



ТЕХНОСЕРВ
КОНСАЛТИНГ

Эффективные программы лояльности в транспорте

Ольга Рубцова,
Директор по развитию бизнеса



Где создается конкурентное преимущество?



Привлечение
правильных
пассажиров

Запустить
таргетированные
маркетинговые
кампании для
привлечения

- Привлекать можно массово.
- Привлечение можно построить посегментно, запуская таргетированные маркетинговые кампании. Ограничение – чтобы сегментировать новых клиентов, нужно что-то о них знать.
- Для привлечения низкорисковых клиентов нужно уметь выделять их по набору параметров и предлагать более выгодные условия

Предоставить
агентам и
кассирам
удобный
инструмент
общения с
пассажем

- Необходим инструмент розничных продаж:
- Для обеспечения сквозного процесса работы с клиентом (от обращения в колл-центр до продажи билета)
 - Для реализации быстрой продажи
 - Для предоставления информации о ценности пассажира в точке контакта
 - Для накопления информации, чтобы лучше знать и понимать своих клиентов

Предоставить
сотрудникам
удобный
инструмент
для проведения
маркетинговых
кампаний

Реализовать
механизм
расчета
вознаграждени
й сотрудников,
коммуницирую
щих с
пассажем



Развитие
правильных
пассажиров

Понять, кто есть
правильный
клиент

Нужно понимать, каких клиентов наиболее выгодно развивать. Для этого необходимо определить параметры ценности и выгружать информацию по данным параметрам (Единая клиентская база).

Запустить
таргетированные
маркетинговые
кампании по
cross-selling'у

- Правильные, доходные и лояльные клиенты – хорошая основа для cross-selling'a.
- Cross-selling хорошо работает, когда он выполняется таргетированными МК (каждый целевой сегмент имеет схожие потребности).
- Интернет (личный кабинет) – хорошая платформа для массового cross-selling'a

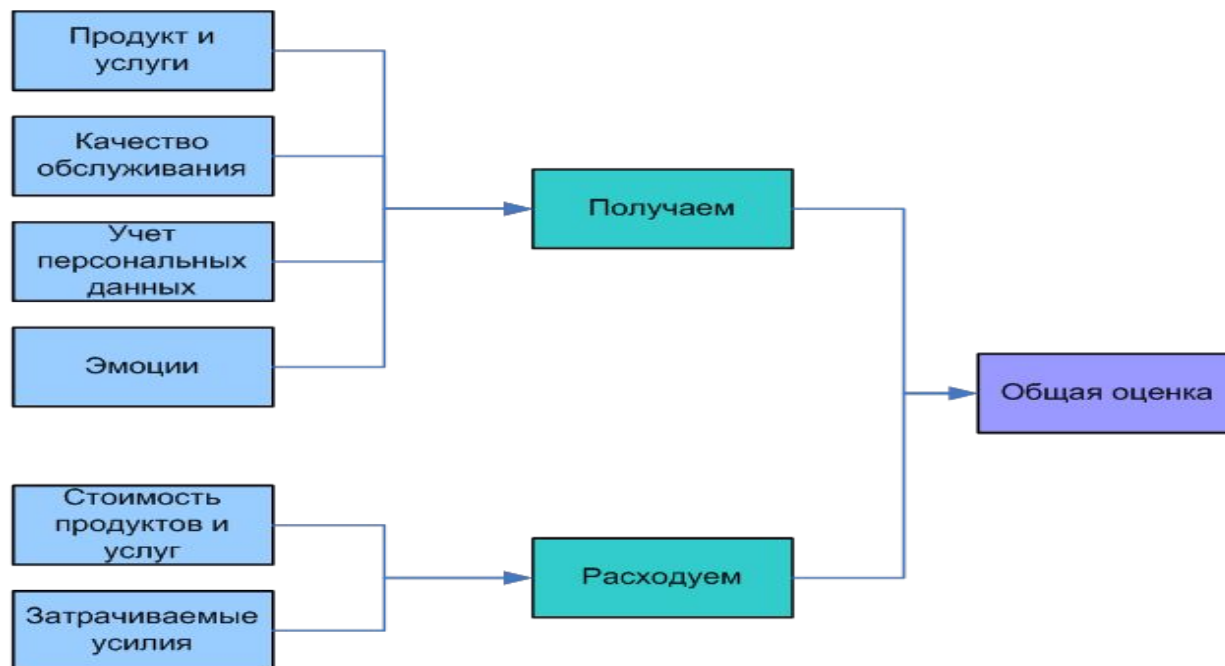
Обеспечить
удобный
инструмент
up-selling'a

- Подход к up-selling должен быть понятен агентам и прозрачен для кассиров.
- Агенты, кассиры, операторы Call Centre должны понимать, какой более дорогой продукт они могут предложить (исходя из потребностей), и какую выгоду при этом получит пассажир.

Продавать
пакеты услуг

Агенты, кассиры, операторы Call Centre должны оперативно понимать, какой пакет можно предложить, в зависимости от потребностей клиента.

Из чего складывается ценность для клиента



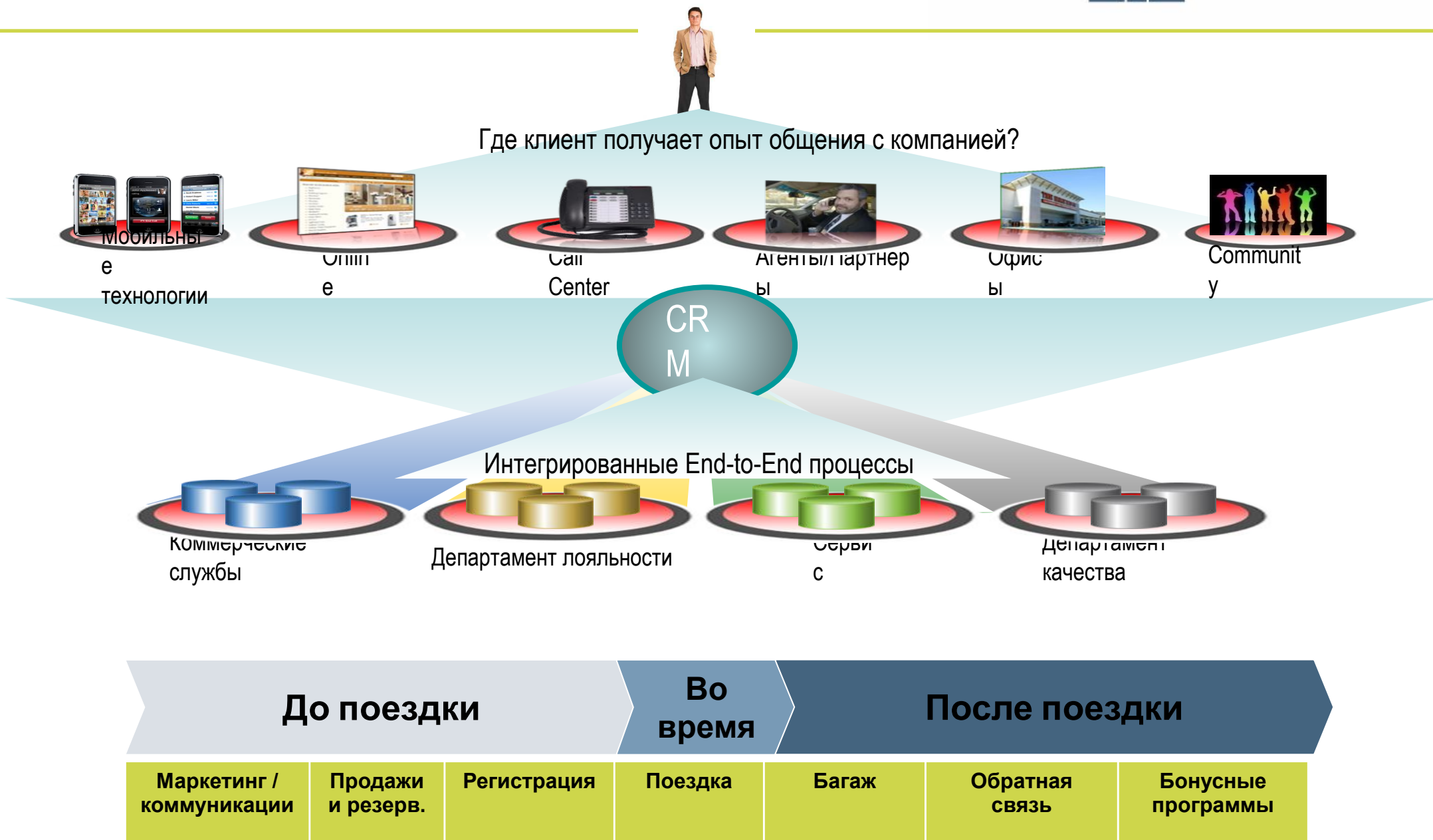
Value proposition = Что клиент получает – Что клиент платит

Что клиент получает - неценовой атрибут, определяющий, что клиент получает в сравнении с конкурентами = **Качество**

Что клиент платит - включает ценовые и неценовые составляющие = **Цена**

Понятие клиентоориентированности оперирует не требованиями, а умением создать ожидания определенной группы потребителей и превзойти эти ожидания.

Где пассажир получает опыт общения с компанией?



Oracle Siebel CRM в индустрии T&T



Всего – более 60 компаний в 10 индустриях, использующих Siebel Loyalty

Решения Siebel покрывает все задачи транспортной компании

**Siebel Контакт Центр
Siebel Сервис**

Снижение стоимости обслуживания,
повышение качества сервиса

- «Умное» распознавание проблем и их решение
- Сервис на базе ценности клиента

**Siebel Лояльность
Siebel Маркетинг
Siebel Аналитика**

Повышение эффективности программы лояльности

- Персональные промо-акции и бонусы
- Интегрированное, поточное управление программой

Таргетированные маркетинговые акции с высокой ответственностью

- Многомерная сегментация
- Исчерпывающий анализ результатов кампании

**Siebel Маркетинг
Siebel Аналитика**

Клиент

Увеличение прибыльности за счет активизации продаж

- Поточные партнерские продажи, маркетинг
- Лучшие корпоративные продажи

**Siebel PRM
Siebel Продажи
Siebel Аналитика**

Полная информация о пассажире. Разграничение доступа

Оператор компании

- Мои Dashboard, пассажиры, с ранжированием по их ценности.

- Идентификаторы, позволяющие сопоставлять информацию по всем источникам

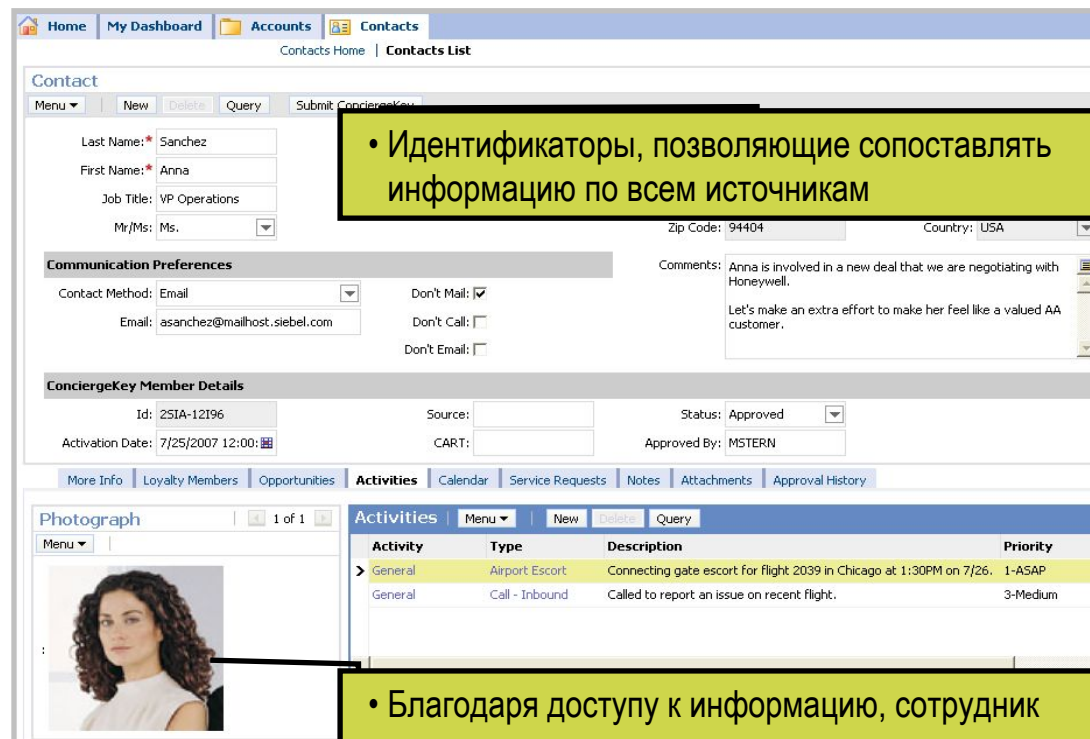
- Благодаря доступу к информации, сотрудник может посмотреть максимально полную информацию о пассажире, включая историю полетов, уровень участие в программе лояльности, накопленные милли и т.д.

Агент

- Доступ к информации ограничен. Возможно просмотреть только список пассажиров

- Информация по идентификаторам отсутствует

- Доступ к любой информации определяется полномочия каждого сотрудника



Home My Dashboard Accounts Contacts

Contact

Last Name: Sanchez
First Name: Anna
Job Title: VP Operations
Mr/Ms: Ms.
Zip Code: 94404
Country: USA

Communication Preferences
Contact Method: Email
Email: asanchez@mailhost.siebel.com
Don't Mail:
Don't Call:
Don't Email:

Comments: Anna is involved in a new deal that we are negotiating with Honeywell.
Let's make an extra effort to make her feel like a valued AA customer.

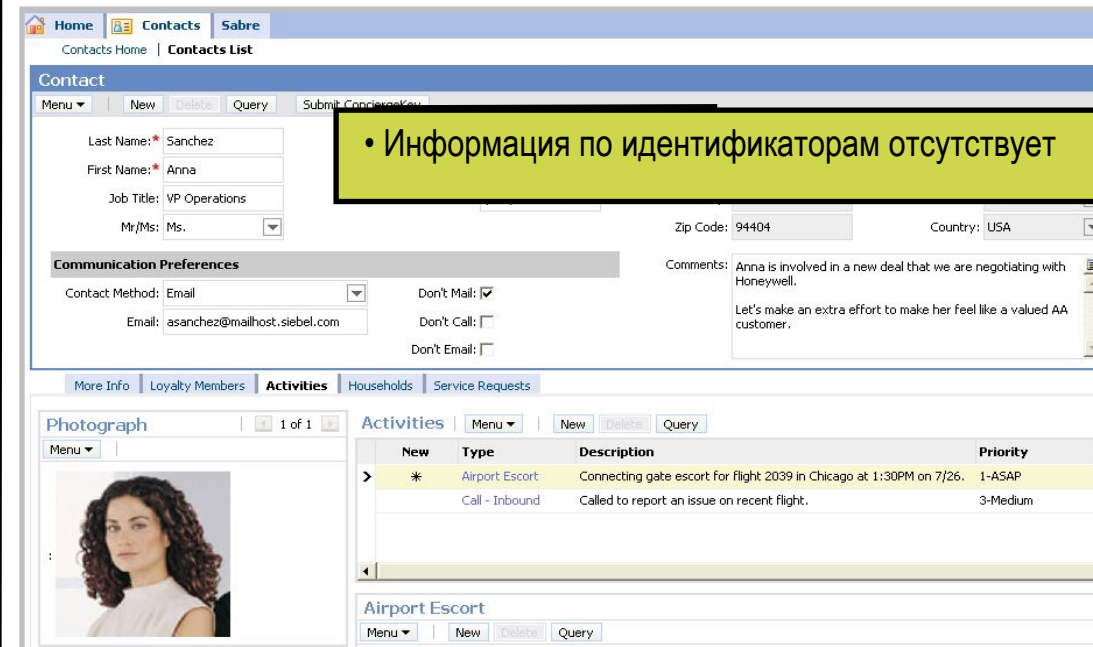
ConciergeKey Member Details
Id: 25IA-12196
Source:
Status: Approved
Activation Date: 7/25/2007 12:00:
CART:
Approved By: MSTERM

More Info Loyalty Members Opportunities Activities Calendar Service Requests Notes Attachments Approval History

Photograph

Activities

Activity	Type	Description	Priority
General	Airport Escort	Connecting gate escort for flight: 2039 in Chicago at 1:30PM on 7/26.	1-ASAP
General	Call - Inbound	Called to report an issue on recent flight.	3-Medium



Home Contacts Sabre

Contact

Last Name: Sanchez
First Name: Anna
Job Title: VP Operations
Mr/Ms: Ms.
Zip Code: 94404
Country: USA

Communication Preferences
Contact Method: Email
Email: asanchez@mailhost.siebel.com
Don't Mail:
Don't Call:
Don't Email:

Comments: Anna is involved in a new deal that we are negotiating with Honeywell.
Let's make an extra effort to make her feel like a valued AA customer.

More Info Loyalty Members Activities Households Service Requests

Photograph

Activities

New	Type	Description	Priority
*	Airport Escort	Connecting gate escort for flight: 2039 in Chicago at 1:30PM on 7/26.	1-ASAP
	Call - Inbound	Called to report an issue on recent flight.	3-Medium

Airport Escort

Карточка участника программы лояльности

Siebel Loyalty - Microsoft Internet Explorer provided by Sputnik Labs

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Файл Правка Экран Перейти Фильтр Сервис Справка

Участники:

Стартовая страница Лояльность – Участники Карточки Администрирование - Программы лояльности Способ начисления баллов - Мастер создания

Список участников Список изменений уровней на утверждение

Бездонный Игорь Андреевич Показатель стоимости: \$\$\$\$ | 52 of 52+

Меню Создать ExportInfo Отмена Поиск Проверка данных

Информация об участнике

*Имя участника: Бездонный Игорь Андреевич	*Участник: 1-173471141	Баллы участника: 3 212
Контакты: Игорь Андреевич Бездонный	Уровень: 1-й уровень	Скидка: 3
*Программа: Программа повыше	Компания:	Точка регистрации: Чоколовка
*Тип участника: Individual	Статус: Active	Дата регистрации: 28.12.2005

Дополнительные сведения Действия/Задачи Уровни участия Транзакции Vouchers Покупки Заявки Statements Карточка

Меню Отмена Поиск

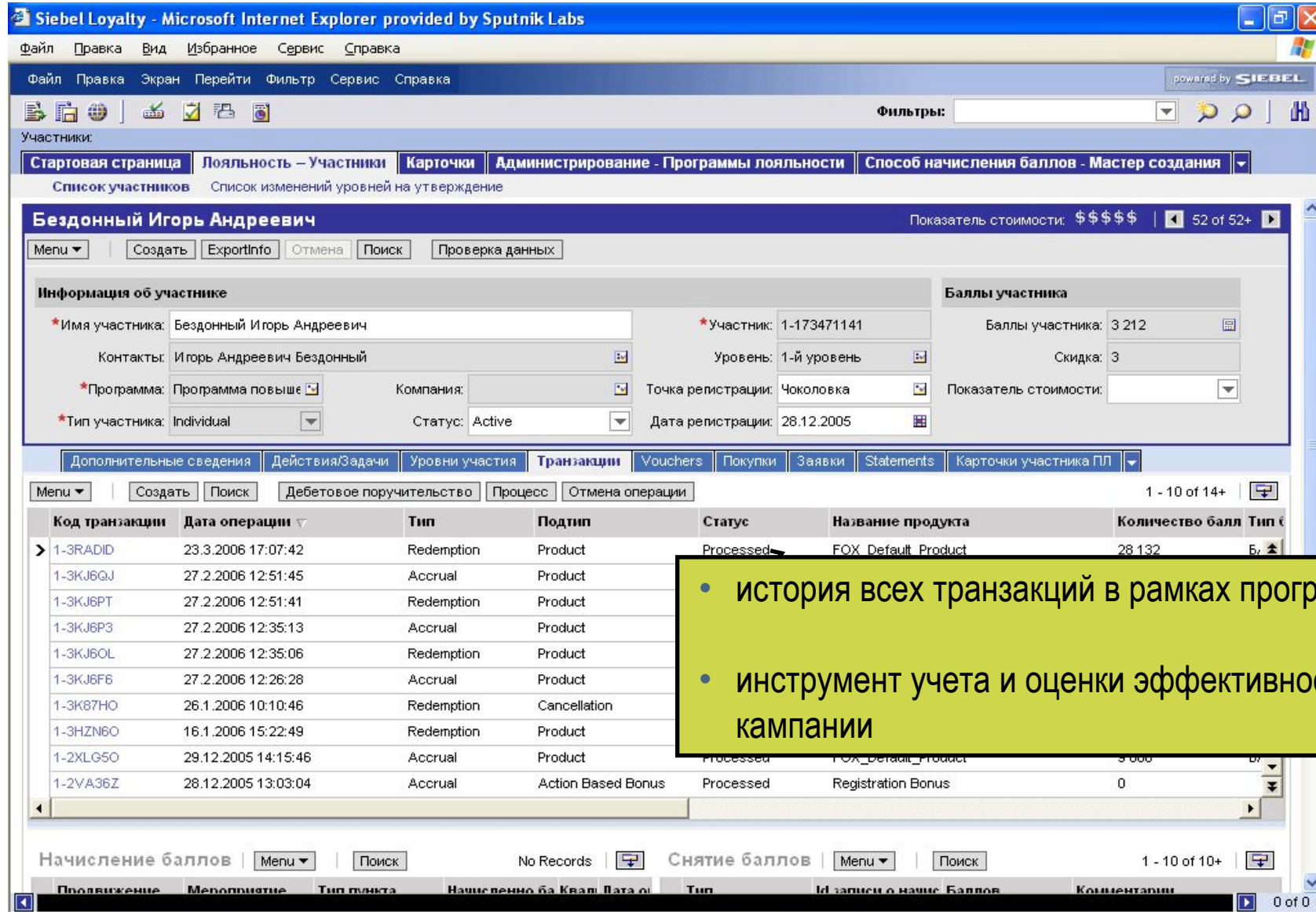
Специальные данные об участнике

Фаза участия:	Дата регистрации: 28.12.2005	Тип последнего изменения уровня: Automatic
Класс участника:	Дата последней транзакции: 23.3.2006	Дата последнего изменения уровня: 23.3.2006
Группа участия:	Механизм транзакций: MSR	Дата передачи:
Статус: Active	Карточки участника ПЛ: Regular	Комментарии:
	Точка продаж: Default Organizat	

Предпочтения по связи

Не звонить: Не отправлять Fax: Не отправлять E-mail: Не отправлять E-mail:

- полный набор данных для RFM-анализа
- Customer Insight
- Управление поведением участников программы лояльности
- Бесшовный стык с Workflow, аналитическими инструментами и инструментами Marketing Automation
- Поддержка значительных объемов данных



Siebel Loyalty - Microsoft Internet Explorer provided by Sputnik Labs

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Файл Правка Экран Перейти Фильтр Сервис Справка

powered by SIEBEL

Участники:

Стартовая страница Лояльность – Участники Карточки Администрирование - Программы лояльности Способ начисления баллов - Мастер создания

Список участников Список изменений уровней на утверждение

Бездонный Игорь Андреевич Показатель стоимости: \$\$\$\$ | 52 of 52+

Меню Создать ExportInfo Отмена Поиск Проверка данных

Информация об участнике

*Имя участника: Бездонный Игорь Андреевич *Участник: 1-173471141 Баллы участника: 3 212

Контакты: Игорь Андреевич Бездонный Уровень: 1-й уровень Скидка: 3

*Программа: Программа повыше Компания: Точка регистрации: Чоколовка Показатель стоимости:

*Тип участника: Individual Статус: Active Дата регистрации: 28.12.2005

Дополнительные сведения Действия/Задачи Уровни участия Транзакции Vouchers Покупки Заявки Statements Карточки участника ПЛ

Меню Создать Поиск Дебетовое поручительство Процесс Отмена операции 1 - 10 of 14+

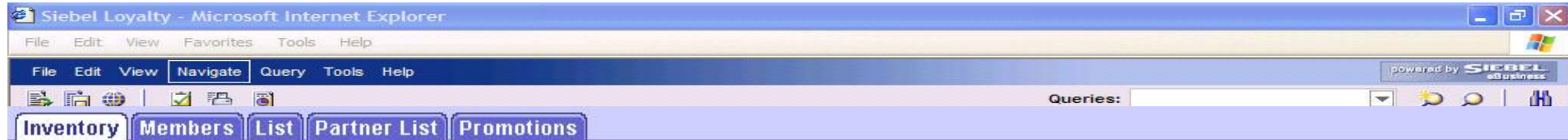
Код транзакции	Дата операции	Тип	Подтип	Статус	Название продукта	Количество балл	Тип
> 1-3RADID	23.3.2006 17:07:42	Redemption	Product	Processed	FOX_Default_Product	28 132	Б...
1-3KJ6QJ	27.2.2006 12:51:45	Accrual	Product				
1-3KJ6PT	27.2.2006 12:51:41	Redemption	Product				
1-3KJ6P3	27.2.2006 12:35:13	Accrual	Product				
1-3KJ6OL	27.2.2006 12:35:06	Redemption	Product				
1-3KJ6F6	27.2.2006 12:26:28	Accrual	Product				
1-3K87HO	26.1.2006 10:10:46	Redemption	Cancellation				
1-3HZN6O	16.1.2006 15:22:49	Redemption	Product				
1-2XLG5O	29.12.2005 14:15:46	Accrual	Product	Processed	FOX_Default_Product	3 000	Б...
1-2VA36Z	28.12.2005 13:03:04	Accrual	Action Based Bonus	Processed	Registration Bonus	0	

Начисление баллов | Меню Поиск No Records Снятие баллов | Меню Поиск 1 - 10 of 10+

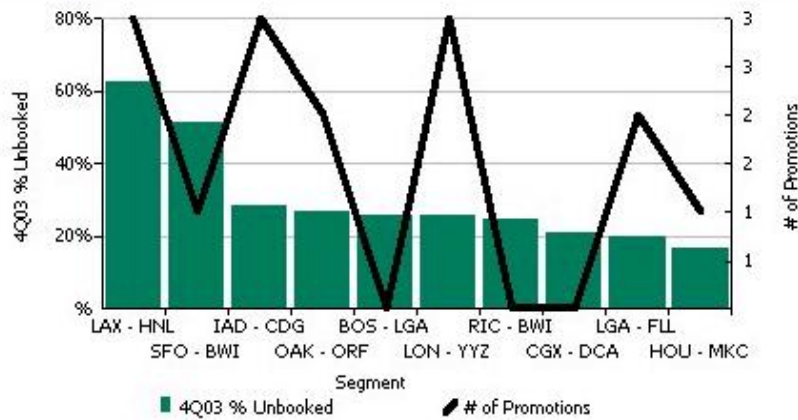
Продвижение Мероприятие Тип продукта Начисленно ба Квал Дата о Тип Id запись о начис Баллов Комментарий 0 of 0

- история всех транзакций в рамках программы лояльности
- инструмент учета и оценки эффективности маркетинговой кампании

Просмотр показателей группы



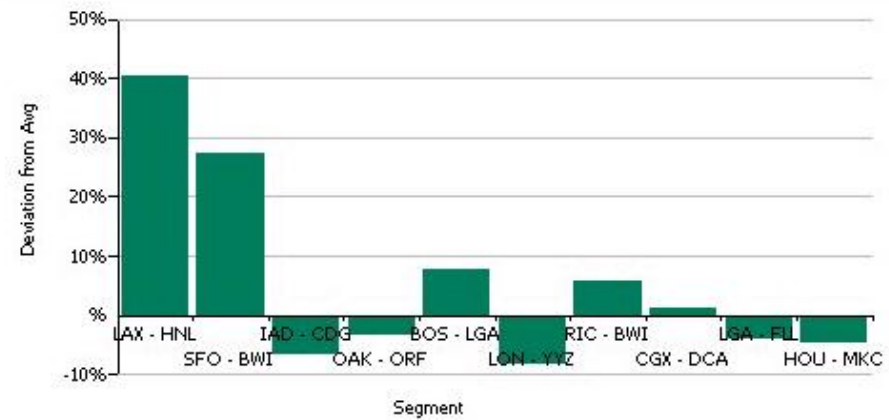
Top 10 Underutilized Segments



Segment	4Q03 % Unbooked	4Q03 # Unbooked Seats	# of Promotions
LAX - HNL	62%	3,372	3
SFO - BWI	51%	3,576	1
IAD - CDG	28%	5,124	3
OAK - ORF	27%	4,764	2
BOS - LGA	26%	4,680	0
LON - YYZ	26%	4,788	3
RIC - BWI	25%	2,460	0
CGX - DCA	21%	3,864	0
LGA - FLL	20%	3,504	2
HOU - MKC	17%	2,724	1

[Modify Request](#) - [Printer Friendly](#) - [Refresh](#) - [Download](#)

Deviation from Prior 6 Month Average



Segment	4Q03 % Unbooked	Rank	Prev 6 Month % Unbooked	Rank	Deviation from Avg
LAX - HNL	62%	1	22%	6	41%
SFO - BWI	51%	2	24%	5	27%
IAD - CDG	28%	3	35%	1	-7%
OAK - ORF	27%	4	30%	3	-4%
BOS - LGA	26%	5	18%	10	8%
LON - YYZ	26%	6	34%	2	-8%
RIC - BWI	25%	7	19%	9	6%
CGX - DCA	21%	8	20%	8	1%
LGA - FLL	20%	9	24%	4	-4%
HOU - MKC	17%	10	22%	7	-5%

[Modify Request](#) - [Printer Friendly](#) - [Refresh](#) - [Download](#)

Решение на базе Oracle Siebel CRM



Компоненты решения Siebel для управления лояльностью

Аэрофлот



Участники



Партнеры



Менеджер программ

- Обзор профилей участников
- Определение уровней
- Учет участников
- Правила вознаграждений
- Целевые акции
- Учет расходов и выплат
- Управление сервисными запросами

Портал участников

- Присоединение к программе
- Обновление профиля
- Участие в промо-акциях
- Получение бонусов
- Рекомендации друзьям
- Просмотр состояния
- Сервисные запросы
- Выбор предпочтений

Портал партнеров

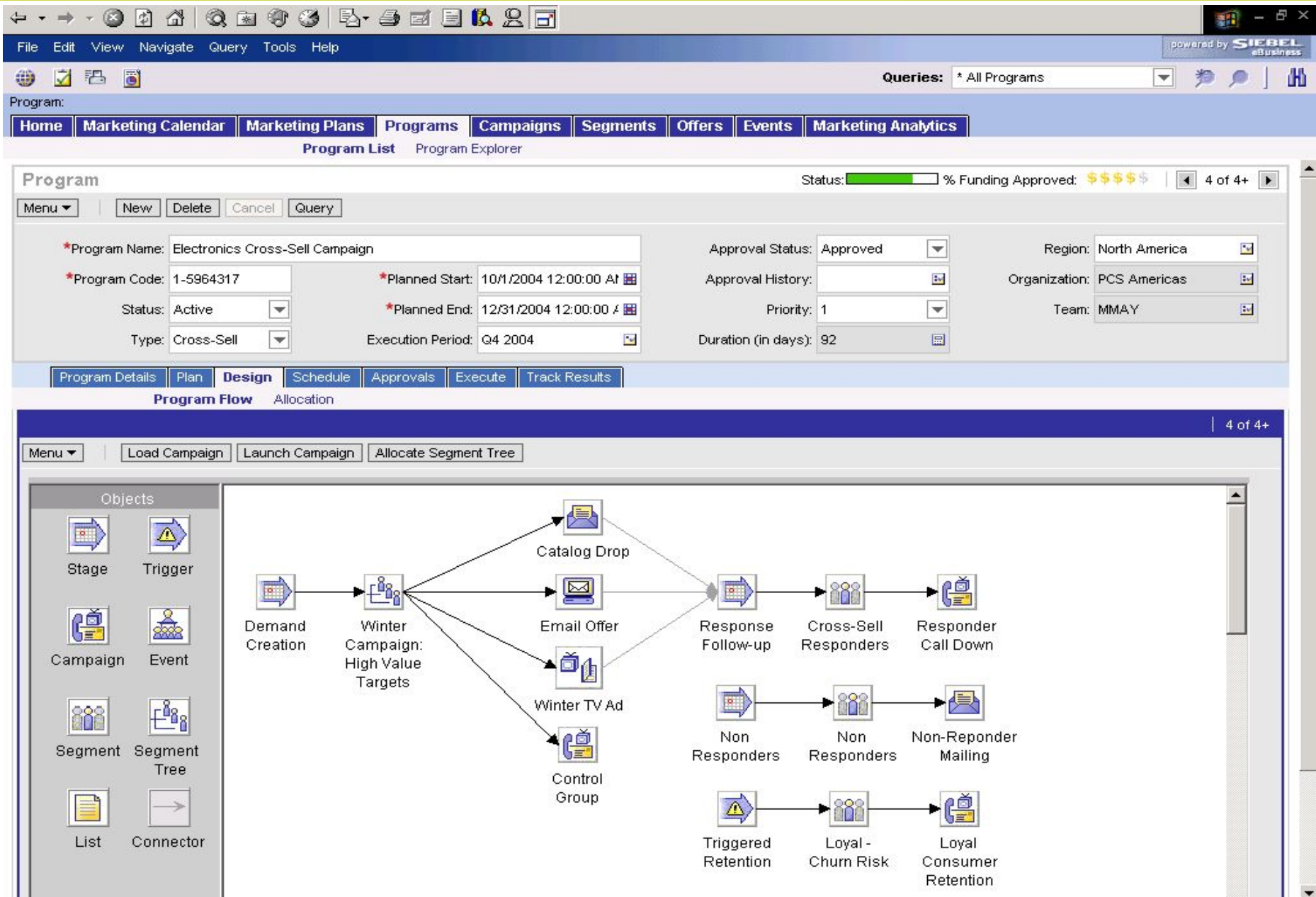
- Учет участников
- Передача транзакционных данных
- Утверждение совместных акций
- Управление сервисными запросами
- Утверждение транзакций
- Управление продуктами
- Соучастие в обслуживании клиентов

Ядро

Правила Бонусы Уровни Профили Право участвовать Промо Транзакции Сгорание очков

Платформа аналитики и интеграции

Рабочий процесс программы лояльности



The screenshot displays the Siebel CRM interface for a loyalty program. The top navigation bar includes 'Home', 'Marketing Calendar', 'Marketing Plans', 'Programs', 'Campaigns', 'Segments', 'Offers', 'Events', and 'Marketing Analytics'. The 'Programs' tab is active, showing a 'Program List' for 'Electronics Cross-Sell Campaign'.

Program Details:

- Program Name: Electronics Cross-Sell Campaign
- Program Code: 1-5964317
- Status: Active
- Type: Cross-Sell
- Planned Start: 10/1/2004 12:00:00 AT
- Planned End: 12/31/2004 12:00:00 /
- Execution Period: Q4 2004
- Approval Status: Approved
- Approval History: [View]
- Priority: 1
- Duration (in days): 92
- Region: North America
- Organization: PCS Americas
- Team: MMAY

Program Flow:

The flowchart illustrates the campaign process starting with 'Demand Creation' leading to 'Winter Campaign: High Value Targets'. This target group is then segmented into three paths:

- Path 1:** Catalog Drop → Email Offer → Winter TV Ad → Control Group
- Path 2:** Response Follow-up → Cross-Sell Responders → Responder Call Down
- Path 3:** Non Responders → Non Responders → Non-Responder Mailing

Additional flows include 'Triggered Retention' leading to 'Loyal - Churn Risk' and 'Loyal Consumer Retention'.

CRM - это единый источник максимально полной информации о пассажирах

Siebel CRM должен быть интегрирован с различными внутренними и партнерскими системами.



Почему внедрение CRM выгодно транспортным компаниям?



Рост пассажирской активности

Наличие информации о клиенте дает возможность запускать целевые маркетинговые кампании

Использование карт лояльности увеличивает покупательскую активность на 20-100% (в зависимости от привлекательности программы)

При прочих равных факторах, пассажир выберет Аэрофлот/ тариф / тип платежного средства

Возможность организации кросс-продаж между маршрутами / партнерами

Увеличение лояльности существующих пассажиров

Идея получения бесплатных дополнительных преимуществ для часто летающих пассажиров – сильный фактор лояльности

Смена авиакомпании связана с потерей накопленных миль, а также различных привелегий

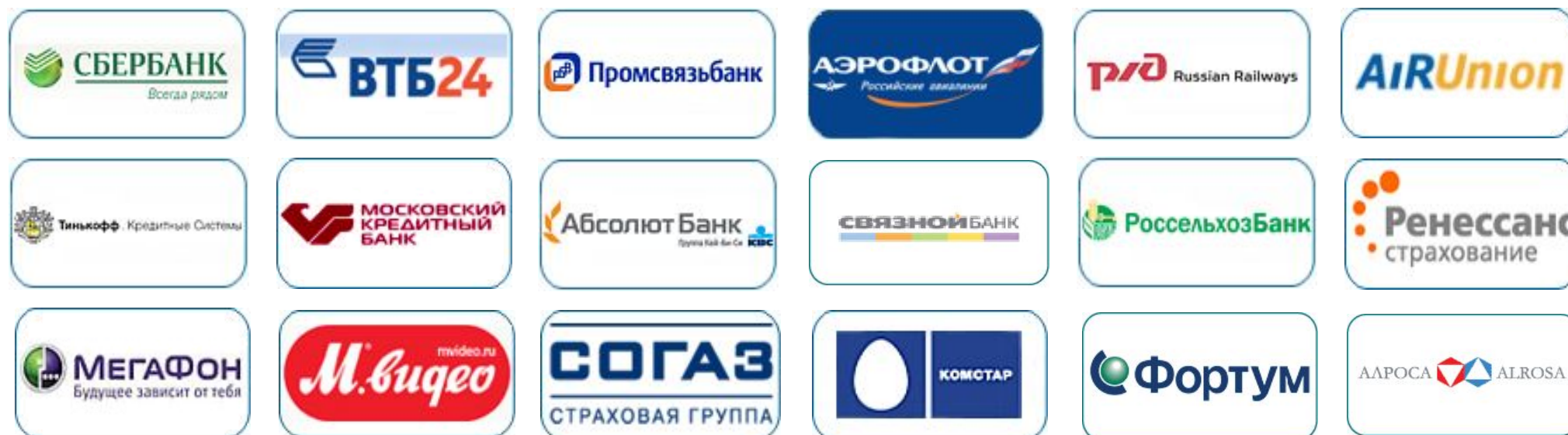
Дешевый способ привлечения новых потенциальных пассажиров

Дополнительный повод для взаимодействия с пассажирами (рассылки, приглашения, специальные акции и т.д.)

Увеличение моральной / социальной отдачи от поездок

Перелет – это не только вынужденная необходимость, а фактор развлечения, отдыха

- Полный портфель бизнес-приложений для повышения эффективности бизнеса: CRM, ERP, BI, BPM, электронный документооборот и др.
- Полный комплекс услуг — от формирования бизнес-стратегии до внедрения бизнес-приложений.
- Крупнейшая CRM-команда в России (более 100 консультантов)
- Одна из крупнейших ERP-команд (более 200 человек)
- Наши клиенты – лидеры в своих индустриях:



Мы открыты для сотрудничества и
будем рады ответить на ваши вопросы!

Москва, Переведеновский переулок, д 13, стр. 18

Т: +7 (495) 981-92-92

Ф: +7 (495) 981-92-91

www.tsconsulting.ru