceiros e por isso temos mais oferta
 - Estamos com melhores mapeamentos com clientes, garantindo a priorização de Produto, Destinos e Clientes
 - Estamos a pressionar mais a Parsec e os fornecedores por melhor performance e menos erros → ganhamos disponibilidade
 - Novos Clientes e novos Fornecedores de qualidade

⇒ Reduzir o L2B pode significar várias coisas

➤ Podemos ter menos pesquisas

➤ Limpeza de mapeamentos com Clientes e Fornecedores

➤ Pressionar, limitar e até cortar fornecedores que dizem ter muito produto mas na prática possuem baixa disponibilidade e/ou pouca competitividade

➤ Controlar e limitar Clientes que fazem excessivos procedimentos de cache no nosso Sistema

➤ Limpar produto de Terceiros onde já temos oferta e que não gera qualquer resultado → sobrecarrega o Sistema, afeta a rapidez e priorização dos mapeamentos de Clientes, etc



“Se tivermos Foco teremos um 2017 muito promissor!”

abreuonline.com